



E-ISSN 2880 - 943X

PROSIDING

**SEMINAR NASIONAL
AKUNTANSI DAN MANAJEMEN**

Edisi Desember

2022

*"Peningkatan Literasi Keuangan
Setelah Pandemi"*

JURUSAN AKUNTANSI POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai di Indonesia Tahun 2015-2021

Muhammad Rizqi¹⁾, Lia Ekowati²⁾

¹⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: muhammad.rizqi.ak18@mhs.w.pnj.ac.id

²⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: lia.ekowati@akuntansi.pnj.ac.id

ABSTRACT

Value Added Tax (VAT) based on consumption goods, services in the customs area. VAT contribution substantial considered for country revenue because it is type of the tax that has second biggest contribution, VAT is highly dependent on general economic conditions. The objective of research is to determine the impact of Gross Domestic Product (GDP), Inflation, and the Rupiah Exchange Rate on VAT receipts in Indonesia. The research is causal associative quantitative. The Data source is time series in the period of 2015-2021. Data analysis technique is used multiple linear regression. Based on hypothesis T and F test, it shows that GDP, inflation, and the rupiah exchange rate partially and simultaneously have a significant effect on VAT receipts.

Keywords: *Gross Domestic Product (GDP); Inflation; Rupiah Exchange Rate; VAT Revenue.*

ABSTRAK

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) merupakan pajak yang dikenakan atas konsumsi barang dan jasa di dalam daerah pabean. Kontribusi PPN dianggap penting bagi pemasukan negara karena merupakan penyumbang jenis pajak terbesar kedua, PPN sangat bergantung terhadap kondisi perekonomian secara umum. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh jumlah Produk Domestik Bruto (PDB), inflasi, dan nilai tukar rupiah terhadap penerimaan PPN di Indonesia. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif kausal. Sumber data penelitian adalah data sekunder berupa data berkala dalam kurun waktu tahun 2015-2021. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Berdasarkan uji hipotesis T dan F, menunjukkan bahwa PDB, inflasi, dan nilai tukar rupiah secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap penerimaan PPN.

Kata-Kata Kunci: Produk Domestik Bruto (PDB); Inflasi; Nilai Tukar Rupiah; Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN).

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sebagai salah satu negara berkembang menurut *International Monetary Fund (IMF)*, Indonesia sedang berusaha untuk terus meningkatkan pembangunan dan pemerataannya di segala bidang agar terwujud kemakmuran dan kesejahteraan masyarakatnya sesuai dengan isi dari Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 33 ayat (3) yang menyatakan bahwa bumi, air dan kekayaan alam yang terkandung didalamnya dikuasai oleh negara dan digunakan sebesar-besarnya untuk kemakmuran rakyat. Oleh karena itu, untuk mewujudkan hal tersebut maka diperlukan anggaran

yang memadai dalam pelaksanaan dan pemerataan pembangunan. Anggaran tersebut berasal dari sumber-sumber penerimaan negara salah satunya yaitu penerimaan dari sektor pajak yang merupakan sumber penerimaan negara paling besar dibandingkan dengan sumber-sumber penerimaan negara lainnya.

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) termasuk salah satu jenis pajak yang sangat potensial bagi penerimaan negara karena PPN merupakan sumber penerimaan pajak terbesar kedua setelah Pajak Penghasilan (PPH). Atas dasar peran PPN yang begitu besar sebagai penerimaan negara maka diperlukan adanya analisis terhadap berbagai faktor yang dapat mempengaruhi penerimaan PPN. Faktor-faktor seperti Pendapatan Domestik Bruto (PDB), inflasi, serta nilai tukar rupiah dianggap sebagai indikator ekonomi makro yang memiliki pengaruh terhadap penerimaan PPN karena berperan sebagai faktor pendukung dalam upaya pencapaian sasaran pembangunan ekonomi yang dapat membantu pemerintah untuk merealisasikan target penerimaan pajak (Masyitah, 2019).

Perumusan Masalah

Pajak Pertambahan Nilai merupakan salah satu sumber penerimaan pajak terbesar negara yang digunakan untuk membiayai dan menunjang rencana-rencana pembangunan, meskipun setiap aktivitas masyarakat di kenakan PPN namun nyatanya penerimaan PPN setiap tahun selalu lebih kecil dibandingkan dengan penerimaan PPh, maka dari itu penulis ingin menganalisis faktor apa saja yang mempengaruhi kenaikan dan penurunan penerimaan PPN melalui variabel-variabel makro ekonomi seperti PDB, inflasi, dan nilai tukar rupiah. Penelitian ini dilakukan untuk menguji setiap variabel apakah berpengaruh signifikan atau tidak terhadap penerimaan PPN.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh Pendapatan Domestik Bruto terhadap penerimaan Pajak Pertambahan Nilai.
2. Untuk menganalisis pengaruh inflasi terhadap penerimaan Pajak Pertambahan Nilai.
3. Untuk menganalisis pengaruh nilai tukar rupiah terhadap penerimaan Pajak Pertambahan Nilai.
4. Untuk menganalisis pengaruh Produk Domestik Bruto, inflasi, dan nilai tukar rupiah secara simultan terhadap penerimaan Pajak Pertambahan Nilai.

TINJAUAN PUSTAKA

Pajak Pertambahan Nilai

Menurut Penjelasan Umum Undang-Undang No. 42 Tahun 2009 tentang Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah, Pajak Pertambahan Nilai adalah pajak atas konsumsi barang dan jasa di Daerah Pabean yang dikenakan secara bertingkat di setiap jalur produksi dan distribusi. Pengenaan PPN sangat dipengaruhi oleh perkembangan transaksi bisnis serta pola konsumsi masyarakat yang merupakan objek dari Pajak Pertambahan Nilai.

Produk Domestik Bruto

Salah satu indikator penting untuk mengetahui kondisi ekonomi di suatu negara dalam suatu periode tertentu adalah Produk Domestik Bruto (PDB), baik atas dasar harga berlaku maupun atas dasar harga konstan. Produk Domestik Bruto adalah jumlah nilai tambah yang dihasilkan oleh seluruh unit usaha dalam suatu negara tertentu atau jumlah nilai barang dan jasa akhir yang dihasilkan oleh seluruh unit ekonomi (Badan Pusat Statistik).

Inflasi

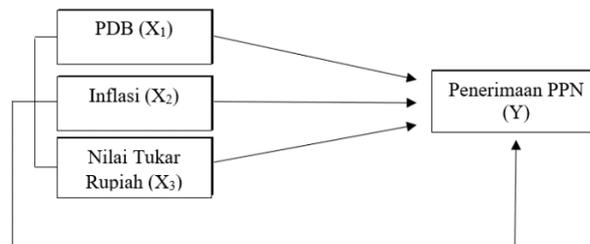
Menurut Bank Indonesia (BI), Inflasi adalah kenaikan harga barang dan jasa secara umum dan terus menerus dalam jangka waktu tertentu. Indek Harga Konsumen (IHK) merupakan indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat inflasi. IHK adalah Indeks yang menghitung rata-rata perubahan harga dari suatu paket barang dan jasa yang dikonsumsi oleh rumah tangga dalam kurun waktu tertentu. Perubahan IHK dari waktu ke waktu menggambarkan tingkat kenaikan (inflasi) atau tingkat penurunan (deflasi) dari barang dan jasa (BPS).

Nilai Tukar Rupiah

Menurut Kuncoro (2008), Nilai tukar rupiah adalah nilai tukar sejumlah rupiah yang dibutuhkan untuk membeli satu US Dollar. Nilai tukar terbagi menjadi dua yaitu nilai tukar nominal dan nilai tukar riil. Bersumber pada Bank Indonesia, kurs nominal terbagi menjadi dua kurs terpisah yaitu kurs jual dan kurs beli. Kurs yang ada diantara kurs jual dan kurs beli adalah kurs tengah.

Kerangka Konseptual

Pada penulisan penelitian ini, penulis menjelaskan variabel-variabel yang saling mempengaruhi secara menyeluruh dalam bentuk kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Sumber: Data Diolah

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka konseptual diatas, maka hipotesis yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H₁: Produk Domestik Bruto berpengaruh signifikan terhadap penerimaan Pajak Pertambahan Nilai.
- H₂: Inflasi berpengaruh signifikan terhadap penerimaan Pajak Pertambahan Nilai.
- H₃: Nilai tukar rupiah berpengaruh signifikan terhadap penerimaan Pajak Pertambahan Nilai.
- H₄: PDB, inflasi, dan nilai tukar rupiah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penerimaan Pajak Pertambahan Nilai.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis dan Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan serta pengaruh antara dua variabel yang bersifat sebab-akibat, yaitu antara variabel bebas/independen (PDB, Inflasi, dan Nilai Tukar Rupiah) dengan variabel terikat/dependen (Penerimaan PPN). Objek dari penelitian ini adalah Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai di Indonesia tahun 2015-2021. Sedangkan ruang lingkup dari penelitian ini adalah pengaruh nilai PDB, inflasi, dan nilai tukar rupiah terhadap penerimaan PPN.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu berupa angka yang dapat diukur. Sumber data yang dipakai adalah data sekunder berupa data berkala (*time series*), yakni data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Data yang digunakan adalah data dalam kurun waktu tahun 2015-2021 atau selama 7 tahun yang diperoleh dari situs resmi pemerintah seperti website Badan Pusat Statistik, Bank Indonesia dan Kementerian Keuangan.

Teknik Pengambilan Sampel dan Pengumpulan Data

Populasi dalam penelitian ini adalah data tahunan Produk Domestik Bruto, inflasi, nilai tukar rupiah, dan data jumlah penerimaan Pajak Pertambahan Nilai tahun 2015-2021 di Indonesia. Penelitian ini dilakukan dengan teknik sampling *Non-Probability Sampling* menggunakan Sampling Jenuh. Sampling Jenuh adalah teknik penentuan sampel yang menggunakan semua anggota populasi untuk dijadikan sebagai sampel. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dokumentasi.

Metode Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji analisis regresi linear berganda yang dikelola menggunakan bantuan aplikasi software pengelola data statistik yaitu *Statistical Package for Social Science* (SPSS) dengan persamaan regresi sebagai berikut:

$$y = \alpha + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + \beta_3x_3 + e \quad (1)$$

Keterangan:

y = Variabel Dependen (Penerimaan PPN)

α = Harga Konstanta

β = Koefisien Regresi

x_1 = Variabel Independen (Produk Domestik Bruto)

x_2 = Variabel Independen (Inflasi)

x_3 = Variabel Independen (Nilai tukar rupiah)

e = Variabel pengganggu (Error)

1. Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan pengujian mengenai ada tidaknya pelanggaran terhadap asumsi - asumsi klasik yaitu antara lain:

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu dan residual memiliki distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

b. Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozali (2018) uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2018) uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.

2. Uji Hipotesis

Setelah dilakukan uji asumsi klasik terhadap data, maka selanjutnya dilakukan uji untuk membuktikan hipotesis secara simultan dan parsial.

a. Uji Parsial (T-test)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Menurut Ghozali (2018:99) terdapat beberapa kriteria yang dapat digunakan dalam pengujian ini, yaitu:

- Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai probabilitas $> 0,05$, maka variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara individual terhadap variabel dependen.
- Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai probabilitas $< 0,05$, maka variabel independen mempunyai pengaruh secara individual terhadap variabel dependen.

b. Uji Simultan (F-test)

Ghozali (2018) menyatakan bahwa pengujian ini bertujuan untuk melihat apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria sebagai berikut:

- Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka secara simultan tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2018) koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Nilai R^2 yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen yang sangat terbatas dalam menjelaskan variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

Tabel 1. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		7
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6792.12527645
Most Extreme Differences	Absolute	.281
	Positive	.161
	Negative	-.281
Test Statistic		.281
Asymp. Sig. (2-tailed)		.100

Sumber: Output SPSS, data sekunder diolah 2022.

Hasil uji normalitas pada tabel 1 diatas menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,100 yang berarti nilai signifikansinya lebih besar atau diatas 0,05 sehingga membuktikan bahwa residual berdistribusi normal.

2. Hasil Uji Multikolonieritas

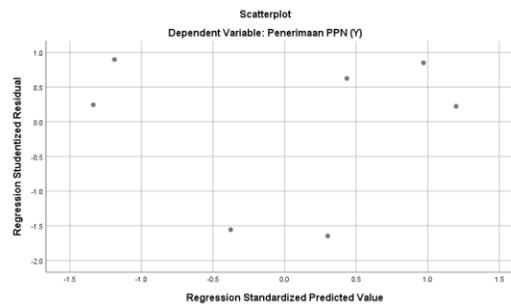
Tabel 2. Hasil Uji Multikolonieritas

Model		Coefficients	
		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Produk Domestik Bruto (X1)	.256	3.899
	Inflasi (X2)	.353	2.830
	Nilai Tukar Rupiah (X3)	.192	5.220

Sumber: Output SPSS, data sekunder diolah 2022.

Setiap variabel independen memiliki nilai tolerance lebih besar dari 10% atau 0.10 dan VIF lebih kecil dari 10, sehingga model persamaan regresi bebas dari gejala multikolonieritas.

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Grafik Scatterplot

Sumber: Output SPSS, data sekunder diolah 2022.

Pada gambar 2 diatas terlihat bahwa titik-titik data menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

4. Hasil Uji Autokorelasi

Tabel 3. Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value	1634.05473
Cases < Test Value	3
Cases >= Test Value	4
Total Cases	7
Number of Runs	5
Z	.061
Asymp. Sig. (2-tailed)	.952

Sumber: Output SPSS, data sekunder diolah 2022.

Hasil Output SPSS pada tabel 3 diatas menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $0,952 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala autokorelasi.

Hasil Regresi Linear Berganda

Tabel 4. Hasil Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
1	(Constant)	-900943.396	217763.822		-4.137	.026
	Produk Domestik Bruto (X1)	.026	.004	1.024	6.608	.007
	Inflasi (X2)	77333.253	8984.356	1.136	8.608	.003
	Nilai Tukar Rupiah (X3)	56.562	16.946	.598	3.338	.044

Sumber: Output SPSS, data sekunder diolah 2022.

$$y = -900.943,396 + 0,026 x_1 + 77.333,253 x_2 + 56,562 x_3 \quad (2)$$

Persamaan regresi diatas dapat diartikan sebagai berikut:

1. Nilai koefisien konstanta sebesar -900.943,396 menunjukkan bahwa apabila variabel independen yaitu PDB, inflasi dan nilai tukar rupiah bersifat konstan atau bernilai nol maka penerimaan PPN akan bernilai negatif sebesar 900.943,396 satuan.
2. Nilai koefisien regresi pada variabel PDB sebesar 0,026 menunjukkan bahwa PDB berpengaruh positif pada penerimaan PPN, apabila nilai PDB bertambah satu satuan maka akan meningkatkan penerimaan PPN sebesar 0,026 satuan dengan asumsi variabel lain dianggap tetap tidak berubah.
3. Nilai koefisien regresi pada variabel inflasi sebesar 77.333,253 menunjukkan bahwa inflasi berpengaruh positif pada penerimaan PPN, apabila nilai inflasi bertambah satu satuan maka akan meningkatkan penerimaan PPN sebesar 77.333,253 satuan dengan asumsi variabel lain dianggap tetap tidak berubah.
4. Nilai koefisien regresi pada variabel nilai tukar rupiah sebesar 56,562 menunjukkan bahwa nilai tukar rupiah berpengaruh positif pada penerimaan PPN, apabila nilai tukar rupiah bertambah satu satuan maka akan meningkatkan penerimaan PPN sebesar 56,562 satuan dengan asumsi variabel lain dianggap tetap tidak berubah.

Hasil Uji Hipotesis

1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.991	.982	.963	9605.51568	2.509

Sumber: Output SPSS, data sekunder diolah 2022.

Tabel 5 diatas menunjukkan nilai *adjusted R²* (koefisien determinasi) sebesar 0,963 yang artinya variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen sebesar 96,3%, sedangkan sisanya sebesar 3,7% dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar dari penelitian ini.

2. Hasil Uji Simultan (F-test)

Tabel 6. Hasil Uji F

ANOVA						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14710165238.241	3	4903388412.747	53.144	.004
	Residual	276797794.626	3	92265931.542		
	Total	14986963032.867	6			

Sumber: Output SPSS, data sekunder diolah 2022.

Berdasarkan tabel 6 diatas, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 53,144 dengan signifikansi sebesar 0,004, sementara itu dalam tabel Uji F untuk $df_1 = k - 1 = 4 - 1 = 3$ dan $df_2 = n - k = 7 - 4 = 3$ diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 9,28. Hal ini menunjukkan kalau $F_{hitung} > F_{tabel} = 53,144 > 9,28$ dan nilai signifikan $F < \alpha = 0,004 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel PDB, inflasi dan nilai tukar rupiah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penerimaan PPN.

3. Hasil Uji Parsial (T-test)

Tabel 7. Hasil Uji T

Coefficients						
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	-900943.396	217763.822		-4.137	.026
	Produk Domestik Bruto (X1)	.026	.004	1.024	6.608	.007
	Inflasi (X2)	77333.253	8984.356	1.136	8.608	.003
	Nilai Tukar Rupiah (X3)	56.562	16.946	.598	3.338	.044

Sumber: Output SPSS, data sekunder diolah 2022.

Dalam tabel Uji T untuk signifikansi 5% dan $df = n - k = 7 - 4 = 3$ (df residual) dapat diperoleh nilai T_{tabel} sebesar 3,18245. Berdasarkan tabel 7 diatas maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. T-test antara X_1 (PDB) dengan Y (Penerimaan PPN) menghasilkan T_{hitung} sebesar 6,608 dan nilai signifikan sebesar 0,007 yang menunjukkan $T_{hitung} (6,608) > T_{tabel} (3,182)$ dan nilai sig t $(0,007) < \alpha (0,050)$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel PDB secara parsial berpengaruh terhadap penerimaan PPN di Indonesia tahun 2015-2021 sehingga hipotesis diterima.
2. T-test antara X_2 (Inflasi) dengan Y (Penerimaan PPN) menghasilkan T_{hitung} sebesar 8,608 dan nilai signifikan sebesar 0,003 yang menunjukkan $T_{hitung} (8,608) > T_{tabel} (3,182)$ dan nilai sig t $(0,003) < \alpha (0,050)$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel inflasi secara parsial berpengaruh terhadap penerimaan PPN di Indonesia tahun 2015-2021 sehingga hipotesis diterima.
3. T-test antara X_3 (Nilai Tukar Rupiah) dengan Y (Penerimaan PPN) menghasilkan T_{hitung} sebesar 3,338 dan nilai signifikan sebesar 0,044 yang menunjukkan $T_{hitung} (3,338) > T_{tabel} (3,182)$ dan nilai sig t $(0,044) < \alpha (0,050)$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel nilai tukar rupiah secara parsial berpengaruh terhadap penerimaan PPN di Indonesia tahun 2015-2021 sehingga hipotesis diterima.
4. Dilihat dari besarnya nilai T_{hitung} dan koefisien beta, dapat diketahui bahwa variabel inflasi mempunyai pengaruh yang paling kuat terhadap penerimaan Pajak Pertambahan Nilai lalu diikuti oleh variabel PDB dan nilai tukar rupiah sebagai variabel yang memiliki pengaruh paling lemah dibandingkan dengan variabel lainnya.

Pembahasan

Hasil Uji Hipotesis 1: Pengaruh PDB Terhadap Penerimaan PPN

Hasil pengujian variabel Produk Domestik Bruto (PDB) dalam penelitian ini membuktikan bahwa tingkat PDB berpengaruh signifikan secara parsial terhadap penerimaan PPN. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat tabel 7 yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,007 < 0,050$ dan $T_{hitung} (6,608) > T_{tabel} (3,182)$. Hasil pengujian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa PDB berpengaruh signifikan terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai dan sejalan dengan hasil penelitian Rosalina (2016) yang menyatakan bahwa variabel Produk Domestik Bruto (PDB) berpengaruh signifikan terhadap penerimaan Pajak dan Pahala (2014) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara PDB dengan penerimaan PPN.

Pertumbuhan PDB bisa berpengaruh terhadap penerimaan PPN karena secara teori dapat dijelaskan bahwa kenaikan nilai PDB setiap tahunnya menunjukkan ekonomi yang berkembang dan menggambarkan pendapatan masyarakat yang meningkat sehingga kemampuan masyarakat untuk mengkonsumsi suatu barang dan jasa semakin baik. Kenaikan tingkat konsumsi pada masyarakat inilah yang dapat mempengaruhi penerimaan PPN sebagai pajak atas konsumsi. Apabila pendapatan masyarakat meningkat maka kemampuan atau daya beli masyarakat semakin besar dalam mengkonsumsi suatu barang, hal inilah yang akan mendorong kenaikan penerimaan PPN.

Hasil Uji Hipotesis 2: Pengaruh Inflasi Terhadap Penerimaan PPN

Hasil pengujian variabel inflasi dalam penelitian ini membuktikan bahwa tingkat inflasi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap penerimaan PPN. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat tabel 7 yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,003 < 0,050$ dan $T_{hitung} (8,608) > T_{tabel} (3,182)$. Hasil pengujian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa inflasi berpengaruh signifikan terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai dan sejalan dengan hasil penelitian Sukamso (2017) yang menyatakan bahwa variabel inflasi berpengaruh signifikan terhadap penerimaan PPN dan Dala (2018) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara inflasi dengan penerimaan PPN.

Secara teoritis tingkat inflasi berpengaruh terhadap penerimaan PPN karena tingkat inflasi ini mempengaruhi konsumsi masyarakat. Apabila terjadi kenaikan tingkat inflasi maka harga jual barang menjadi tinggi sehingga penerimaan PPN menurun dikarenakan tingkat konsumsi masyarakat yang ikut turun dampak dari harga jual yang naik.

Hasil Uji Hipotesis 3: Pengaruh Nilai Tukar Rupiah Terhadap Penerimaan PPN

Hasil pengujian variabel nilai tukar rupiah dalam penelitian ini membuktikan bahwa nilai tukar rupiah berpengaruh signifikan secara parsial terhadap penerimaan PPN. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat tabel 7 yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,044 < 0,050$ dan $T_{hitung} (3,338) > T_{tabel} (3,182)$. Hasil pengujian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa nilai tukar rupiah berpengaruh signifikan terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai dan sejalan dengan hasil penelitian Nurfaejriani (2019) yang menyatakan bahwa variabel nilai tukar rupiah berpengaruh signifikan terhadap penerimaan PPN dan Situmeang (2019) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara nilai tukar rupiah dengan penerimaan PPN.

Nilai tukar rupiah berpengaruh terhadap penerimaan PPN karena nilai tukar mata uang rupiah mempengaruhi harga BKP dan/atau JKP. Jika nilai tukar mata uang rupiah meningkat maka harga jualnya menurun karena menguatnya kurs rupiah terhadap USD akan menurunkan biaya

produksi terutama biaya impor bahan baku dan apabila harga jual menurun otomatis daya beli masyarakat menjadi meningkat yang akan berdampak terhadap kenaikan penerimaan PPN.

Hasil Uji Hipotesis 4: Pengaruh PDB, Inflasi dan Nilai Tukar Rupiah Terhadap Penerimaan PPN

Hasil pengujian uji F dalam penelitian ini membuktikan bahwa PDB, inflasi, dan nilai tukar rupiah berpengaruh signifikan secara simultan terhadap penerimaan PPN. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat tabel 6 yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,004 < 0,050$ dan $F_{hitung} (53,144) > F_{tabel} (9,28)$. Hasil pengujian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa PDB, inflasi dan nilai tukar rupiah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai dan sejalan dengan hasil penelitian Nurfajriani (2019) yang menyatakan bahwa variabel inflasi, pertumbuhan ekonomi dan nilai tukar rupiah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penerimaan PPN serta Mispiyanti & Kristanti (2017) yang menyatakan bahwa secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara PDRB, inflasi dan nilai tukar dengan penerimaan pajak.

Faktor internal dan eksternal merupakan upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan penerimaan pajak khususnya PPN sebagai sumber terbesar kedua penerimaan pajak setelah Pajak Penghasilan (PPh). Kebijakan dibidang perpajakan termasuk ke dalam faktor internal sedangkan perkembangan ekonomi makro, seperti yang terdapat dalam penelitian ini berupa PDB, inflasi dan nilai tukar rupiah termasuk faktor eksternal dikarenakan kestabilan penerimaan pajak dapat dipengaruhi oleh fluktuasi ekonomi (Wahyudi dkk., 2009).

Dalam rangka mencapai target penerimaan pajak, Direktorat Jenderal Pajak (DJP) mengambil upaya internal dengan melakukan intensifikasi dan ekstensifikasi pajak untuk menguji kepatuhan Wajib Pajak melalui pemeriksaan pajak, sedangkan pemerintah melakukan upaya eksternal dengan menjaga indikator ekonomi makro diantaranya stabilitas PDB, inflasi dan nilai tukar rupiah. Jika indikator-indikator tersebut meningkat maka pertumbuhan ekonomi juga ikut meningkat dan akan berdampak terhadap peningkatan penerimaan negara di sektor perpajakan. Berdasarkan uraian sebelumnya di atas mengenai PDB, inflasi dan nilai tukar rupiah yang dapat dibuktikan bahwa setiap variabel secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penerimaan PPN, maka dengan begitu dapat dibuktikan juga bahwa PDB, inflasi dan nilai tukar rupiah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penerimaan PPN.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan dalam penelitian ini maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel PDB dalam hasil uji T menunjukkan bahwa PDB secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penerimaan Pajak Pertambahan Nilai di Indonesia.
2. Variabel inflasi dalam hasil uji T menunjukkan bahwa inflasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penerimaan Pajak Pertambahan Nilai di Indonesia.
3. Variabel nilai tukar rupiah dalam hasil uji T menunjukkan bahwa nilai tukar rupiah secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penerimaan Pajak Pertambahan Nilai di Indonesia.
4. Hasil Uji F menunjukkan bahwa variabel Produk Domestik Bruto (PDB), inflasi, dan nilai tukar rupiah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penerimaan Pajak Pertambahan Nilai di Indonesia.

Saran

Dari hasil pembahasan serta kesimpulan yang di dapat pada penelitian ini, ada beberapa saran yang dapat diberikan yaitu antara lain:

1. Bagi Pemerintah dan Direktorat Jenderal Pajak diharapkan agar dapat mengeluarkan serta melaksanakan kebijakan dalam meningkatkan penerimaan pajak khususnya PPN dengan berusaha membuat tingkat inflasi juga nilai tukar rupiah tetap stabil dan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dengan meningkatkan jumlah PDB sehingga target penerimaan pajak bisa tercapai.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam dengan menambah variabel lainnya yang mempengaruhi penerimaan PPN dan juga dapat menambah jumlah rentang waktu penelitian agar hasil penelitiannya dapat lebih terukur.

DAFTAR PUSTAKA

- Dala, Margareth Juniarti S. (2018). Pengaruh Tingkat Inflasi dan Nilai Tukar Rupiah Terhadap Penerimaan PPN (Pajak Pertambahan Nilai) Tahun 2015-2017. Malang: Universitas Brawijaya.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Junaidi. (2014). *Membaca dan Menggunakan Tabel Distribusi F dan Tabel Distribusi t*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi: Seri Tutorial Analisis Kuantitatif.
- Masyitah, Emi. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan PPN Dan PPnBM. *Accumulated Journal*, Vol.1 No. 2. Universitas Potensi Utama.
- Mispiyanti & Kristanti, Ika N. (2017). Analisis Pengaruh PDRB, Inflasi, Nilai Kurs, Dan Tenaga Kerja Terhadap Penerimaan Pajak Pada Kabupaten Cilacap, Banyumas, Purbalingga, Kebumen, Dan Purworejo. *SNAPER-EBIS 2017*, 219-233.
- Nurfajriani, Saefi. (2019). Pengaruh Tingkat Inflasi, Pertumbuhan Ekonomi, Nilai Tukar Rupiah, dan Jumlah Pengusaha Kena Pajak Terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai Pada KPP Pratama Tegal. Tegal: Universitas Pancasakti Tegal.
- Republik Indonesia. *Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 33 ayat (3)*
- Republik Indonesia. *Undang-Undang Nomor 28 tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan*.
- Republik Indonesia. *Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2009 tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang Dan Jasa*.
- Resmi, Siti. (2015). *Perpajakan Teori dan Kasus*. Buku 2 Edisi Kedelapan. Jakarta: Salemba Empat.
- Resmi, Siti. (2019). *Perpajakan Teori dan Kasus*. Buku 1 Edisi Kesebelas. Jakarta: Salemba Empat
- Rosalina, Desi. (2016). Analisis Pengaruh Produk Domestik Bruto Terhadap Penerimaan Pajak. Jakarta: PERBANAS.
- Sinambela T. & Rahmawatu S. (2019). Pengaruh Inflasi, Nilai Tukar Rupiah Dan Jumlah Pengusaha Kena Pajak Terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai. Vol. 5 No. 1.
- Situmeang, Febrina F. (2019). Pengaruh Jumlah Pengusaha Kena Pajak, Tingkat Inflasi, dan Nilai Tukar Rupiah Terhadap Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Lubuk Pakam. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Suandy, Erly. (2009). *Hukum Pajak*. Edisi Keempat, Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukamso. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai di Sumatera Utara. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Wahyudi, Eddi. (2009). *Dampak Fluktuasi Ekonomi Terhadap Penerimaan Pajak*. Bogor: Institut Pertanian Bogor *Jurnal Ekonomi* Vol. 6 No. 1.

Halaman Persetujuan Artikel dari Dosen Pembimbing

Artikel saya berjudul

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai di Indonesia Tahun 2015-2021

Telah selesai dikoreksi dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk dipublikasikan.

		Tanda Tangan	Tanggal
Mahasiswa	: Muhammad Rizqi		09/08/2022
Dosen Pembimbing	: Lia Ekowati, S.Sos, MPA.		09/08/2022

Evaluasi Kebijakan Pajak Penghasilan Perusahaan Digital di Indonesia

Syifa Tandra Aprilika¹⁾, Lia Ekowati²⁾

¹⁾ Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: syifa.tandraaprilika.ak18@mhs.w.pnj.ac.id

²⁾ Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: lia.ekowati@akuntansi.pnj.ac.id

ABSTRACT

Corporate Income Tax is any related contribution that becomes corporate income that can be obtained from abroad and domestically by the Corporate Taxpayer. The purpose of this study is to find out the implications and efforts made by the government on the evaluation process of digital corporate income tax policies, to know the government's role in evaluating digital income tax policies related to the P3B Law, and to know the Electronic Transaction Tax scheme for digital income tax policies in Indonesia. This type of research is descriptive qualitative research. Research data collection methods are interviews, literature studies, and documentation. The results of the study state that the policy of imposing income tax on digital companies in Indonesia is still in the process of being discussed through global consensus. The government had made efforts to overcome this by planning the implementation of the Electronic Transaction Tax scheme. The policy evaluation of the implications of the digital company Income Tax and the Electronic Transaction Tax scheme has not met the policy evaluation criteria, while the efforts made by the government and the government's role related to the P3B Law have only efficient evaluation results in meeting the criteria.

Keywords: *Income Tax, Policy Evaluation, Digital Company*

ABSTRAK

Pajak Penghasilan Badan yaitu kontribusi terkait apapun yang menjadi penghasilan Badan yang dapat diperoleh dari luar negeri dan dalam negeri oleh Wajib Pajak Badan. Tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui implikasi serta upaya-upaya yang dilakukan pemerintah terhadap proses evaluasi kebijakan pajak penghasilan perusahaan digital, mengetahui peran pemerintah terhadap evaluasi kebijakan pajak penghasilan digital terkait Undang-Undang P3B, dan mengetahui skema Pajak Transaksi Elektronik terhadap kebijakan pajak penghasilan digital di Indonesia. Jenis penelitian ini yaitu penelitian kualitatif deskriptif. Metode pengumpulan data penelitian yaitu wawancara, studi literatur, dan dokumentasi. Hasil penelitian menyebutkan bahwa kebijakan pengenaan Pajak Penghasilan perusahaan digital di Indonesia masih dalam proses pembahasan melalui konsensus global. Pemerintah sempat melakukan upaya untuk

mengatasi hal ini dengan merencanakan penerapan skema Pajak Transaksi Elektronik. Evaluasi kebijakan terhadap implikasi Pajak Penghasilan perusahaan digital dan skema Pajak Transaksi Elektronik belum memenuhi kriteria evaluasi kebijakan, sedangkan upaya-upaya yang dilakukan pemerintah dan peran pemerintah terkait Undang-Undang P3B memiliki hasil evaluasi hanya efisien dalam memenuhi kriteria.

Kata-Kata Kunci: Pajak Penghasilan, Evaluasi Kebijakan, Perusahaan Digital

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kehadiran perusahaan digital di Indonesia saat ini cukup banyak, diantaranya seperti PT Anabatic Technologies Tbk, PT DCI Indonesia, dan PT Distribusi Voucher Nusantara Tbk (Zia, 2021). Sedangkan perusahaan asing yang tidak ada wujud fisik di Indonesia dengan menggunakan teori *significant economic presence* yaitu seperti Netflix, Google, Facebook, dan Spotify (Salsabilah, 2020). Hal tersebut termasuk sebagai salah satu kelompok pajak digital (Nurdiana, 2020). Pajak digital yang dimaksud yaitu produk digital yang dapat dikenakan pajak (Proconsult, 2021). Masa pandemi Covid-19 menyetak pemerintah untuk meningkatkan penerimaan pajak melalui produk digital. Melalui layanan *e-commerce*, produk tersebut saat masa pandemi meningkat pesat, karena mayoritas masyarakatnya melakukan semua aktivitas dari dalam rumah. Oleh karena itu semakin membuat produk digital dalam *e-commerce* tersebut laris diperdagangkan. Saat ini perusahaan asing yang mempunyai kegiatan bisnis di Indonesia dengan memenuhi kriteria tertentu dapat diperlakukan sebagai Bentuk Usaha Tetap (BUT) dengan menggunakan Teori *Significant Economics Presence*, karena seiring dengan meningkatnya transaksi produk digital tersebut. Transaksi produk digital dengan menggunakan teori tersebut akan memunculkan pajak digital. Jenis pajak digital terbagi menjadi dua, yaitu pajak penghasilan dan pajak pertambahan nilai (Haryadi & Sari, 2020). Fokus pembahasan pada penelitian ini yaitu mengenai pajak penghasilan.

Pada Juni 2021 pengenaan Pajak Penghasilan (PPH) telah disetujui melalui pembahasan konsensus global dengan negara multilateral maka direncanakan Indonesia akan mulai menerapkannya pada tahun mendatang (Hariani, 2021). Konsensus global yang dimaksud yaitu perjanjian multilateral yang digagas oleh *Organisation for Economic Cooperation and Development* (OECD). Produk digital di Indonesia ini mengacu dalam Pasal 6 ayat (1) huruf b pada Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2020 (Perpu No. 1 Tahun 2020) terkait dengan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) dan Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2020 (UU No. 2 Tahun 2020) terkait dengan pemantapan sistem keuangan dan kebijakan finansial negara pandemi Covid-19 dan/atau dalam rangka menghadapi ancaman yang membahayakan perdagangan nasional dan/atau pemantapan sistem finansial agar terciptanya kesetaraan kesejahteraan bagi pelaksana PMSE dan pemerintah (Ramadhan, 2020). Oleh karena itu, diperlukan evaluasi kebijakan PPh digital agar dapat dinilai saat ini perkembangan kebijakan tersebut melalui kriteria evaluasi yang telah ditentukan.

Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian ini adalah mengetahui implikasi dari pengenaan pajak digital tersebut, menjelaskan upaya yang dilakukan pemerintah terhadap proses evaluasi kebijakan pengenaan Pajak Penghasilan untuk perusahaan digital terkait dengan Bentuk Usaha Tetap di Indonesia, menjelaskan peran pemerintah dalam mengenakan Pajak Penghasilan sebagai pajak

digital terkait dengan Undang-Undang P3B beserta evaluasi kebijakan pajaknya, dan mengetahui skema Pajak Transaksi Elektronik yang ditetapkan untuk memungut pajak digital di Indonesia.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Pajak Penghasilan

Pajak penghasilan menurut Shofira & Rodhiyawan (2021) yaitu pajak atas pendapatan yang terhutang terkait dengan kewajiban wajib pajak yang telah dilakukan, dan pendapatan lain terhadap pekerjaan wajib pajak tersebut. Terdapat beberapa Pajak Penghasilan, seperti Pajak Penghasilan Pasal 21, 22, 23, 24, 25, 26, 28, 29, 4 ayat (2) dan Pajak Penghasilan Badan (Kurniawan, 2021). Fokus pembahasan dalam penelitian ini yaitu pada Pajak Penghasilan Badan.

Pajak Penghasilan Badan

Kontribusi wajib pajak badan yang terkait apapun penghasilan yang diperoleh dari luar dan dalam negeri oleh suatu badan yaitu Pajak Penghasilan (PPh) Badan (Natasya & Widjaja, n.d., 2021). Menurut RW, Bagianto, Yuniati (2018) pajak atas perolehan yang didapatkan oleh badan disebut Pajak Penghasilan Badan.

Subjek Pajak Dalam Negeri

Menurut Direktorat Jendral Pajak, (2021) Subjek Pajak Badan Dalam Negeri yaitu perusahaan yang melakukan aktivitas usahanya di Indonesia, kecuali unit badan tertentu yang memiliki kriteria yaitu pembentukannya didasarkan oleh ketentuan peraturan perundang-undangan didasarkan, pembentukannya berasal dari anggaran Pendapatan dan Belanja Negara dan Daerah, anggaran Pemerintah Pusat atau Pemerintah Daerah termasuk dalam penerimaan, aparat pengawasan fungsional negara memeriksa pembukuannya, sebagai satu kesatuan menggantikan yang berhak yaitu warisan yang belum dipecah.

Subjek Pajak Luar Negeri

Suatu badan yang tidak terdapat di Indonesia tetapi melakukan usaha atau aktivitasnya di Indonesia termasuk BUT disebut subjek Pajak Badan Luar Negeri (Resmi, 2019). Dalam pembahasan penelitian ini pajak perusahaan digital termasuk di dalamnya.

Bentuk Usaha Tetap

Bentuk usaha tetap untuk Badan Usaha menurut Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 (UU No. 36 Tahun 2008) yaitu badan yang tidak didirikan maupun berkedudukan untuk melaksanakan aktivitas di Indonesia yang dipergunakan yang dapat berupa tingkatan manajemen, kantor perwakilan, kantor cabang, gedung kantor, pabrik, bengkel, bangunan, tempat untuk menjual dan mempromosikan, penggalan serta pertambangan sumber alam, daerah kerja untuk pertambangan minyak dan gas bumi, kehutanan, perkebunan, pertanian, peternakan serta perikanan, proyek perakitan, instalasi, serta konstruksi, sepanjang dilakukan lebih dari 60 (enam puluh) hari dalam jangka waktu 12 (dua belas) bulan, pemberian jasa dapat dilakukan dalam bentuk apa pun oleh pegawai atau orang lain, kedudukan yang tidak bebas selaku agen yang bertindak sebagai badan, penerima premi asuransi di Indonesia yang tidak didirikan maupun berkedudukan di Indonesia yaitu pegawai atau agen dari perusahaan asuransi, penyelenggara transaksi elektronik untuk menjalankan kegiatan usaha melalui internet yang memiliki sewa yaitu seperti peralatan otomatis, agen, maupun komputer.

Pajak Digital

Subjek Pajak Luar Negeri maupun Subjek Pajak Dalam Negeri dalam pengenaan pajak jasa ataupun barang dengan bentuk digital yang memenuhi persyaratan tersebut disebut pajak

digital (Suwardi et al., 2020). Suatu sistem dalam perpajakan yang telah dikembangkan lebih luas lagi ketentuan objek pajaknya merupakan pajak digital (Pamela, 2021). Untuk membantu pemerintah, diperlukan penyederhanaan pajak sehingga seluruh sistem dapat terdigitalisasi disebut pajak digital (Sadiq, 2021).

Teori Significant Economics Presence

Jasa atau barang digital yang tidak terdapat wujud fisiknya di Indonesia yang membahas mengenai perubahan terbaru di Indonesia tentang PPh yang diperoleh termasuk dalam teori *significant economic presence*. Sedangkan, sistem *physical economic presence* yang mana artinya kehadiran wujud perusahaan yang terdapat di Indonesia wajib dikenakan pajak penghasilan sebelumnya telah dianut oleh Indonesia (Faifitasari, 2020). Ketentuan kehadiran ekonomi signifikan menurut Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2020 dalam Pasal 6 ayat (7), yaitu sebagai berikut:

- Jumlah tertentu dari peredaran bruto konsolidasi grup usaha.
- Jumlah tertentu dari penjualan di Indonesia.
- Jumlah tertentu dari pengguna aktif media digital di Indonesia.

Teori Evaluasi

Evaluasi yaitu cara untuk memperoleh data yang dapat dilihat dari perkembangan mengenai suatu hal yang terjadi agar tujuan dapat terlaksana menurut Edwin Wand dan Gerald W. Brow dalam (Sulistiyani et al., 2017). Evaluasi kebijakan dapat juga didefinisikan sebagai penilaian pelaksanaan suatu kebijakan yang dapat memunculkan kelayakan kebijakan tersebut. Berdasarkan pendapat dan teori William N. Dunn, sikap yang tepat pada masa kini dan masa sebelumnya yaitu salah satu sifat dari evaluasi. Terdapat dua evaluasi yang dapat dilakukan yaitu *ex-ante* dan *ex-post*. Pada penelitian ini hanya dapat dilakukan pada proses evaluasi *ex-ante* karena *ex-ante* tersebut yaitu pelaksanaan kebijakan yang dilakukan sebelumnya dapat dikatakan evaluasi merupakan proses (Mardianti et al., 2022). Terdapat evaluasi formatif dan evaluasi sumatif (William N. Dunn, 2003). Evaluasi tersebut termasuk ke dalam model kebijakan dari William N. Dunn. Evaluasi proses yang melibatkan seberapa jauh upaya-upaya yang dilakukan agar tercapai tujuannya disebut evaluasi formatif. Penulis menggunakan model evaluasi formatif dalam penelitian ini karena sesuai dengan pembahasan penelitian ini. Menurut William N. Dunn dalam (Mardianti et al., 2022), evaluasi kebijakan memiliki kriteria yang digunakan, yaitu sebagai berikut:

- Efektif yaitu suatu kebijakan yang dapat dilihat keberhasilannya.
- Efisien yaitu penilaian upaya yang dilakukan terhadap rencana pencapaian.
- Kecukupan yaitu penilaian dalam pemecahan masalah yang dapat mengatasi tujuan yang ingin dicapai.
- Pemerataan yaitu suatu cara untuk mendapatkan keadilan antar pihak.
- Responsivitas yaitu penilaian kebijakan terhadap kebutuhan yang ditanggapi.
- Ketepatan yaitu penilaian manfaat kebijakan terhadap kriteria yang ditetapkan.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam proses evaluasi menurut Suchman dalam (Zainuddin, 2013) yaitu dilakukan identifikasi tujuan kebijakan, dilakukan identifikasi masalah atau kendala yang terjadi, menguraikan setiap kriteria kebijakan, dan dilakukan penilaian setiap perubahan serta ditentukan keberhasilan suatu kebijakan.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis pendekatan penelitian kualitatif deskriptif yang mana menurut Rukajat (dalam Dewi & Sadjiarto, 2021) penelitian ini dilakukan dengan menganalisis fenomena secara *realistic*, andal, dan konkrit agar tujuan penelitian dapat jelas terdeskripsikan dari data yang diteliti. Alasan menggunakan pendekatan ini yaitu untuk memperdalam pengetahuan mengenai implikasi PPh perusahaan digital yang dikenakan pada produk digital, evaluasi serta upaya pemerintah dalam mengenakan pajak digital terkait dengan BUT, perkembangan UU P3B terkait pajak digital sampai saat ini, dan implementasi skema Pajak Transaksi Elektronik (PTE) yang akan diterapkan di Indonesia sebagai pajak digital.

Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah kebijakan PPh perusahaan digital terkait BUT dan Undang-Undang P3B untuk Indonesia. Objek tersebut dipilih karena informasi dan kebijakan pengenaan PPh digital di Indonesia masih belum mencukupi. Oleh karena itu penulis tertarik untuk membahas topik dalam penelitian ini.

Metode Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah lembaga dari Kementerian Keuangan RI. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu *nonprobability sampling*. Teknik pengambilan sampel tersebut adalah elemen dalam populasi yang didapatkan tidak secara acak, sehingga masing-masing elemen tiap populasi sudah ditetapkan (Wunas, 2012). Sampel tersebut yaitu bagian dari Kementerian Keuangan RI yaitu Badan Kebijakan Fiskal dan pihak Direktorat Jenderal Pajak pada unit Direktorat Perpajakan Internasional. Alasan sampel tersebut dipilih karena kriteria yang sudah ditetapkan dapat memiliki data sesuai dengan penelitian ini.

Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data dalam penelitian ini terdiri dari data kualitatif (Suci, 2021). Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder (Suci, 2021). Data primer dalam penelitian ini adalah untuk mendapatkan informasi mendalam berdasarkan wawancara langsung dengan narasumber terkait dengan kebijakan pengenaan PPh digital di Indonesia. Data sekunder dalam penelitian ini berupa data jumlah realisasi pendapatan Negara tahun 2020-2022.

Metode Pengumpulan Data Penelitian

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu wawancara, studi literatur dan dokumentasi. Bentuk wawancara yang dilakukan penulis yaitu wawancara berstruktur, penulis telah menyiapkan pertanyaan-pertanyaan tersebut kepada narasumber yang telah ditentukan sebelumnya (Rukajat, 2018). Wawancara dilakukan dengan pihak Badan Kebijakan Fiskal dan Direktorat Perpajakan Internasional. Studi literatur tersebut didapatkan penulis dari bahan bacaan seperti jurnal ilmiah, berita *online*, buku-buku baik berupa *e-book* maupun *textbook*, data statistik, dan sumber lain yang terkait dengan topik penelitian (Syafnidawaty, 2020). Dokumentasi yang dilakukan penulis yaitu berupa data jumlah realisasi pendapatan Negara tahun 2020-2022.

Metode Analisis Data

Analisis data kualitatif memiliki tiga tahapan (Sekaran & Bougie, 2016), yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan menggunakan teori evaluasi kebijakan beserta kriteria-kriteria evaluasi kebijakan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Kementerian Keuangan

Pada tanggal 18 Agustus 1945 setelah kemerdekaan Indonesia, Panitia Persiapan Kemerdekaan Indonesia (PPKI) menetapkan Undang-Undang Dasar Negara dan menetapkan beberapa Kementerian di Indonesia (Kementerian Keuangan RI, 2022). Salah satunya Kementerian Keuangan Republik Indonesia. Dahulu kala, penjaga keuangan atau disebut Kementerian Keuangan memiliki sejarah di Indonesia. Menurut Peraturan Presiden Nomor 57 Tahun 2020 Tentang Kementerian Keuangan dan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 118/PMK.01/2021 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Keuangan menyebutkan bahwa Kementerian Keuangan memiliki tugas yaitu menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang keuangan negara dan kekayaan negara. Menteri Keuangan dan Wakil Menteri Keuangan membawahi Inspektorat Jenderal, Sekretariat Jenderal, dan sembilan staf ahli Menteri Keuangan. Penelitian ini terkait dengan Direktorat Jenderal Pajak dan Badan Kebijakan Fiskal. Secara garis besar, kantor operasional dan kantor pusat merupakan bagian dari struktur organisasi DJP. Penelitian penulis terkait dengan kantor pusat yang terdiri dari empat jabatan tenaga pengkaji, Sekretariat Direktorat Jenderal, dan 14 unit direktorat.

Implikasi Pengenaan Pajak Penghasilan Perusahaan Digital

Perusahaan digital wajib untuk mengikuti peraturan perpajakan yang berlaku. Berdasarkan teori evaluasi yang penulis pilih dengan menyesuaikan isi dari penelitian ini yaitu teori evaluasi kebijakan William N. Dunn. Teori tersebut memiliki tolak ukur dalam penilaian evaluasi serta terdapat langkah-langkah yang dapat dilakukan untuk menentukan sejauh mana evaluasi kebijakan, seberapa efektif, efisien, memiliki kecukupan, terdapat pemerataan, responsivitas dan mendapat ketepatan penilaian kebijakan dalam penelitian penulis. Langkah pertama menurut teori evaluasi kebijakan pada pembahasan implikasi pengenaan pajak penghasilan perusahaan digital yaitu tujuan kebijakan yang dapat diidentifikasi. Tujuan kebijakan perencanaan pengenaan pajak penghasilan perusahaan digital tersebut yaitu untuk menambah jumlah penerimaan negara melalui pajak dan sebagai bentuk pemerataan perpajakan di Indonesia. Langkah kedua yang diperlukan untuk proses evaluasi yaitu masalah atau kendala yang terjadi dapat diidentifikasi.

Berdasarkan pertanyaan dalam wawancara dengan narasumber satu dan dua, mengenai masalah implikasi pengenaan pajak digital di Indonesia, pembahasan tersebut tidak terlepas dari mekanisme yang akan dikenakan untuk PPh digital saat ini yang masih dalam proses diskusi antara beberapa pihak. Mekanisme yang dapat dilakukan yaitu perusahaan digital harus sudah memenuhi persyaratan BUT untuk dapat dikenakan pajak. Sejauh ini belum ada pengenaan PPh digital atas perusahaan penyedia jasa digital dan belum ada implikasi karena belum diterapkan. Sehingga, konsekuensi yang didapatkan hanya dapat digunakan pada saat pandemi. Pengenaan PPh digital sulit dilakukan saat ini karena masih harus menunggu persetujuan konsensus global. Penerimaan pajak menjadi potensi utama yang diharapkan pemerintah dalam meningkatkan pendapatan negara. Salah satunya melalui pajak penghasilan. Didukung oleh data dari Badan Pusat Statistik sebagai berikut:

Sumber Penerimaan - Keuangan	Realisasi Pendapatan Negara (Milyar Rupiah)		
	2020	2021	2022
I. Penerimaan	1 628 950,53	1 733 042,80	1 845 556,80
Penerimaan Perpajakan	1 285 136,32	1 375 832,70	1 510 001,20
Pajak Dalam Negeri	1 248 415,11	1 324 660,00	1 468 920,00
Pajak Penghasilan	594 033,33	615 210,00	680 876,95
Pajak Pertambahan Nilai dan dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah	450 328,06	501 780,00	554 383,14
Pajak Bumi dan Bangunan	20 953,61	14 830,00	18 358,48
Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan	0,00	0,00	0,00
Cukai	176 309,31	182 200,00	203 920,00
Pajak Lainnya	6 790,79	10 640,00	11 381,43
Pajak Perdagangan Internasional	36 721,21	51 172,70	41 081,20
Bea Masuk	32 443,50	33 172,70	35 164,00
Pajak Ekspor	4 277,71	18 000,00	5 917,20

Gambar 1. Sumber Penerimaan Keuangan Negara

Dilihat dari Gambar 1. di atas terdapat kenaikan pada jumlah penerimaan pajak, terutama untuk PPN yang naik setelah berlakunya pajak digital. Oleh karena itu, perusahaan digital berpotensi untuk meningkatkan penerimaan pajak negara serta terdapat pemerataan perpajakan jika telah berlaku. Langkah ketiga yang dapat dilakukan dalam proses evaluasi yaitu diuraikan setiap kriteria/tolak ukur kebijakan. Langkah terakhir dalam proses evaluasi yaitu dilakukan penilaian keberhasilan kebijakan setiap perubahan. Dilihat dari identifikasi masalah dan tujuan dari kebijakan yang direncanakan, implikasi pengenaan Pajak Penghasilan perusahaan digital belum memenuhi semua kriteria dalam teori evaluasi kebijakan.

Upaya Pemerintah Mengenakan Pajak Penghasilan Untuk Perusahaan Digital

Pemerintah dalam menentukan target penerimaan pajak pasti disesuaikan dengan perkembangan peraturan pajak yang berlaku. Proses pengenaan PPh digital memiliki target penerimaan. Berdasarkan teori yang penulis pilih dengan menyesuaikan isi dari penelitian ini yaitu teori evaluasi kebijakan William N. Dunn. Teori tersebut memiliki tolak ukur dalam penilaian evaluasi serta terdapat langkah-langkah yang dapat dilakukan untuk menentukan sejauh mana evaluasi kebijakan, seberapa efektif, efisien, memiliki kecukupan, terdapat pemerataan, responsivitas dan mendapat ketepatan penilaian kebijakan dalam penelitian penulis. Langkah pertama menurut teori evaluasi kebijakan pada pembahasan upaya pemerintah dalam mengenakan pajak penghasilan perusahaan digital yaitu tujuan kebijakan yang dapat diidentifikasi. Tujuan kebijakan perencanaan pengenaan pajak penghasilan untuk produk digital yaitu untuk menambah jumlah penerimaan negara melalui pajak dan sebagai bentuk pemerataan perpajakan di Indonesia. Langkah kedua yang diperlukan untuk proses evaluasi yaitu masalah atau kendala yang terjadi dapat diidentifikasi. Sejauh ini belum ada target yang dibuat oleh pemerintah karena pilar satu dan dua masih diolah dalam pembahasan konsensus global. Upaya yang telah dilakukan pemerintah yaitu telah tergabung dalam konsensus global dan *global agreement*, kemudian pemerintah telah berupaya melalui skema Pajak Transaksi Elektronik (PTE). Upaya perencanaan pengenaan PPh digital masih dalam proses pembahasan pilar satu maupun pilar dua, maka dapat dipastikan kebijakan tersebut tidak akan berlaku pada tahun ini. Langkah ketiga yang dapat dilakukan dalam proses evaluasi yaitu diuraikan setiap kriteria/tolak ukur kebijakan. Langkah terakhir dalam proses evaluasi yaitu dilakukan penilaian keberhasilan kebijakan setiap perubahan. Dilihat dari

identifikasi masalah dan tujuan dari kebijakan yang direncanakan, upaya pemerintah dalam pengenaan Pajak Penghasilan untuk perusahaan digital hanya memenuhi kriteria efisien dalam teori evaluasi kebijakan.

Peran Pemerintah dalam Ruang Lingkup Undang-Undang P3B serta Evaluasi Kebijakan Perpajakan

Saat ini pembahasan dalam konsensus global masih dalam proses. Perkembangan terkait pajak digital selama ini masih dilakukan perbaikan secara terus-menerus guna menghasilkan kebijakan yang dapat layak diterima oleh semua negara yang akan menerapkannya. Berdasarkan teori evaluasi yang penulis pilih dengan menyesuaikan isi dari penelitian ini yaitu teori evaluasi kebijakan William N. Dunn. Teori tersebut memiliki tolak ukur dalam penilaian evaluasi serta terdapat langkah-langkah yang dapat dilakukan untuk menentukan sejauh mana evaluasi kebijakan, seberapa efektif, efisien, memiliki kecukupan, terdapat pemerataan, responsivitas dan mendapat ketepatan penilaian kebijakan dalam penelitian penulis. Langkah pertama menurut teori evaluasi kebijakan pada pembahasan peran pemerintah dalam ruang lingkup Undang-Undang P3B serta evaluasi kebijakan perpajakan. pengenaan pajak penghasilan perusahaan digital yaitu tujuan kebijakan yang dapat diidentifikasi. Tujuan kebijakan perencanaan pengenaan pajak penghasilan yang masih diupayakan oleh pemerintah tersebut yaitu untuk menambah jumlah penerimaan negara melalui pajak, sebagai bentuk pemerataan perpajakan di Indonesia, dan terjalinnya hubungan yang baik antar Indonesia dengan negara-negara lain di dunia.

Langkah kedua yang diperlukan untuk proses evaluasi yaitu masalah atau kendala yang terjadi dapat diidentifikasi. Terkait Undang-Undang P3B, pajak digital tidak membahas secara khusus untuk pengenaan PPh atas penyedia jasa digital jika penyedia jasa tersebut tidak memiliki BUT di Indonesia. G20 dalam hal ini menyatakan bahwa kebijakan tersebut tidak akan berlaku tahun ini dan keberadaan G20 bersifat hanya mendukung hasil kebijakan saja. Belum terdapat pemenuhan kewajiban perpajakan perusahaan digital dengan menggunakan teori *significant economics precense*. Negara yang telah menerapkannya yaitu negara India. Oleh karena itu, Indonesia belum menetapkan jumlah masing-masing dalam kriteria teori tersebut. Persetujuan konsensus global saat ini masih dalam proses pembahasan dan perbaikan secara terus menerus. Langkah ketiga yang dapat dilakukan dalam proses evaluasi yaitu diuraikan setiap kriteria/tolak ukur kebijakan. Langkah terakhir dalam proses evaluasi yaitu dilakukan penilaian keberhasilan kebijakan setiap perubahan. Dilihat dari identifikasi masalah dan tujuan dari kebijakan yang direncanakan, peran pemerintah dalam ruang lingkup P3B hanya memenuhi kriteria efisien dalam teori evaluasi kebijakan.

Skema Pajak Transaksi Elektronik (PTE) di Indonesia

Skema Pajak Transaksi Elektronik (PTE) diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No. 210 Tahun 2018. Aturan tersebut diberlakukan untuk *e-commerce*. Berdasarkan teori evaluasi yang penulis pilih dengan menyesuaikan isi dari penelitian ini yaitu teori evaluasi kebijakan William N. Dunn. Teori tersebut memiliki tolak ukur dalam penilaian evaluasi serta terdapat langkah-langkah yang dapat dilakukan untuk menentukan sejauh mana evaluasi kebijakan, seberapa efektif, efisien, memiliki kecukupan, terdapat pemerataan, responsivitas dan mendapat ketepatan penilaian kebijakan dalam penelitian penulis. Langkah pertama menurut teori evaluasi kebijakan pada pembahasan skema PTE pada pajak penghasilan perusahaan digital yaitu tujuan kebijakan yang dapat diidentifikasi. Tujuan kebijakan perencanaan menggunakan skema PTE untuk pajak penghasilan yang telah diupayakan oleh pemerintah tersebut yaitu untuk

menambah jumlah penerimaan negara melalui pajak, sebagai bentuk pemerataan perpajakan di Indonesia, dan menambah perkembangan sistem pajak yang ada di Indonesia.

Langkah kedua yang diperlukan untuk proses evaluasi yaitu masalah atau kendala yang terjadi dapat diidentifikasi. Peraturan tersebut sempat diberlakukan di Indonesia, tetapi sudah dicabut kembali dan dinyatakan sudah tidak berlaku berdasarkan PMK No. 31 Tahun 2019, sehingga saat ini belum ada aturan mengenai perlakuan perpajakan atas transaksi *e-commerce*. Indonesia masih menunggu *two pillar solution* yang dirancang oleh OECD untuk diadopsi di Indonesia. Langkah ketiga yang dapat dilakukan dalam proses evaluasi yaitu diuraikan setiap kriteria/tolak ukur kebijakan. Langkah terakhir dalam proses evaluasi yaitu dilakukan penilaian keberhasilan kebijakan setiap perubahan. Dilihat dari identifikasi masalah dan tujuan dari kebijakan yang direncanakan, skema PTE di Indonesia belum memenuhi semua kriteria dalam teori evaluasi kebijakan.

5. PENUTUP

Simpulan

Hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Kebijakan pengenaan PPh digital di Indonesia yang masih dalam proses pembahasan pada konsensus global melalui OECD dan *global agreement*. Konsekuensi yang terjadi dari peraturan tersebut adalah hanya dapat digunakan pada saat masa pandemi. Hasil evaluasi kebijakan menghasilkan implikasi dari kebijakan PPh digital yang belum memenuhi semua kriteria dalam teori evaluasi kebijakan.
- Pemerintah bersama OECD masih dalam proses membahas untuk PPh digital dalam konsensus global dan *global agreement*. Dibuat skema Pajak Transaksi Elektronik (PTE) oleh pemerintah. Hasil evaluasi kebijakan menghasilkan kebijakan PPh digital dengan beragam upaya-upaya yang telah dilakukan oleh pemerintah dinilai hanya memenuhi kriteria efisien.
- Pemerintah telah tergabung dalam anggota G20 dan *global agreement*. DJP sedang menganalisis dampak implementasi dari *Two Pillar Solution* terhadap penerimaan pajak penghasilan Indonesia. Kementerian Keuangan masih berupaya untuk menyelesaikan serta menunggu keputusan pada pilar satu dan pilar dua ditanda tangani. Hasil evaluasi kebijakan menghasilkan kebijakan PPh digital atas peran pemerintah dalam ruang lingkup Undang-Undang P3B dinilai hanya memenuhi kriteria efisien.
- Saat ini belum ada perlakuan perpajakan untuk transaksi *e-commerce* yang disebutkan dalam PMK No. 3 Tahun 2019 mengenai skema Pajak Transaksi Elektronik (PTE). Hasil evaluasi kebijakan menghasilkan kebijakan PPh digital atas PTE dinilai belum memenuhi semua kriteria dalam teori evaluasi kebijakan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, maka dapat diberikan saran yaitu bagi pihak Kementerian Keuangan dan Direktorat Jenderal Pajak diharapkan lebih gencar lagi untuk memikirkan alternatif lain dalam upaya pengenaan pajak penghasilan untuk perusahaan digital supaya muncul keadilan atau pemerataan pajak antara perusahaan konvensional dengan perusahaan digital di Indonesia. Bagi penelitian selanjutnya agar dapat memperluas perkembangan dalam ilmu serta pengenaan PPh digital karena pajak penghasilan digital ini masih tergolong baru

di Indonesia. Diharapkan setelah pajak penghasilan digital ini telah diterapkan di Indonesia, peneliti selanjutnya dapat mengevaluasi kembali dengan cakupan yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Apa Itu Pajak Digital? Ini Penjelasannya - Proconsult. (2021, December 18). ProConsult. <https://proconsult.id/pajak/pajak-digital/>
- Dewi, T. A. P., & Sadjiarto, A. (2021). Pelaksanaan Pembelajaran Daring Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Basicedu*, 5(4), 1909–1917.
- Direktorat Jendral Pajak. (n.d.). *Subjek Pajak PPh Badan | Direktorat Jenderal Pajak*. Retrieved December 20, 2021, from <https://www.pajak.go.id/id/subjek-pajak-pph-badan>
- Faifitasari, J. R. (2020). Analisis Pajak Penghasilan Pemotongan Dan Pemungutan Atas Aplikasi Streaming Musik Spotify Ditinjau Dari Teori Economic. *Jurnal Pajak Indonesia*, 4(No 2), 44–51. <http://jurnal.stan.ac.id/index.php/JPI/article/view/1061/599>
- Hariani, A. (2021). *G20 Sepakati Konsensus Global Pajak Digital - PAJAK.COM*. PAJAK.COM. <https://www.pajak.com/pajak/g20-sepakati-konsensus-global-pajak-digital/>
- Haryadi, B., & Sari, A. (2020). Tarik Ulur Regulasi dan Hambatan Penerimaan Pajak E-Commerce: Suatu Kajian Literatur. *Jurnal Riset Dan Aplikasi: Akuntansi Dan Manajemen*, 4(3). <https://doi.org/10.33795/jraam.v4i3.009>
- Kementerian Keuangan RI. (2022). *Sejarah Oeang*. Keenterian Keuangan Republik Indonesia. <https://www.kemenkeu.go.id/single-page/sejarah-oeang/>
- Kurniawan, D. H. (2021). Analisis Perencanaan Pajak Penghasilan Badan Sebagai Upaya Mengefisienkan Beban Pajak Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Kasus PT Z). *Politeknik Negeri Jakarta*, 1–32.
- Mardianti, R., Dinas, K., & Sipil, P. (n.d.). *EVALUASI SISTEM INFORMASI ADMINISTRASI KEPENDUDUKAN (SIAK) DALAM PEMBUATAN KARTU TANDA PENDUDUK ELEKTRONIK (KTP-EL) PADA DINAS KEPENDUDUKAN DAN*. 1418–1433.
- Natasya, M., & Widjaja, P. H. (2021). Analisis Perhitungan Pajak Penghasilan Badan Pada PT. XYZ Tahun 2017. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 3(1), 84–91.
- Nurdiana, T. (2020, May 31). *Mulai Agustus, langganan Netflix, Viu, Spotify, sampai transaksi online kena PPN*. Kontan.Co.Id. <https://nasional.kontan.co.id/news/mulai-agustus-langganan-netflix-viu-spotify-sampai-transaksi-online-kena-ppn>
- Pamela. (2021, October 27). *Pajak Digital: Pengertian, Hukum, Hingga Tantangannya - Ajaib*. Ajaib. <https://ajaib.co.id/pajak-digital-pengertian-hukum-hingga-tantangannya/>
- Ramadhan, M. R. (2020). ANALISIS ASPEK PERPAJAKAN NETFLIX DI INDONESIA. *Simposium Nasional Keuangan Negara*, 2(1), 59–77.
- Resmi, S. (2019). *Perpajakan Teori & Kasus (Edisi 11)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*. Deepublish.
- RW, N. S., Bagianto, A., & Yuniati, Y. (2018). Pengaruh Pemeriksaan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dan Dampaknya terhadap Efektivitas Penerimaan Pajak Penghasilan Badan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 2(2), 115–143.
- Sadiq, M. (2021). Impact Of Making Tax Digital On Small Businesses. *Arabian Group Of Journals*, 10(3),

123–134.

- Salsabilah, A. T. (2020, September 17). *Penerapan Pajak Digital Sebaiknya Ditunda – Tax Center*. Tax Center Universitas Airlangga. <https://taxcenter.vokasi.unair.ac.id/2020/09/17/penerapan-pajak-digital-sebaiknya-ditunda/>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business*. wiley.
- Shofira, A. Z., & Rodhiyawan, W. W. (2021). ASPEK PAJAK PENGHASILAN OTORITAS JASA KEUANGAN. *Jurnalku*, 1(1), 30–39.
- Suci, F. S. (2021). *Penyusunan Laporan Keuangan Yayasan Al Ihsan Permata Depok Berdasarkan PSAK 112: Akuntansi Wakaf*. 6–40.
- Sulistiyani, 2017, Paramita, & Suharsimi Arikunto. (2017). *Sulistiyani, 2009, Evaluasi Pendidikan , Surabaya: Paramita, h. 50 Suharsimi Arikunto, 2007, Program Penelitian, Jakarta: PT Rineka Putra, .*
- Suwardi, S., Budiandri, A., Cinthya, S., & Ghifri, N. A. (2020). MEMAJAKI TRANSAKSI EKONOMI DIGITAL: STUDI KASUS DI INDIA, PERANCIS, DAN AUSTRALIA. *JURNAL PKN (Jurnal Pajak Dan Keuangan Negara)*, 2(1), 1–12.
- Syafnidawaty. (2020, November 8). *DATA SEKUNDER - UNIVERSITAS RAHARJA*. Universitas Raharja. <https://raharja.ac.id/2020/11/08/data-sekunder/>
- William N. Dunn. (2003). *William-N.-Dunn-Pengantar-Analisis-Kebijakan-Publik-Gadjah-Mada-University-Press-2003_compressed-1.pdf* (p. 710).
- WUNAS, R. P. (2012). Pengaruh Advertising Attitude Terhadap Shopping Loyalty Melalui Impulse Buying Pada Carrefour Golden City Mall mayjen Sungkono Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 1(1).
- Zainuddin. (2013). *Evaluasi Program Diklat Diluar Balai (Studi Kasus Diklat Ditempat Kerja Tata Persuratan Pada Kantor Kementerian Agama Kota Binjai Tahun 2013*. 122.
- Zia, N. G. (2021, June 6). *Inilah 5 Perusahaan Teknologi Indonesia yang Terdaftar di BEI - BERNAS.id*. <https://www.bernas.id/2021/06/11148/80306-inilah-5-perusahaan-teknologi-indonesia-yang-terdaftar-di-bei/>

Halaman Persetujuan Artikel dari Dosen Pembimbing

Artikel saya berjudul

Evaluasi Kebijakan Pajak Penghasilan Perusahaan Digital di Indonesia

Telah selesai dikoreksi dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk dipublikasikan.

Tanda tangan

tanggal

Mahasiswa:



Syifa Tandra Aprilika

12-8-2022

Dosen Pembimbing:



Lia Ekowati, S.Sos., MPA.

12-8-2022

Efektivitas Penerapan Kebijakan Pemutihan Pajak, Keringanan Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor, Sosialisasi Perpajakan Sebagai Upaya Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Pemilik Kendaraan Bermotor di Provinsi DKI Jakarta Tahun 2020-2021

Puspa Amaranggana Pujaningrum Wardhani ¹⁾, Lia Ekowati ²⁾

¹⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: puspa.amaranggana.ak18@mhs.w.pnj.ac.id

²⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: lia.ekowati@akuntansi.pnj.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to research about taxpayer compliance within vehicle owners after tax whitening policy, remission in the vehicle ownership transfer expense, tax socialization has been implemented in DKI Jakarta in 2021. This study used qualitative descriptive method through interview with Samsat Offices in DKI Jakarta. The sample that has been used was purposive sampling and analyzed this study with data reduction, data display, and conclusion based on the suitability model by Korten. The study results showed that taxpayer compliance within vehicle owners in DKI Jakarta in 2021 increased after the implementation of tax whitening policy, remission in the vehicle ownership transfer expense, tax socialization based on variables that suitable in the suitability model by Korten. To sum up, tax whitening policy, remission in the vehicle ownership transfer expense, tax socialization was excellent as an effort to increase taxpayer compliance within vehicle owners in DKI Jakarta in 2021. There are some suggestions by researcher for Government in DKI Jakarta to increase tax compliance within vehicle owners, such as being active in socialization which explained tax payment through Samsat Digital Nasional to ease taxpayer, execute stricter vehicle raids, and cooperate with vehicle community to give tax information.

Keyword: Tax; Vehicle; Compliance; Socialization; Whitening

ABSTRAK

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk meneliti kepatuhan Wajib Pajak pemilik kendaraan bermotor setelah diberlakukan kebijakan pemutihan pajak, keringanan bea balik nama kendaraan bermotor, dan sosialisasi perpajakan di DKI Jakarta tahun 2021. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui teknik wawancara dengan Pihak Samsat di DKI Jakarta. Sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dan analisis penelitian menggunakan data reduksi, *data display*, dan pengambilan kesimpulan menggunakan Model Kesesuaian Korten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepatuhan Wajib Pajak kendaraan bermotor di DKI Jakarta tahun 2021 meningkat setelah pemberlakuan kebijakan pemutihan pajak, keringanan bea balik nama, dan sosialisasi perpajakan berdasarkan terjadinya kesesuaian ketiga unsur dalam Model Kesesuaian Korten atas hasil wawancara. Kesimpulan penelitian ini, yaitu kebijakan pemutihan pajak, keringanan bea balik nama kendaraan bermotor, dan sosialisasi perpajakan dinilai cukup

baik sebagai upaya meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak kendaraan bermotor di DKI Jakarta tahun 2021. Terdapat upaya yang dapat dilakukan oleh Pemerintah Daerah DKI Jakarta untuk meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak kendaraan bermotor, antara lain Pemerintah Daerah DKI Jakarta terus aktif melakukan sosialisasi perpajakan terkait pembayaran pajak kendaraan bermotor melalui Samsat Digital Nasional untuk memudahkan Wajib Pajak, melakukan razia kendaraan bermotor yang lebih ketat, dan bekerja sama dengan komunitas kendaraan bermotor untuk memberikan edukasi dan informasi perpajakan.

Kata kunci: Pajak; Kendaraan; Kepatuhan; Sosialisasi; Pemutihan

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Tiap daerah memiliki hak untuk memungut pajak daerah termasuk Pajak Kendaraan Bermotor (PKB). Pajak Kendaraan Bermotor dipungut atas kendaraan bermotor yang dimiliki Wajib Pajak. Berdasarkan Tabel 1, DKI Jakarta mengalami kenaikan jumlah Wajib Pajak kendaraan bermotor sebesar 242.406 unit di tahun 2021.

Tabel 1. Jumlah Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Tiap Kotamadya di DKI Jakarta Tahun 2020-2021

Kotamadya	Tahun 2020 (unit)	Tahun 2021 (unit)	Kenaikan/Penurunan (unit)	Persentase
Jakarta Timur	2.814.114	2.880.634	66.520	2%
Jakarta Utara	1.689.857	1.735.507	45.650	3%
Jakarta Barat	2.407.117	2.466.076	58.759	2%
Jakarta Pusat	1.205.862	1.226.613	20.751	2%
Jakarta Selatan	2.256.635	2.307.631	50.726	2%
Jumlah	10.373.785	10.616.191	242.406	11%
Rata-Rata	2.074.757	2.123.238	48.481	2.29%

Sumber: Badan Pendapatan Daerah DKI Jakarta (data diolah)

Dengan demikian, kenaikan jumlah Wajib Pajak kendaraan bermotor di DKI Jakarta menjadi potensi penerimaan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) yang tinggi apabila terjadi kepatuhan Wajib Pajak. Kepatuhan Wajib Pajak dinilai sangat penting sebab pendapatan daerah akan digunakan untuk pembangunan dan pelaksanaan otonomi daerah.

Selain pajak daerah, pendapatan daerah dapat berasal dari Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBN-KB). Pembelian mobil bekas meningkat di awal tahun 2021 yang disebabkan oleh pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di DKI Jakarta sejak tanggal 26 Januari sampai 8 Februari 2021. Serta, pada bulan Agustus 2021, DKI Jakarta memberlakukan Peraturan Ganjil Genap untuk mengatasi kepadatan kendaraan bermotor. Akan tetapi, Peraturan Ganjil-Genap tidak mengurangi kemacetan namun berdampak kepada pembelian kendaraan bermotor yang lebih banyak sebab masyarakat ingin memiliki plat kendaraan ganjil dan genap. Dengan demikian, kenaikan pembelian kendaraan yang diakibatkan oleh PSBB dan Peraturan Ganjil Genap menjadi potensi penerimaan Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBN-KB) DKI Jakarta tahun 2021.

Berdasarkan data Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) DKI Jakarta, Pajak Kendaraan Bermotor baru terealisasi 75% (tujuh puluh lima persen) dari target Rp8.800.000.000.000 atau

Rp6.825.000.000.000 di April 2021. Sehingga, Pemerintah Daerah DKI Jakarta memberlakukan Peraturan Gubernur Nomor 60 Tahun 2021 untuk meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak. Dalam pasal 12 di Peraturan Gubernur DKI Jakarta Nomor 60 Tahun 2021 dijelaskan bahwa terdapat penghapusan sanksi administratif bagi Wajib Pajak yang telat membayar pajak kendaraan bermotor. Penghapusan sanksi administratif PKB tersebut dikenal sebagai Pemutihan Pajak. Pasal 9 ayat 1 dan 2 dalam Peraturan Gubernur Nomor 60 Tahun 2021 juga menjelaskan bahwa Wajib Pajak yang melakukan pembayaran bea balik nama kendaraan bermotor mendapatkan potongan sebesar 50% (lima puluh persen) untuk penyerahan kendaraan bermotor kedua di bulan Agustus dan September 2021.

Pemerintah Daerah DKI Jakarta juga aktif melakukan sosialisasi perpajakan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat DKI Jakarta atas peraturan perpajakan. Dengan memahami perpajakan maka diharapkan dapat memberikan motivasi dan meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak.

Rumusan Masalah

Pajak Kendaraan Bermotor termasuk ke dalam pendapatan daerah yang akan digunakan untuk pembangunan dan pelaksanaan otonomi daerah. Jumlah kendaraan bermotor di DKI Jakarta pada tahun 2021 mengalami kenaikan disebabkan oleh peningkatan pembelian kendaraan bermotor saat pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan Peraturan Ganjil Genap di DKI Jakarta. Kepemilikan kendaraan bermotor tersebut menjadi potensi penerimaan Pajak Kendaraan Bermotor. Akan tetapi, penerimaan Pajak Kendaraan Bermotor pada bulan April 2021 belum mencapai target yaitu sejumlah Rp8.800.000.000.000 dan yang terealisasi sejumlah Rp6.825.000.000.000. Sehingga, Pemerintah Daerah DKI Jakarta memberlakukan pemutihan pajak, keringanan bea balik nama kendaraan bermotor, dan sosialisasi perpajakan untuk meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak. Maka dalam hal ini penulis tertarik untuk meneliti Efektivitas Penerapan Kebijakan Pemutihan Pajak, Keringanan Bea Balik Nama, Sosialisasi Perpajakan Sebagai Upaya Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Pemilik Kendaraan Bermotor di Provinsi DKI Jakarta Tahun 2020-2021.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian dan pertanyaan penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah menganalisis efektivitas penerapan kebijakan pemutihan pajak, keringanan bea balik nama kendaraan bermotor, sosialisasi perpajakan sebagai upaya meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak pemilik kendaraan bermotor di Provinsi DKI Jakarta Tahun 2020-2021 menggunakan Model Kesesuaian Korten.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Pajak Kendaraan Bermotor

Berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2021 tentang Penghitungan Dasar Pengenaan Pajak Kendaraan Bermotor dan Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor Tahun 2021 Pasal 1 ayat 4, Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) adalah pajak atas hak milik suatu kendaraan bermotor.

Tarif Pajak Kendaraan Bermotor

Tarif Pajak Kendaraan Bermotor untuk kepemilikan oleh Orang Pribadi yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah Pasal 6 ayat 1, yaitu:

1. Untuk kepemilikan Kendaraan Bermotor pertama paling rendah sebesar 1% (satu persen) dan paling tinggi sebesar 2% (dua persen)
2. Untuk kepemilikan Kendaraan Bermotor kedua dan seterusnya tarif dapat ditetapkan secara progresif paling rendah sebesar 2% (dua persen) dan paling tinggi sebesar 10% (sepuluh persen)

Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor

Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah Pasal 9 ayat 1, Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor pada umumnya dipahami sebagai pajak atas perubahan kepemilikan kendaraan bermotor.

Tarif Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah Pasal 12 ayat 1, tarif Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor ditetapkan sebagai berikut:

1. Penyerahan pertama sebesar 20% (dua puluh persen)
2. Penyerahan kedua dan seterusnya sebesar 1% (satu persen)

Pemutihan Pajak

Berdasarkan definisi oleh Shahnaz (2021), Pemutihan Pajak adalah kebijakan Pemerintah untuk menghilangkan denda bagi Wajib Pajak yang telat membayar Pajak Kendaraan Bermotor.

Sosialisasi Perpajakan

Berdasarkan definisi oleh Irwansah & Akbal (2018), Sosialisasi Perpajakan adalah pemberian pengetahuan dan informasi perpajakan kepada masyarakat oleh Direktur Jenderal Pajak maupun pihak lain yang berwenang.

Model Kesesuaian Korten

Model Kesesuaian Implementasi Kebijakan oleh Korten (1988) menyatakan bahwa keberhasilan suatu kebijakan dinilai dari kesesuaian tiga hal, antara lain:

1. Kesesuaian antara program atau kebijakan yang diberlakukan dengan kebutuhan sasaran kebijakan (pemanfaat)
2. Kesesuaian antara tugas yang harus dilakukan organisasi pelaksana dalam melaksanakan kebijakan dengan kemampuan kompetensi organisasi pelaksana sesungguhnya
3. Kesesuaian antara syarat yang harus dipenuhi oleh sasaran kebijakan untuk memperoleh manfaat kebijakan dengan hal yang dapat dilakukan sasaran kebijakan dalam memenuhi syarat tersebut

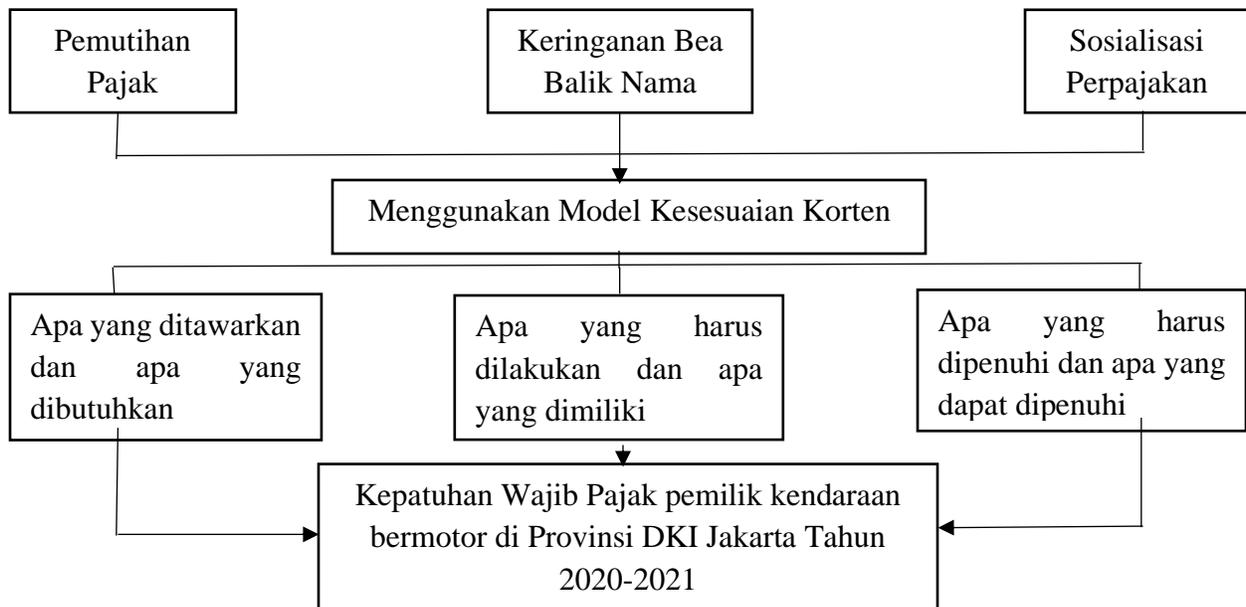


Gambar 1. Model Kesesuaian Korten

Penulis ingin melakukan penelitian dengan menggunakan model kesesuaian Korten seperti dalam Gambar 1. untuk analisis efektivitas penerapan kebijakan pemutihan pajak, keringanan bea balik nama kendaraan bermotor, sosialisasi perpajakan sebagai upaya meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak pemilik kendaraan bermotor di Provinsi DKI Jakarta Tahun 2020-2021. Model kesesuaian memenuhi syarat penilaian keberhasilan suatu kebijakan yang ingin diteliti Penulis. Syaratnya yaitu pemanfaat, organisasi pelaksana, output, dan program. Selain itu, model kesesuaian mencakup unsur penilaian oleh para ahli lain yang juga mengeluarkan model implementasi kebijakan dan lebih mudah digunakan.

Kerangka Pemikiran

Variabel independen dalam penelitian ini adalah Pemutihan Pajak, Keringanan Bea Balik Nama, dan Sosialisasi Perpajakan. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kepatuhan Wajib Pajak pemilik kendaraan bermotor di Provinsi DKI Jakarta Tahun 2020-2021 menggunakan analisis Model Kesesuaian Korten yang terdiri atas apa yang ditawarkan dengan apa yang dibutuhkan, apa yang harus dilakukan dengan apa yang dimiliki, serta apa yang harus dipenuhi dengan apa yang dapat dipenuhi. Maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan melalui Gambar 2. berikut:



Gambar 2. Bagan Kerangka Pemikiran Penelitian

3. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif sebab ingin menjelaskan fenomena penerapan kebijakan perpajakan yang diberlakukan di DKI Jakarta tahun 2021.

Metode Pengambilan Sampel

Sampel penelitian ini, yaitu *purposive sampling* sebab berfokus kepada karakteristik yang dimiliki oleh pihak Samsat-Samsat di Jakarta. Karakteristik yang dimiliki Samsat di DKI Jakarta yaitu:

1. Sebagai organisasi pelaksana penerapan kebijakan Pemutihan Pajak, Keringanan Bea Balik Nama, Sosialisasi Perpajakan
2. Sebagai pemilik informasi terkait penerimaan Pajak Kendaraan Bermotor dan Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor di DKI Jakarta tahun 2021

Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan Penulis adalah kualitatif deskriptif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer berupa hasil wawancara dengan pihak Samsat Jakarta Timur, Jakarta Barat, Jakarta Selatan, Jakarta Utara, Jakarta Pusat. Selain data primer, Penulis juga menggunakan data sekunder yaitu Tabel Jumlah Penerimaan Pajak Kendaraan Bermotor serta Penerimaan Bea Balik Nama Tahun 2020 dan 2021 yang dimiliki Badan Pendapatan Daerah DKI Jakarta.

Metode Analisis Data

Penulis melakukan analisis data dengan cara *data reduction*, *data display*, dan pengambilan kesimpulan. Penelitian menggunakan data primer sehingga setelah data dikumpulkan berupa hasil wawancara maka akan dipilih yang sesuai dengan kriteria, yaitu relevan dan konsisten dengan topik penelitian (*data reduction*). *Data display* adalah tahapan selanjutnya yaitu menampilkan data yang sudah dipilih oleh Penulis. Setelah *data display*, maka selanjutnya Penulis mengambil kesimpulan dari hasil wawancara berdasarkan analisis menggunakan Model Kesesuaian Korten.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah singkat Kantor Bersama Samsat di DKI Jakarta

Kantor Bersama Samsat didirikan pada tahun 1976 atas dasar Instruksi Bersama Tiga Menteri (Menteri Pertahanan dan Keamanan, Menteri Keuangan, dan Menteri Dalam Negeri) Nomor Polisi KEP/13/XII/1976 Tentang Pelaksanaan Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (Samsat) dengan nama Kantor Bersama Samsat Polda Metro Jaya. Peraturan Presiden Nomor 5 Tahun 2015 Tentang Penyelenggaraan Samsat menjelaskan bahwa terdapat tiga badan dalam Kantor Samsat yaitu Dinas Pendapatan Daerah yang mengatur penerimaan pajak kendaraan bermotor. Selain itu, Direktorat Lalu Lintas Kepolisian Daerah (Ditlantas Polda) mengatur registrasi dan identifikasi kendaraan bermotor, serta PT Jasa Raharja yang mengatur Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan (SWDKLLJ). Pada tahun 2017, pembayaran pajak kendaraan bermotor dapat dilakukan melalui online dengan aplikasi Samsat Online Nasional (Samolnas) yang diganti dengan Samsat Digital Nasional pada tahun 2021. Oleh karena itu, pembayaran pajak kendaraan bermotor menjadi lebih mudah tanpa perlu datang ke Kantor Samsat secara langsung.

Analisis Efektivitas Pemutihan Pajak

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa narasumber, pada umumnya kebijakan pemutihan pajak yang diberlakukan oleh Pemerintah Daerah DKI Jakarta pada tahun 2021 sesuai dengan yang dibutuhkan masyarakat DKI Jakarta. Selain itu, tugas yang harus dilakukan oleh Pemerintah Daerah DKI Jakarta untuk melaksanakan kebijakan pemutihan pajak sesuai dengan kemampuan kompetensi sesungguhnya yang dimiliki Pemerintah Daerah DKI Jakarta. Serta, syarat yang harus dipenuhi oleh masyarakat DKI Jakarta untuk mendapatkan pemutihan pajak sesuai dengan kemampuan masyarakat DKI Jakarta untuk memenuhinya. Hal ini dapat dilihat di Matriks Pemutihan Pajak.

Matriks Pemutihan Pajak

Variabel	Unsur Model Kesesuaian Korten	Hasil Wawancara	Sumber Data	Keterangan
Pemutihan Pajak	Apa yang ditawarkan dan apa yang dibutuhkan	<ol style="list-style-type: none">1. Wajib Pajak melakukan permohonan pemberlakuan pemutihan pajak2. Pemutihan pajak mendapatkan reaksi positif dari Wajib Pajak3. Pemutihan pajak meringankan beban Wajib Pajak	<ol style="list-style-type: none">1. Samsat Jakarta Utara2. Samsat Jakarta Timur3. Samsat Jakarta Selatan	Sesuai
	Apa yang harus dilakukan dan apa yang dapat dilakukan	<ol style="list-style-type: none">1. Samsat selalu siap melayani Wajib Pajak2. Pegawai Samsat sudah memahami tugas dan tanggung jawab masing-masing3. Samsat Jakarta Pusat mengalami kendala, yaitu kurangnya sumber daya manusia dan data pemilik kendaraan bermotor yang tidak akurat	<ol style="list-style-type: none">1. Samsat Jakarta Timur2. Samsat Jakarta Utara3. Samsat Jakarta Pusat	Sesuai
	Apa yang harus dipenuhi dan apa yang dapat dipenuhi	<ol style="list-style-type: none">1. Syarat mendapatkan pemutihan pajak, yaitu membawa KTP asli, STNK asli, dan BPKB asli dalam melakukan pembayaran PKB2. Syarat dijelaskan melalui media online Samsat secara lengkap dan saat ini sudah ada Samsat Digital Nasional yang memudahkan pembayaran PKB	<ol style="list-style-type: none">1. Samsat Jakarta Timur2. Samsat Jakarta Barat	Sesuai

Sumber: data diolah

Efektivitas kebijakan pemutihan pajak di DKI Jakarta tahun 2021 dinilai sudah cukup baik berdasarkan kesesuaian ketiga unsur dalam Model Kesesuaian Korten. Dampak kesesuaian ketiga

unsur dalam kebijakan pemutihan pajak di DKI Jakarta tahun 2021 dapat dilihat dalam Tabel 2, yaitu terdapat kenaikan jumlah realisasi penerimaan pajak kendaraan bermotor.

Tabel 2. Realisasi Penerimaan Pajak Kendaraan Bermotor Tiap Kotamadya di DKI Jakarta Tahun 2020-2021

Unit	Pajak Kendaraan Bermotor		Kenaikan/Penurunan (Rp)	Persentase
	2020 (Rp)	2021 (Rp)		
Jakarta Barat	1.670.181.690.077	1.909.210.378.070	239.028.687.993	14%
Jakarta Pusat	1.272.159.066.951	1.181.631.123.661	-90.527.943.290	-7%
Jakarta Selatan	2.061.913.756.535	2.244.188.604.664	182.274.848.129	9%
Jakarta Timur	1.684.659.845.742	1.763.870.178.020	79.210.332.278	5%
Jakarta Utara	1.190.309.125.163	1.535.680.319.977	345.371.194.814	29%
Jumlah	7.879.223.484.468	8.634.580.604.392	755.357.119.924	50%
Rata-Rata	1.575.844.696.894	1.726.916.120.878	151.071.423.985	9.95%

Sumber: Badan Pendapatan Daerah DKI Jakarta (data diolah)

Berdasarkan Tabel 2, tiap kotamadya di DKI Jakarta mengalami kenaikan realisasi penerimaan pajak kendaraan bermotor di tahun 2021 sejumlah Rp755.357.119.924 setelah diberlakukan pemutihan pajak kecuali Jakarta Pusat yang mengalami penurunan sebesar -7% (minus tujuh persen). Penurunan penerimaan PKB di Jakarta Pusat tahun 2021 disebabkan kendaraan baru di kotamadya tersebut adalah kendaraan plat kuning (angkutan umum) yang dibebaskan dari pajak kendaraan bermotor.

Analisis Keringanan Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa narasumber, pada umumnya kebijakan keringanan bea balik nama kendaraan bermotor yang diberlakukan oleh Pemerintah Daerah DKI Jakarta pada tahun 2021 sesuai dengan yang dibutuhkan masyarakat DKI Jakarta. Selain itu, tugas yang harus dilakukan oleh Pemerintah Daerah DKI Jakarta untuk melaksanakan kebijakan keringanan bea balik nama kendaraan bermotor sesuai dengan kemampuan kompetensi sesungguhnya yang dimiliki Pemerintah Daerah DKI Jakarta. Serta, syarat yang harus dipenuhi oleh masyarakat DKI Jakarta untuk mendapatkan keringanan bea balik nama kendaraan bermotor sesuai dengan kemampuan masyarakat DKI Jakarta untuk memenuhinya. Hal ini dapat dilihat di Matriks Keringanan Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor.

Matriks Keringanan Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor

Variabel	Unsur Model Kesesuaian Korten	Hasil Wawancara	Sumber Data	Keterangan
Keringanan Bea Balik Nama	Apa yang ditawarkan	1. Wajib Pajak lebih patuh untuk balik nama kendaraan bermotor	1. Samsat Jakarta Pusat	Sesuai

Kendaraan Bermotor	dan apa yang dibutuhkan	2. Wajib Pajak memiliki keinginan untuk balik nama kendaraan	2. Samsat Jakarta Timur 3. Samsat Jakarta Barat	
	Apa yang harus dilakukan dan apa yang dapat dilakukan	1. Tidak ada kendala sebab ada pihak yang mengatur balik nama kendaraan bermotor 2. Kebijakan keringanan BBN-KB sudah dilakukan secara maksimal sehingga tidak ada kendala	1. Samsat Jakarta Utara 2. Samsat Jakarta Selatan	Sesuai
	Apa yang harus dipenuhi dan apa yang dapat dipenuhi	1. Syarat mendapatkan keringanan BBN-KB, yaitu melakukan balik nama kendaraan bermotor di bulan Agustus dan September 2021 di DKI Jakarta 2. Wajib Pajak mampu melakukan balik nama kendaraan bermotor apabila sudah mampu membeli kendaraan bermotor	1. Samsat Jakarta Pusat 2. Samsat Jakarta Barat	Sesuai

Sumber: data diolah

Efektivitas kebijakan keringanan bea balik nama kendaraan bermotor di DKI Jakarta tahun 2021 dinilai sudah cukup baik berdasarkan kesesuaian ketiga unsur dalam Model Kesesuaian Korten. Dampak kesesuaian ketiga unsur dalam kebijakan keringanan bea balik nama kendaraan bermotor di DKI Jakarta tahun 2021 dapat dilihat di Tabel 3, yaitu terdapat kenaikan jumlah realisasi penerimaan bea balik nama kendaraan bermotor.

Tabel 3. Realisasi Penerimaan Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor Tiap Kotamadya di DKI Jakarta Tahun 2020-2021

Unit	Pajak Kendaraan Bermotor		Kenaikan/Penurunan (Rp)	Persentase
	2020 (Rp)	2021 (Rp)		
Jakarta Barat	738.753.831.100	1.080.707.192.950	341.953.361.850	46%
Jakarta Pusat	540.681.293.250	688.805.592.850	148.124.299.600	27%
Jakarta Selatan	978.320.643.500	1.290.005.365.500	311.684.722.000	32%
Jakarta Timur	735.627.938.800	959.316.951.250	223.696.234.600	30%
Jakarta Utara	675.821.228.900	969.316.951.250	293.495.722.350	43%
Jumlah	3.669.204.935.550	4.988.159.275.950	1.318.954.340.400	179%
Rata-Rata	733.840.987.110	997.631.855.190	263.790.868.080	35.88%

Sumber: Badan Pendapatan Daerah DKI Jakarta (data diolah)

Berdasarkan Tabel 3, tiap kotamadya di DKI Jakarta Tahun 2021 mengalami kenaikan realisasi penerimaan bea balik nama kendaraan bermotor sebesar Rp1.318.954.340.400 setelah diberlakukan kebijakan keringanan bea balik nama kendaraan bermotor.

Analisis Sosialisasi Perpajakan

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa narasumber, pada umumnya sosialisasi perpajakan yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah DKI Jakarta pada tahun 2021 sesuai dengan yang dibutuhkan masyarakat DKI Jakarta. Selain itu, tugas yang harus dilakukan oleh Pemerintah Daerah DKI Jakarta untuk melaksanakan sosialisasi perpajakan sesuai dengan kemampuan kompetensi sesungguhnya yang dimiliki Pemerintah Daerah DKI Jakarta. Serta, syarat yang harus dipenuhi oleh masyarakat DKI Jakarta untuk mendapatkan sosialisasi perpajakan sesuai dengan kemampuan masyarakat DKI Jakarta untuk memenuhinya. Hal ini dapat dilihat di Matriks Sosialisasi Perpajakan.

Matriks Sosialisasi Perpajakan

Variabel	Unsur Model Kesesuaian Korten	Hasil Wawancara	Sumber Data	Keterangan
Sosialisasi Perpajakan	Apa yang ditawarkan dan apa yang dibutuhkan	1. Wajib Pajak ingin mengetahui informasi insentif fiskal 2. Pihak Samsat Jakarta Selatan bekerja sama dengan Divisi Humas Bapenda DKI Jakarta dalam melakukan sosialisasi perpajakan	1. Samsat Jakarta Timur 2. Samsat Jakarta Barat 3. Samsat Jakarta Selatan	Sesuai
	Apa yang harus dilakukan dan apa yang dapat dilakukan	1. Sosialisasi perpajakan secara langsung terhambat oleh pandemi <i>covid-19</i> sehingga dilakukan melalui media online 2. Samsat aktif melakukan sosialisasi perpajakan melalui media online tanpa ada kendala	1. Samsat Jakarta Timur 2. Samsat Jakarta Selatan	Sesuai
	Apa yang harus dipenuhi dan apa yang dapat dipenuhi	1. Sosialisasi perpajakan dilakukan melalui media online sehingga Wajib Pajak mudah mengakses informasi perpajakan 2. Untuk mendapatkan informasi perpajakan cukup dengan mengunjungi gerai samsat di mal-mal Jakarta	1. Samsat Jakarta Barat 2. Samsat Jakarta Selatan	Sesuai

Sumber: data diolah

Efektivitas sosialisasi perpajakan di DKI Jakarta tahun 2021 dinilai sudah cukup baik berdasarkan kesesuaian ketiga unsur dalam Model Kesesuaian Korten. Dampak kesesuaian ketiga

unsur dalam sosialisasi perpajakan di DKI Jakarta tahun 2021 dapat dilihat dari kenaikan realisasi penerimaan pajak kendaraan bermotor dan bea balik nama kendaraan bermotor di Tabel 2 dan 3.

Analisis Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di DKI Jakarta Setelah Pemberlakuan Kebijakan Pemutihan Pajak, Keringanan Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor, dan Sosialisasi Perpajakan Tahun 2021

Wajib Pajak kendaraan bermotor di DKI Jakarta tahun 2020 terdaftar sejumlah 10.373.785 dengan persentase Wajib pajak kendaraan bermotor yang patuh di tahun 2020 sebesar 69% (enam puluh sembilan persen). Jumlah Wajib Pajak kendaraan bermotor DKI Jakarta tahun 2021 sebesar 10.616.191 dengan persentase Wajib Pajak patuh meningkat menjadi sebesar 71% (tujuh puluh satu persen). Hal ini dapat dilihat di Tabel 4.

Tabel 4. Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor DKI Jakarta Tahun 2020-2021

Tahun	Wajib Pajak yang Terdaftar (Unit)	Wajib Pajak Patuh		Wajib Pajak Tidak Patuh	
		Jumlah (Unit)	Persentase	Jumlah (Unit)	Persentase
2020	10.373.785	7.184.235	69%	3.189.550	31%
2021	10.616.191	7.573.340	71%	3.042.851	29%

Sumber: Badan Pendapatan Daerah DKI Jakarta (data diolah)

Menurut penulis, kepatuhan Wajib Pajak di DKI Jakarta tahun 2021 sudah baik dilihat dari kenaikan jumlah Wajib Pajak patuh di tahun 2021 pada Tabel 4. Wajib Pajak DKI Jakarta yang tidak patuh di tahun 2021 disebabkan oleh Wajib Pajak belum melakukan balik nama kendaraan bermotor sehingga menghambat proses pembayaran pajak kendaraan bermotor.

5. PENUTUP

Simpulan

Dari hasil penelitian dan analisis data dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kebijakan pemutihan pajak DKI Jakarta tahun 2021 dinilai cukup baik sebagai upaya meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak kendaraan bermotor tahun 2020-2021 berdasarkan kesesuaian unsur-unsur Model Kesesuaian Korten
2. Kebijakan keringanan bea balik nama kendaraan bermotor dinilai cukup baik sebagai upaya meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak kendaraan bermotor di DKI Jakarta tahun 2020-2021 berdasarkan kesesuaian unsur-unsur Model Kesesuaian Korten
3. Sosialisasi Perpajakan dinilai cukup baik sebagai upaya meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak kendaraan bermotor di DKI Jakarta tahun 2020-2021 berdasarkan kesesuaian unsur-unsur Model Kesesuaian Korten.

Saran

1. Melakukan sosialisasi perpajakan secara aktif terkait insentif fiskal yang diberlakukan di DKI Jakarta dan kemudahan membayar PKB melalui Samsat Digital Nasional sehingga Wajib Pajak kendaraan bermotor lebih mudah melakukan pembayaran PKB

2. Melakukan razia yang lebih ketat di jalan agar kendaraan bermotor lebih taat aturan perpajakan
3. Melakukan sosialisasi perpajakan secara langsung di komunitas kendaraan bermotor, khususnya untuk jenis kendaraan bermotor dengan nilai jual kendaraan di atas Rp1.000.000.000

DAFTAR PUSTAKA

- Indonesia. *Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Irwansah dan Akbal, M. (2018). Pelaksanaan Sosialisasi Perpajakan Untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Dalam Membayar Pajak Bumi Dan Bangunan Di Kota Makassar. *Sereal Untuk*, 51(1), 24.
- Peraturan Gubernur DKI Jakarta Nomor 60 Tahun 2021. (2021). Badan Pendapatan Daerah DKI Jakarta. Jakarta.
- Shahnaz, K. (2022). " Tunggak Pajak Kendaraan Bermotor? Simak Ini Pemda yang Gulirkan Pemutihan PKB". <https://otomotif.bisnis.com/read/20220627/275/1548358/tunggak-pajak-kendaraan-bermotor-simak-ini-pemda-yang-gulirkan-pemutihan-pkb>, diakses pada 7 Januari 2022.

Halaman Persetujuan Artikel dari Dosen Pembimbing

Artikel saya berjudul

Efektivitas Penerapan Kebijakan Pemutihan Pajak, Keringanan Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor, Sosialisasi Perpajakan Sebagai Upaya Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Pemilik Kendaraan Bermotor di Provinsi DKI Jakarta Tahun 2020-2021

Telah selesai dikoreksi dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk dipublikasikan.

	Tanda Tangan	Tanggal
Mahasiswa : Puspa Amaranggana Pujaningrum Wardhani		9-8-2022
Dosen Pembimbing : Lia Ekowati, S.Sos, MPA.		9-8-2022

Pendeteksian Kecurangan Laporan Keuangan Menggunakan *Fraud Pentagon Theory* pada Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Laurena Julya¹⁾, Ridwan Zulpi Agha²⁾

¹⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: laurena.julya.ak18@mhs.w.pnj.ac.id

²⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: ridwan.zulfiagha@akuntansi.pnj.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of the fraud pentagon element on financial statement fraud. The fraud pentagon consists of five elements, namely pressure is proxied by financial stability, opportunity is proxied by ineffective monitoring, rationalization is proxied by change in auditors, capability is proxied by change in directors, and arrogance is proxied by frequents number of CEO's pictures. The method of measuring financial statement fraud is using the F-score model. The population in this study are consumer goods industrial companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2017-2020 using purposive sampling technique so that a sample of 132 companies was selected. The data analysis technique used is logistic regression analysis which is processed with the SPSS 26 application. The results of this study indicate that the variables of pressure, opportunity, rationalization, capability, and arrogance do not have a significant effect on financial statement fraud either partially or simultaneously.

Keywords: *Financial Statement Fraud, Fraud Pentagon, F-Score.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh elemen *fraud pentagon* terhadap kecurangan laporan keuangan. *Fraud pentagon* terdiri dari lima elemen yaitu *pressure* diproksikan dengan *financial stability*, *opportunity* diproksikan dengan *ineffective monitoring*, *rationalization* diproksikan dengan *change in auditor*, *capability* diproksikan dengan *change in directors*, dan *arrogances* diproksikan dengan *frequents number of CEO's pictures*. Metode pengukuran kecurangan laporan keuangan adalah menggunakan *F-score* model. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2020 dengan menggunakan teknik *purposive sampling* sehingga terpilih sampel sebanyak 132 perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah menggunakan analisis regresi logistik yang diolah dengan aplikasi SPSS 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *pressure*, *opportunity*, *rationalization*, *capability*, dan *arrogances* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kecurangan laporan keuangan baik secara parsial maupun secara simultan.

Kata-Kata Kunci: *Kecurangan Laporan Keuangan, Fraud Pentagon, F-Score.*

1. PENDAHULUAN

Laporan keuangan berisikan informasi penting tentang kinerja sebuah perusahaan sehingga laporan keuangan haruslah terbebas dari kesalahan dan segala bentuk *fraud* (kecurangan). Sehingga, laporan keuangan harus disajikan sesuai dengan unsur-unsur kualitatifnya, seperti:

mudah dipahami, andal, dapat dibandingkan (*comparable*), dan relevan agar dapat berfungsi secara maksimal bagi penggunaannya, yaitu pihak internal dan pihak eksternal (Setiawati dan Baningrum, 2018). Motivasi atau dorongan untuk selalu terlihat baik bagi berbagai pihak yang menggunakan laporan keuangan, sering memaksa perusahaan untuk melakukan kecurangan dan manipulasi di bagian-bagian tertentu, sehingga pada akhirnya perusahaan menyajikan informasi yang tidak semestinya dan akan berdampak merugikan banyak pihak (Harto dan Tesa, 2016). Laporan hasil survei yang diterbitkan oleh *Association of Certified Fraud Examiners* menyebutkan bahwa terdapat 198 kasus kecurangan yang terjadi selama tahun 2020. Dari sebanyak 16 negara di Kawasan Asia Pasifik, Indonesia menjadi penyumbang terbanyak kasus fraud, tercatat sebanyak 36 kasus. Diikuti oleh China sebanyak 33 kasus, dan Australia 29 kasus. Kasus kecurangan tersebut terbagi menjadi tiga kategori, yaitu *asset misappropriation*, *corruption*, dan *financial statement fraud*. Dari tiga kategori tersebut, kasus kecurangan tertinggi terjadi pada *asset misappropriation* sebesar 86% dengan *median loss* terendah dari tiga kategori yaitu sebesar US\$100.000. Kasus *corruption* pada urutan kedua sebesar 43% dengan *median loss* US\$200.000. Sedangkan *financial statement fraud* paling sedikit terjadi yaitu sebesar 10%, namun dampak kerugiannya paling tinggi dari dua kategori lainnya sebesar US\$ 954.000.

Laporan yang disajikan ACFE (2020) juga menyebutkan berbagai industri yang melakukan praktik kecurangan. Tiga industri dengan jumlah kasus terbanyak secara berturut-turut yaitu: perbankan 386 kasus, pemerintahan 195 kasus, dan manufaktur 185 kasus. Namun, diantara tiga industri tersebut, industri manufaktur mengalami kerugian paling besar yaitu sebanyak US\$198.000. Laporan Deloitte (2021) menyebutkan bahwa salah satu industri yang paling rawan terhadap risiko kecurangan adalah industri manufaktur, dimana industri ini terbagi menjadi tiga sektor yang salah satu sektornya adalah industri barang konsumsi. Indriani dan Rohman (2022) menyebutkan dalam penelitiannya, bahwa barang konsumsi memiliki sifat penjualan yang cepat dibandingkan industri lainnya karena produk yang dihasilkan berupa barang kebutuhan pokok, dimana tingginya perputaran barang (penjualan yang cepat) menimbulkan banyak potensi terjadinya kecurangan. Beberapa kasus kecurangan yang terjadi pada industri barang konsumsi dan telah terungkap ke publik seperti perusahaan bidang makanan multinasional yaitu PT. Tiga Pilar Sejahtera Food (AISA). AISA dilaporkan telah melakukan double bookkeeping dan window dressing dalam menyajikan laporan keuangannya pada tahun 2017. AISA melakukan manipulasi laporan keuangannya yang ternyata mengalami rugi bersih sebesar Rp. 5,32 triliun dimana sebelumnya dilaporkan sebesar Rp. 551,9 miliar. Hal ini berarti terdapat penggelembungan dana yang sangat besar yaitu sebesar Rp. 4,68 triliun (Sagala dan Siagian, 2021).

Peneliti terdahulu juga telah melakukan penelitian mengenai kecurangan laporan keuangan. Namun pada penelitian tersebut diperoleh hasil yang tidak konsisten (*mix-result*) sehingga pendeteksian kecurangan laporan keuangan menarik untuk diteliti lebih lanjut. Topik penelitian ini penting untuk diteliti lebih mendalam agar dapat digunakan sebagai pendeteksi kecurangan laporan keuangan yang diprosikan melalui *fraud pentagon* sehingga dapat menghindari besarnya risiko yang diakibatkan oleh kecurangan laporan keuangan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Agency Theory (Teori Agensi)

Michael C. Jensen dan William H. Meckling (1976) menjelaskan hubungan keagenan timbul ketika prinsipal (pemilik perusahaan atau pemegang saham) merekrut seorang agen (pengelola modal atau manajemen perusahaan) untuk dapat memberikan kontribusi kepada perusahaan. Kemudian, agen diberikan wewenang oleh prinsipal dalam mengambil keputusan

serta harus mempertanggungjawabkan segala sesuatu yang telah dilakukan, terutama tanggungjawab keuangan yang dituangkan dalam laporan keuangan (Hidayah dan Saptarini, 2019). Prinsipal selalu menginginkan *return* yang tinggi atas investasinya, sedangkan agen memiliki kepentingan tersendiri untuk mendapatkan kompensasi yang lebih besar atas kinerjanya mengelola perusahaan (Harto dan Tessa, 2016). Hal ini menunjukkan adanya benturan kepentingan antara prinsipal dan agen yang sering disebut dengan *conflict of interest*. Adanya konflik ini akan menimbulkan sifat mementingkan diri sendiri bagi agen daripada memikirkan kepentingan dan pertanggungjawaban bagi prinsipal. Sehingga, timbul dorongan untuk melakukan tindakan *fraud*.

Financial Statement Fraud (Kecurangan Laporan Keuangan)

Statement of Accounting Standard (SAS) No. 99 menyebutkan bahwa kecurangan adalah perbuatan disengaja dan akan berdampak material salah saji dalam laporan keuangan. Jika seorang dengan tidak sengaja meng-*input* data yang salah ketika mencatat suatu transaksi, maka tidak dapat dikatakan sebagai suatu kecurangan karena hal itu dilakukan dengan tidak sengaja. Tetapi jika seseorang dengan kecerdikannya, melakukan rekayasa laporan keuangan untuk menarik minat calon investor agar berinvestasi pada perusahaannya maka dapat dikatakan sebagai tindakan *fraud* (Faradiza, 2019).

Fraud Pentagon Theory

Teori terbaru yang mengungkapkan lebih banyak faktor tentang elemen-elemen yang dapat mendeteksi kecurangan adalah *fraud pentagon*. *Fraud pentagon* merupakan teori kecurangan yang dikembangkan dari teori *fraud triangle* yang ditemukan pertama kali oleh Cressey 1953. Dalam teori ini ditambahkan dua unsur kecurangan, yaitu *competence* (kompetensi) dan *arrogance* (arogansi). Crowe (2011) mengatakan bahwa *competence* adalah kemampuan seseorang untuk melakukan sebuah tindakan kecurangan. Sedangkan *arrogance* adalah karakter seseorang yang merasa memiliki kekuasaan atas segala sesuatu yang ada di perusahaan, dengan mengabaikan pengendalian internal yang terdapat di perusahaannya, mengembangkan strategi kecurangan, dan mengawasi situasi sosial yang akan menghasilkan keuntungan bagi dirinya sendiri (Hidayah dan Saptarini, 2019).

Perumusan Hipotesis

Pengaruh Pressure terhadap Kecurangan Laporan Keuangan

Pressure dalam penelitian ini diproksikan menggunakan variabel *financial stability*. Investor, kreditor, dan pemilik perusahaan (*shareholders*) akan memperhatikan besarnya total aset yang dimiliki perusahaan karena menjadi daya tarik tersendiri. Sehingga, ketika total aset mengalami penurunan bahkan mencapai nilai yang negatif, hal itu mengakibatkan *shareholders* menjadi tidak tertarik untuk berinvestasi lagi karena menganggap bahwa stabilitas keuangan perusahaan terganggu. Oleh sebab itu, ketika stabilitas keuangan terancam, manajer dari suatu perusahaan akan mengalami tekanan yang mendorongnya untuk melakukan kecurangan laporan keuangan (Renata dan Yudowati, 2020). Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat diturunkan hipotesis:

H₁: *Pressure* berpengaruh positif terhadap Kecurangan Laporan Keuangan

Pengaruh Opportunity terhadap Kecurangan Laporan Keuangan

Ineffective monitoring merupakan keadaan dimana lemahnya pengawasan dewan direksi maupun komite audit terhadap jalannya kinerja perusahaan (Setiawati dan Baningrum, 2018).

Sebagaimana yang dijelaskan pada SAS No. 99, ketika tidak efektifnya pengawasan dewan direksi dan komite audit atas proses pelaporan keuangan, lemahnya pengendalian internal perusahaan, serta dominasi manajemen oleh satu orang atau kelompok kecil tanpa kontrol kompensasi, maka hal ini dapat memberikan peluang terjadinya tindak kecurangan (Tessa dan Harto, 2016). Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat diturunkan hipotesis:

H₂: *Opportunity* berpengaruh positif terhadap Kecurangan Laporan Keuangan

Pengaruh Rationalization terhadap Kecurangan Laporan Keuangan

SAS No. 99 menyebutkan bahwa salah satu faktor yang mengindikasikan terjadinya kecurangan adalah dengan adanya pergantian auditor dalam suatu perusahaan (Setiawati dan Baningrum, 2018). Suatu bentuk penghilangan jejak fraud (*fraud trail*) yang ditemukan oleh auditor sebelumnya dapat mendorong perusahaan untuk mengganti auditor independennya yang bertujuan untuk menutupi tindakan kecurangan yang terjadi dalam perusahaan. Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat diturunkan hipotesis:

H₃: *Rationalization* berpengaruh positif terhadap Kecurangan Laporan Keuangan

Pengaruh Capability terhadap Kecurangan Laporan Keuangan

Salah satu faktor penentu terjadinya *fraud* yaitu berupa posisi eksekutif dalam perusahaan. Dengan memanfaatkan posisi yang dimilikinya, para eksekutif dapat memengaruhi orang lain dengan tujuan agar tindakan kecurangan yang direncanakan berjalan lancar (Nugraheni dan Triatmoko, 2017). Menurut Brennan dan McGrath (2017), *stress period* yang disebabkan oleh *change of directors* akan memberikan kesempatan terbuka bagi direksi untuk melakukan kecurangan (Yanti dan Riharjo, 2021). Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat diturunkan hipotesis:

H₄: *Capability* berpengaruh positif terhadap Kecurangan Laporan Keuangan

Pengaruh Arrogances terhadap Kecurangan Laporan Keuangan

Dalam penelitian Yanti dan Riharjo (2021) menyebutkan bahwa tingkat arogansi seorang CEO direpresentasikan melalui jumlah foto yang terpampang dalam laporan tahunan perusahaan tersebut. Seorang CEO perusahaan biasanya lebih ingin menunjukkan status dan posisi yang dimilikinya dalam sebuah perusahaan kepada publik, sehingga dapat mendorongnya melakukan tindakan apapun karena tidak ingin kehilangan status atau posisinya (Septriyani dan Handayani, 2018). Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat diturunkan hipotesis:

H₅: *Arrogances* berpengaruh positif terhadap Kecurangan Laporan Keuangan

Pengaruh Pressure, Opportunity, Rationalization, Capability, dan Arrogances terhadap Kecurangan Laporan Keuangan

Conflict of interest yang dijelaskan dalam penelitian Yanti dan Riharjo (2021), bahwa sebagai pengelola perusahaan agen dihadapi dengan berbagai tekanan (*pressure*) untuk menemukan cara agar dapat meningkatkan kinerja perusahaannya, sehingga semakin tinggi tingkat pengembalian investasi yang akan didapatkan. Maka, prinsipal sebagai pemilik modal akan memberikan apresiasi sebagai bentuk penghargaan kepada agen (*rationalization*). Adanya kesempatan dan peluang dalam melakukan kecurangan (*opportunity*), tingginya tingkat arogansi (*arrogance*) yang dimiliki oleh CEO serta dengan mengetahui cara bagaimana menutupi tindakan kecurangan tersebut (*capability*), dapat mendorong tindakan *fraud* semakin mudah dilakukan. Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat diturunkan hipotesis:

H₆: *Pressure, Opportunity, Rationalization, Capability, dan Arrogances* berpengaruh positif terhadap Kecurangan Laporan Keuangan.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan berupa penelitian kausalitas, dimana dalam studi kausal peneliti berusaha untuk menyatakan bahwa variabel *pressure, opportunity, rationalization, capability, dan arrogance* berpengaruh terhadap kecurangan laporan keuangan. Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif dari sumber data sekunder. Data sekunder digunakan karena penelitian ini mengambil data dari laporan keuangan Industri Barang Konsumsi yang diakses melalui laman BEI (www.idx.co.id) maupun laman resmi perusahaan sampel terkait. Objek dalam penelitian ini yakni laporan keuangan tahunan perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2017-2020.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan secara *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Adapun kriteria yang ditetapkan dalam pemilihan sampel adalah sebagai berikut: (1) Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) berturut-turut selama periode 2017-2020; (2) Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang mempublikasikan laporan keuangan dan telah diaudit oleh auditor independen selama tahun 2017-2020, yang dinyatakan dalam Rupiah (Rp); (3) Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang tidak mengalami *delisting* dari BEI selama periode 2017-2020; dan (4) Perusahaan industri barang konsumsi yang menyediakan data lengkap terkait dengan variabel dalam penelitian ini, pada publikasi laporan tahunan periode 2017-2020. Berdasarkan kriteria, maka diperoleh 132 perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini.

Definisi Operasional Variabel

Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen pada penelitian ini adalah kecurangan laporan keuangan yang diukur menggunakan *F-score* model. Model ini dikembangkan oleh Dechow pada tahun 2011, sehingga didapatkan penjabaran rumus sebagai berikut:

$$F\text{-score} = \text{Accrual Quality} + \text{Financial Performance}$$

Accrual quality diproksikan dengan *RSST accrual*, sedangkan *financial performance* diproksikan dengan perubahan pada akun piutang, perubahan pada akun persediaan, perubahan pada akun penjualan tunai, dan perubahan pada laba (EBIT).

$$RSST\ Accrual = (\Delta WC + \Delta NCO + \Delta FIN) / ATS$$

Keterangan:

WC (<i>working capital</i>)	= Aset Lancar – Liabilitas Lancar
NCO (<i>Noncurrent Operating Accrual</i>)	= [Total Aset – Aset Lancar – Investasi dan Uang Muka] – [Total Liabilitas – Liabilitas Lancar – Utang Jangka Panjang]
FIN (<i>Financial Accrual</i>)	= Total Investasi – Total Liabilitas
ATS (<i>Average Total Assets</i>)	= [Persediaan Total Aset + Total aset akhir]/2

$$\text{Financial Performance} = \text{Perubahan Piutang} + \text{Perubahan Persediaan} + \text{Perubahan Penjualan} + \text{Perubahan Laba}$$

Keterangan:

Perubahan Piutang	= Δ Piutang / Rata-rata Total Aset
Perubahan Persediaan	= Δ Persediaan / Rata-rata Total Aset
Perubahan Penjualan	= $[\Delta$ Penjualan / Penjualan (t)] – $[\Delta$ Piutang / Piutang(t)]
Perubahan Laba	= [Laba (t) / Rata-rata Total Aset (t)] – [Laba (t -1)/Rata – rata Total Aset (t – 1)]

Sehingga dalam penelitian ini nilai *f-score* diukur menggunakan variabel *dummy* dengan memberikan kode 1 untuk perusahaan yang terindikasi melakukan kecurangan laporan keuangan, yaitu dengan nilai *f-score* ≥ 1 . Serta, kode 0 untuk perusahaan yang tidak terindikasi melakukan kecurangan laporan keuangan, yaitu dengan nilai *f-score* < 1 .

Variabel Independen

Variable independen atau variable bebas dalam penelitian ini terdiri dari lima elemen seperti yang dijelaskan berikut :

Variabel	Definisi Operasional Variabel
<i>Financial Stability</i>	$ACHANGE = \frac{Total\ Aset\ (t) - Total\ Aset\ (t-1)}{Total\ Aset\ (t)}$
<i>Ineffective Monitoring</i>	$BDOOUT = \frac{Total\ Independent\ Commissioners}{Total\ Board\ of\ Commissioners}$
<i>Change in Auditor</i>	Pergantian auditor merupakan variabel tiruan (variabel <i>dummy</i>). Variabel ini diberi kode 1 jika terdapat pergantian Kantor Akuntan Publik selama periode 2017 – 2020, dan kode 0 jika tidak.
<i>Change in Director</i>	Pergantian direksi merupakan variabel tiruan (variabel <i>dummy</i>). Variabel ini diberi kode 1 jika terdapat pergantian direksi selama periode 2017 – 2020, dan kode 0 jika tidak.
<i>Frequent number of CEO's picture</i>	Variabel ini menggunakan jumlah gambar CEO yang ada dalam laporan tahunan periode 2017 – 2020.

Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi logistik dengan aplikasi SPSS. Metode analisis dimulai dari analisis statistik deskriptif, dan uji regresi logistik yang terdiri dari uji kelayakan model (*Goodness of Fit Test*), uji kelayakan keseluruhan model (*Overall Fit Model Test*), dan dilanjutkan dengan pengujian hipotesis.

Uji Kelayakan Model (Goodness of Fit Test)

Kelayakan model regresi dapat dilihat dengan memperhatikan nilai dari output *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test*. Jika nilai statistik *Hosmer and Lemeshow* $\leq 0,05$ maka hipotesis nol tidak dapat diterima sehingga *goodness of fit model* tidak baik. Sebaliknya, jika nilai statistik *Hosmer and Lemeshow* $> 0,05$ maka hipotesis nol diterima yang artinya model yang dihipotesiskan fit dengan data (Ghozali, 2015).

Uji Kelayakan Keseluruhan Model (Overall Fit Model Test)

Dalam menilai *overall fit model*, dapat dilakukan dengan beberapa cara, pertama uji *Chi Square* (X^2) untuk menilai keseluruhan model terhadap data. Jika terdapat penurunan nilai, maka dapat dikatakan bahwa model tersebut menunjukkan model regresi yang baik (Utomo, 2018). Jika tidak terdapat penurunan nilai maka sebaliknya, model tidak menunjukkan model regresi yang baik. Kedua, uji *Nagelkerke's R Square* dapat diinterpretasikan sebagaimana nilai *R Square* pada

model regresi linear. Dimana, nilai koefisien determinasi berada antara nol dan satu. Nilai R^2 yang lebih kecil diartikan dengan terbatasnya kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Jika nilai R^2 mendekati satu berarti variabel independen mampu memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk menjelaskan variasi variabel independen terhadap variabel dependennya. Ketiga, melihat tabel klasifikasi 2x2 digunakan sebagai alat untuk menghitung nilai estimasi berdasarkan klasifikasi benar (*correct*) atau salah (*incorrect*). Jika model sempurna, maka semua kasus akan berada pada disposisi diagonal dengan ketepatan prediksi 100% (Ghozali, 2015).

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan secara parsial dan simultan. Pengujian pengaruh parsial dengan cara membandingkan nilai signifikansi *p-value* dengan *alpha* pada tabel *variable in the equation*. Sedangkan uji pengaruh simultan menggunakan perhitungan nilai *Chi square* yang dapat dilihat pada tabel *Omnibus Test of Model Coefficients*. Jika didapat nilai signifikansi < 0,05 artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependennya. Sebaliknya, jika diperoleh nilai signifikansi > 0,05 maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependennya (Harahap, 2019).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Kelayakan Model (Goodness of Fit Test)

Hal yang diperhatikan dalam melakukan uji kelayakan model *Goodness of Fit Test* adalah dengan melihat nilai dari output *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test*.

Tabel 1. Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	12.859	8	.117

Tingkat signifikansi (sig) 0,117 berada diatas alpha (α) 0,05 ($0,117 > 0,05$) sehingga H_0 diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa model dalam penelitian ini sudah fit dengan data dan model regresi yang digunakan layak dipakai untuk analisis selanjutnya.

Uji Kelayakan Keseluruhan Model (Overall Fit Model Test)

Tabel 2. Iteration History^{a,b,c}

Iteration	Coefficients	
	-2 Log likelihood	Constant
Step 0	1	-1.879
	2	-2.768
	3	-3.286
	4	-3.451
	5	-3.466
	6	-3.466

Hasil pengujian *Chi square* (X^2) menunjukkan terjadinya penurunan nilai *-2Log Likelihood* awal (*Block Number* = 0) di table 2 pada nilai nilai *-2Log Likelihood* akhir (*Block Number* = 1) di tabel 3 yaitu sebesar 35,850 menjadi 29,696. Sehingga, dapat dikatakan model regresi yang dihipotesiskan dalam penelitian ini sudah fit karena menunjukkan model regresi yang lebih baik.

Tabel 3 Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R	Nagelkerke R
		Square	Square
1	29.696 ^a	.046	.191

Pada tabel 4 dapat dilihat nilai *Nagelkerke's R Square* sebesar 0,191 atau 19,1%. Sehingga, dapat diinterpretasikan bahwa kelima variabel independen dalam penelitian ini mampu menjelaskan 19,1% pengaruh variabel dependen kecurangan laporan keuangan. Sedangkan 80,9% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan pada penelitian ini.

Tabel 4 Classification Table^a

Observed		Predicted		Percentage Correct
		FSCORE		
		Tidak Melakukan Kecurangan	Melakukan Kecurangan	
Step 1	FSCORE	128	0	100.0
	Tidak Melakukan Kecurangan			
	Melakukan Kecurangan	4	0	.0
Overall Percentage				97.0

Kekuatan model secara tepat dalam memprediksi perusahaan melakukan kecurangan laporan keuangan adalah sebesar 97%. Tingginya persentase tingkat ketepatan pada tabel klasifikasi 2x2 menunjukkan bahwa model dalam penelitian ini merupakan model regresi yang lebih baik.

Tabel 5 Variables in the Equation

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a	ACHANGE	6.552	3.525	3.455	1	.063	700.984
	BDOUT	.109	4.256	.001	1	.980	1.115
	AUDCHG	.458	1.327	.119	1	.730	1.582
	DCHG	.765	1.326	.333	1	.564	2.148
	CEOPIC	-1.381	.790	3.059	1	.080	.251
	Constant	-1.771	2.377	.555	1	.456	.170

Pada tabel 5 diperoleh suatu model persamaan regresi logistik berdasarkan pengujian koefisien regresi logistik, yaitu :

$$F\text{-Score} = -1,771 + 6,552ACHANGE + 0,109BDOUT + 0,458AUDCHG + 0,765DCHG - 1,381CEOPIC + e$$

Sehingga, dari persamaan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Apabila variabel independen *pressure* (ACHANGE), *opportunity* (BDOUT), *rationalization* (AUDCHG), *capability* (DCHG), dan *arrogances* (CEOPIC) bernilai 0 (nol) maka kecurangan laporan keuangan akan menjadi sebesar -1,771.
2. Apabila variabel independen *pressure* (ACHANGE) bertambah sebanyak 1x maka, akan menaikkan risiko kecurangan laporan keuangan sebesar 6,552 dengan asumsi variabel independen lainnya berupa variabel *opportunity* (BDOUT), *rationalization* (AUDCHG), *capability* (DCHG), dan *arrogances* (CEOPIC) bernilai 0 (nol).

3. Apabila variabel independen *opportunity* (BDOUT) bertambah sebanyak 1x maka, akan menaikkan risiko kecurangan laporan keuangan sebesar 0,109 dengan asumsi variabel independen lainnya berupa variabel *pressure* (ACHANGE), *rationalization* (AUDCHG), *capability* (DCHG), dan *arrogances* (CEOPIC) bernilai 0 (nol).
4. Apabila variabel independen *rationalization* (AUDCHG) bertambah sebanyak 1x maka, akan menaikkan risiko kecurangan laporan keuangan sebesar 0,458 dengan asumsi variabel independen lainnya berupa variabel *pressure* (ACHANGE), *opportunity* (BDOUT), *capability* (DCHG), dan *arrogances* (CEOPIC) bernilai 0 (nol).
5. Apabila variabel independen *capability* (DCHG) bertambah sebanyak 1x maka, akan menaikkan risiko kecurangan laporan keuangan sebesar 0,765 dengan asumsi variabel independen lainnya berupa variabel *pressure* (ACHANGE), *opportunity* (BDOUT), *rationalization* (AUDCHG), dan *arrogances* (CEOPIC) bernilai 0 (nol).
6. Apabila variabel independen *arrogances* (CEOPIC) bertambah sebanyak 1x maka, akan menurunkan risiko kecurangan laporan keuangan sebesar 1,381 dengan asumsi variabel independen lainnya berupa variabel *pressure* (ACHANGE), *opportunity* (BDOUT), *rationalization* (AUDCHG), dan *capability* (DCHG) bernilai 0 (nol).

Tabel 6 Omnibus Tests of Model Coefficients

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	6.153	5	.292
	Block	6.153	5	.292
	Model	6.153	5	.292

Berdasarkan data yang ditunjukkan pada tabel 6 diperoleh hasil pengujian *Omnibus test* dengan tingkat signifikan bernilai 0,292 yang lebih besar dari 0,05 ($0,292 > 0,05$). Maka, dapat disimpulkan bahwa variabel independen *pressure*, *opportunity*, *rationalization*, *capability*, dan *arrogances* secara simultan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen kecurangan laporan keuangan.

Pembahasan

Pengaruh Pressure terhadap Kecurangan Laporan Keuangan

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 5 menunjukkan nilai signifikan ACHANGE sebesar 0,063 yang lebih besar dari 0,05. Artinya, *pressure* yang diprosikan dengan *financial stability* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kecurangan laporan keuangan. Manajemen perusahaan akan berusaha untuk menghindari kecurangan laporan keuangan ketika stabilitas keuangan terganggu, karena dapat memperburuk kondisi keuangan dimasa mendatang yaitu dengan semakin sulitnya mendapatkan tambahan dana atau modal. Perubahan aset suatu perusahaan dapat disebabkan karena adanya implementasi metode nilai wajar dalam pencatatan aset ataupun karena revaluasi aset yang mengakibatkan aset mengalami peningkatan atau penurunan.

Pengaruh Opportunity terhadap Kecurangan Laporan Keuangan

Variabel *opportunity* yang diprosikan dengan *ineffective monitoring* tidak berpengaruh signifikan terhadap kecurangan laporan keuangan. Hal ini dapat dilihat pada tabel 6 yang menunjukkan hasil pengujian nilai signifikan (sig-t) 0,980 yang lebih besar dari 0,05. Peraturan yang mengatur rasio komisaris independen terhadap keseluruhan dewan komisaris disebutkan

dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (PJOK) nomor 33/POJK.04/2014 yaitu wajib paling kurang 30% dari jumlah seluruh anggota dewan komisaris. Berdasarkan data yang telah terkumpul, dapat dilihat nilai dari rasio BDOU pada perusahaan sampel cenderung berada diatas 30% yang berarti semakin tinggi nilai rasio BDOU maka semakin ketatnya pengawasan terhadap kinerja perusahaan sehingga tidak memicu manajer untuk melakukan *fraud*.

Pengaruh Rationalization terhadap Kecurangan Laporan Keuangan

Variabel *rationalization* diproksikan dengan *change in auditor* tidak berpengaruh signifikan terhadap kecurangan laporan keuangan. Hal ini dapat dilihat pada tabel 6 yang menunjukkan hasil pengujian nilai signifikan (sig-t) 0,730 yang lebih besar dari 0,05. Pergantian Kantor Akuntan Publik (KAP) dalam suatu perusahaan dapat dilakukan sebagai akibat dari ketidakpuasan perusahaan atas kinerja Auditor pada periode audit tahun sebelumnya. Pergantian auditor bukan berarti perusahaan berusaha untuk menghilangkan *fraud trail*, tetapi dimungkinkan juga karena adanya peraturan yang harus dipatuhi oleh perusahaan tentang pembatasan periode jasa audit. Rotasi auditor ini diatur dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2015 pasal 11 ayat 1 yang menyatakan bahwa pemberian jasa audit atas laporan keuangan terhadap suatu entitas oleh seorang Akuntan Publik dibatasi paling lama lima tahun buku berturut-turut.

Pengaruh Capability terhadap Kecurangan Laporan Keuangan

Variabel *capability* diproksikan dengan *change in director* tidak berpengaruh signifikan terhadap kecurangan laporan keuangan. Hal ini dapat dilihat pada tabel 6 yang menunjukkan hasil pengujian nilai signifikan (sig-t) 0,564 yang lebih besar dari 0,05. Perusahaan akan melakukan pergantian direktur lama dengan direktur baru yang memiliki kinerja lebih baik dan lebih kompeten. Semakin bagus kinerja dan semakin kompeten seorang direktur, maka semakin tinggi tingkat kehati-hatiannya dalam meminimalisir praktik *fraud* yang terjadi pada perusahaan. Serta, pergantian direktur dalam suatu perusahaan dapat disebabkan karena adanya aturan mengenai periode jabatan yang mengharuskan terjadinya pergantian direksi, atau kemungkinan adanya mutasi jabatan. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (PJOK) nomor 33/PJOK.04/2014 mengatur tentang masa jabatan seorang direksi, yaitu paling lama lima tahun.

Pengaruh Arrogances terhadap Kecurangan Laporan Keuangan

Variabel *arrogances* diproksikan dengan *frequents number of CEO's pitcules* memperoleh hasil bahwa *arrogances* tidak berpengaruh signifikan terhadap kecurangan laporan keuangan. Hal ini dapat dilihat pada tabel 6 yang menunjukkan hasil pengujian nilai signifikan (sig-t) 0,080 yang lebih besar dari 0,05. Banyaknya jumlah foto CEO yang terpampang pada suatu laporan tahunan perusahaan dimungkinkan sebagai suatu bentuk transparansi kepada publik dan sebagai bentuk pertanggungjawaban dari seorang pimpinan atas setiap kegiatan yang dilakukan perusahaan. Sebuah perusahaan berusaha untuk meningkatkan nilai jual perusahaannya dengan melakukan promosi secara tidak langsung yaitu dengan menampilkan foto CEO yang kompeten dan profesional pada laporan tahunannya. Sehingga, dapat menarik minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut.

Pengaruh Pressure, Opportunity, Rationalization, Capability, dan Arrogance terhadap Kecurangan Laporan Keuangan

Pengujian hipotesis secara simultan diperoleh hasil bahwa keseluruhan elemen *fraud pentagon* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kecurangan laporan keuangan. Hal ini dapat dilihat pada tabel 6 *omnibus test* yang menunjukkan nilai signifikan (sig-t) 0,292 lebih besar dari 0,05. Pengujian *pressure, opportunity, rationalization, capability, dan arrogance* terhadap kecurangan laporan keuangan secara individual tidak terdapat satupun elemen yang memiliki pengaruh signifikan dalam mendeteksi *fraud*. Sehingga, secara bersama-sama kelima elemen tersebut tidak dapat mendeteksi kecurangan laporan keuangan, yang artinya *pressure, opportunity, rationalization, capability, dan arrogance* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kecurangan laporan keuangan.

5. KESIMPULAN

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh dari elemen-elemen *fraud pentagon* dalam mendeteksi kecurangan laporan keuangan pada industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2020. Diperoleh hasil bahwa *pressure, opportunity, rationalization, capability, dan arrogance* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kecurangan laporan keuangan baik masing-masing secara individual maupun secara bersama-sama atau simultan.

Saran

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, pertama sampel yang digunakan dalam penelitian ini kurang luas dan hanya fokus pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan periode 2017-2020 yang tergolong singkat. Kedua, nilai *Nagelkerke's R Square* hanya sebesar 0,191. Sehingga, diharapkan bagi peneliti selanjutnya agar menambah rentang waktu penelitian lebih lama menjadi lima tahun hingga sepuluh tahun untuk memperluas data penelitian, menambah proksi lain dari masing-masing variabel independen untuk mengetahui pengaruhnya terhadap kecurangan laporan keuangan, menggunakan alat uji keuangan lainnya agar memperoleh hasil *R-Square* yang lebih maksimal, serta menggunakan sampel berupa laporan keuangan yang belum diaudit oleh auditor eksternal (*unaudited*) atau laporan keuangan perusahaan yang belum *go public* agar dapat menggambarkan kondisi sebenarnya sebelum dilakukan audit untuk mendeteksi *fraud* yang dilakukan oleh auditor eksternal.

DAFTAR PUSTAKA

- Association of Certified Fraud Examiners (ACFE). (2020). *Report To the Nations 2020 Global Study on Occupational Fraud and Abuse*.
- Deloitte. (2021). *Decoding Frauds in the Manufacturing Sector: Detect. Respon. Prevent*.
- Faradiza, S. A. (2019). FRAUD PENTAGON DAN KECURANGAN LAPORAN KEUANGAN Sekar Akrom Faradiza. *Sekar Akrom Faradiza*, 4988, 1–22.
- Ghozali. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20* (Cetakan Ke). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, & A., H. (2019). *Pengaruh Kualitas Audit, Profitabilitas, Solvabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Opini Audit Going Concern pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*.
- Harto, C. T. & P. (2016). Pengujian Teori Fraud Pentagon Pada Sektor Keuangan Dan Perbankan Di Indonesia. *Symposium Nasional Akuntansi*, 1–21.
- Hidayah, E., & Saptarini, G. D. (2019). *Pentagon Fraud Analysis in Detecting Potential Financial*

- Statement Fraud of Banking Companies in Indonesia*. (2010), 89–102.
- Indriani, N., & Rohman, A. (2022). Fraud Triangle dan Kecurangan Laporan Keuangan Dengan Model Beneish M-Score. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 20(1), 9–19.
- Nugraheni, N. K., & Triatmoko, H. (2017). 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(May), 118–143.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 20/2015. (2015). Tentang Praktek Akuntan Publik.
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 33/POJK.04/2014. (2014). Tentang Direksi dan Dewan Komisaris Emiten atau Perusahaan Publik.
- Renata, M. P., & Yudowati, S. P. (2020). PENDETEKSIAN KECURANGAN LAPORAN KEUANGAN MENGGUNAKAN FRAUD PENTAGON (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018). *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(8), 1208–1223. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i8.446>
- Sagala, S. G., & Siagian, V. (2021). Pengaruh Fraud Hexagon Model Terhadap Fraudulent Laporan Keuangan pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2019. *Jurnal Akuntansi, Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Maranatha*, 13(November), 245–259.
- Setiawati, E., & Baningrum, R. M. (2018). Deteksi Fraudulent Financial Reporting Menggunakan Analisis Fraud Pentagon : Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listed Di Bei Tahun 2014-2016. *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 3(2), 91–106. <https://doi.org/10.23917/reaksi.v3i2.6645>
- Utomo, L. P. (2018). Kecurangan dalam Laporan Keuangan “Menguji Teori Fraud Triangle.” *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 19(01), 77–88.
- Yanti, L. D., & Riharjo, I. B. (2021). PENDETEKSI KECURANGAN PELAPORAN KEUANGAN MENGGUNAKAN FRAUD PENTAGON THEORY. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(5).

Halaman Persetujuan Artikel dari Dosen Pembimbing

Artikel saya berjudul
Pendeteksian Kecurangan Laporan Keuangan Menggunakan *Fraud Pentagon Theory* pada
Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Telah selesai dikoreksi dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk dipublikasikan.

	Tanda Tangan	Tanggal
Mahasiswa : Laurena Julya		9-8-2022
Dosen Pembimbing : Ridwan Zulpi Agha, S.E., M.Ak., CPA		9-8-2022

Penyusunan Laporan Keuangan Berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Privat (SAK EP) Pada PDAM Kota X

Qoriana Fadillah¹⁾, Yenni Nuraeni²⁾

¹⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: qoriana.fadillah.ak18@mhs.w.pnj.ac.id

²⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: yenni.nuraeni@akuntansi.pnj.ac.id

ABSTRACT

This study describes the application of financial statements based on Private Entity Accounting Standards. The Indonesian Financial Accounting Standards Board-Institute of Indonesia Chartered Accountants (DSAK IAI) issued SAK EP to replace SAK ETAP. The purpose of this study is to describe the application of PDAM Kota X's financial reports based on SAK EP. This type of study is descriptive qualitative with a case study approach, change the financial statements based on SAK ETAP to SAK EP and then explains the differences in the application of the two accounting standards. The source of data are from interviews, observation, and documentation. Interviews were conducted to obtain an overview of the company by direct observation in the company's recording activities. The documents obtained are in the form of financial statements which are then analyzed. The results of this study indicate that the application of SAK EP provides changes in accounts from the previous financial statements. These changes include current tax liabilities and the liability for employee benefits. Current tax liabilities are presented in current liabilities and employee benefits separately from other short-term payables. The application of SAK EP describes the financial statements more comprehensively because several chapters of SAK EP are explained in more detail than SAK ETAP.

Keywords: SAK Entitas Privat; SAK ETAP; Financial Statements.

ABSTRAK

Penelitian ini menjelaskan mengenai penerapan laporan keuangan berdasarkan Standar Akuntansi Entitas Privat (SAK EP). Dewan Standar Akuntansi Keuangan-Ikatan Akuntan Indonesia (DSAK IAI) menerbitkan SAK EP untuk menggantikan SAK ETAP. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan penerapan laporan keuangan PDAM Kota X berdasarkan SAK EP. Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus yaitu mengubah laporan keuangan berdasarkan SAK ETAP ke SAK EP kemudian menjelaskan perbedaan dari penerapan kedua SAK tersebut. Metode pengumpulan data adalah dengan menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Wawancara dilakukan untuk memperoleh gambaran umum perusahaan dengan observasi langsung dalam kegiatan pencatatan perusahaan. Dokumen yang diperoleh berupa laporan keuangan yang kemudian dianalisis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan SAK EP memberikan perubahan akun dari laporan keuangan sebelumnya. Perubahan tersebut diantaranya memunculkan liabilitas pajak kini dan liabilitas imbalan kerja.

Liabilitas pajak kini disajikan dalam kewajiban lancar dan imbalan kerja terpisah dari utang jangka pendek lain-lain. Penerapan SAK EP lebih menggambarkan laporan keuangan secara lebih komprehensif karena beberapa bab dari SAK EP dijelaskan secara lebih rinci dibanding dengan SAK ETAP.

Kata-Kata Kunci: SAK Entitas Privat; SAK ETAP; Laporan Keuangan.

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Era globalisasi yang bergerak secara cepat dan masif mempengaruhi berbagai aspek kehidupan. Salah satunya yaitu aspek perekonomian, yang saat ini dihadapkan dengan masa pandemi Covid-19. Perusahaan dituntut untuk bisa bersaing dan berinovasi, serta peran pemerintah khususnya pemerintah daerah didorong untuk terus memberikan pelayanan yang terbaik untuk memperoleh manfaat ekonomi, sosial, dan manfaat lainnya bagi masyarakat. Perkembangan kinerja perusahaan dan pemerintahan direalisasikan dalam bentuk laporan keuangan.

Penyajian laporan keuangan didasarkan pada standar yang berlaku. Indonesia menerbitkan Standar Akuntansi Keuangan (SAK) melalui organisasi profesi Ikatan Akuntan Indonesia (IAI). SAK yang berlaku terbagi menjadi empat, yaitu SAK Umum konvergensi IFRS, SAK Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP), SAK Entitas Mikro, Kecil dan Menengah (SAK EMKM) dan SAK Syariah. Standar Akuntansi Keuangan yang telah berlaku mengalami perubahan seiring dengan perkembangan perekonomian dan teknologi. Salah satu standar yang mengalami perubahan yaitu SAK ETAP.

Entitas yang menggunakan SAK ETAP adalah entitas yang tidak memiliki akuntabilitas publik dan laporan keuangannya ditujukan untuk pengguna umum. Pada Juni 2019, Dewan Standar Akuntansi Keuangan (DSAK) merevisi SAK ETAP yang disusul dengan penerbitan Draft Eksposur SAK Entitas Privat (SAK EP). Kemudian pada 30 Juni 2021, DSAK mengesahkan SAK EP yang akan berlaku efektif mulai tahun 2025 (IAI, 2021). SAK EP menjadi salah satu standar utama yang akan menggantikan SAK ETAP.

PDAM Kota X termasuk perusahaan yang tidak berakuntabilitas publik dan menggunakan SAK ETAP sebagai pedoman penyusunan laporan keuangannya, sehingga PDAM Kota X diperbolehkan untuk penerapan dini SAK EP. Penelitian ini akan membahas mengenai penerapan SAK EP pada PDAM Kota X.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang, maka rumusan masalah yang akan diteliti pada penelitian ini yaitu DSAK telah menerbitkan SAK EP sebagai pengganti SAK ETAP yang telah berlaku sejak 2011. SAK EP disahkan pada tanggal 30 Juni 2021 dan diberlakukan mulai 1 Januari 2025. Beberapa perubahan dari SAK ETAP khususnya dalam penyusunan laporan keuangan memerlukan analisis dan pemahaman bagi perusahaan dalam menerapkan SAK EP. Penelitian dilakukan untuk membantu perusahaan dalam menyusun laporan keuangan sesuai dengan SAK EP.

1.3. Tujuan Penelitian

Merujuk pada permasalahan dan pertanyaan penelitian, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penerapan laporan keuangan PDAM Kota X berdasarkan SAK EP.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis, yaitu diharapkan dari penelitian ini akan menambah wawasan bagi penulis dan pembaca mengenai penerapan laporan keuangan berdasarkan SAK EP. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan referensi bagi peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktis, yaitu hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan digunakan oleh manajemen terkait penyusunan laporan keuangan dari perubahan standar yang berlaku.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Perusahaan Umum Daerah

Perusahaan umum daerah (Perumda) merupakan bagian dari Badan Usaha Daerah (BUMD) yang dikelola oleh Kepala Daerah. Tujuan dari Perumda yaitu untuk pelayanan umum dan kebutuhan masyarakat, serta mengembangkan pelaksanaan pembangunan. Modal Perumda merupakan milik satu daerah dan tidak terbagi atas saham.

2.2. Laporan Keuangan

Laporan keuangan adalah penyajian yang terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan dari suatu entitas yang menampilkan sejarah entitas yang merupakan bagian dari pelaporan keuangan. Laporan keuangan yang disusun oleh suatu entitas bertujuan untuk pelaporan informasi dan digunakan oleh para pemangku kepentingan untuk pengambilan keputusan ekonomi. PDAM Kota X dalam Menyusun laporan keuangannya menggunakan SAK ETAP PERPAMSI yang merupakan peraturan yang disepakati oleh PDAM se-Indonesia.

2.3. SAK Entitas Privat

Pemberlakuan SAK EP akan mengubah pilar utama SAK yang telah berlaku. SAK EP akan menggantikan SAK ETAP, sehingga entitas yang sebelumnya sudah menggunakan SAK ETAP beralih ke SAK EP. SAK EP disusun dalam rangka memenuhi kebutuhan pelaporan keuangan bagi entitas privat yang tidak memiliki akuntabilitas publik Entitas yang berakuntabilitas publik dapat menerapkan SAK EP apabila diperbolehkan oleh otoritas yang berwenang. SAK EP berisikan 35 bab, lengkap dengan lampiran dan contoh dari ilustrasi laporan keuangan.

Perbedaan akun berdasarkan SAK EP pada penelitian ini berfokus pada pajak penghasilan dan imbalan kerja. Perbedaan tersebut dikarenakan transaksi PDAM Kota X tidak terlalu kompleks.

1. Pajak Penghasilan

Jumlah pajak yang diakui dalam SAK EP terdiri dari Pajak Kini dan Pajak Tangguhan. Pajak Kini yaitu pajak penghasilan terutang atau dapat dipulihkan terkait dengan laba kena pajak atau rugi pajak untuk periode berjalan atau periode lalu. Pajak kini diakui sebagai Liabilitas apabila entitas mengalami pajak kurang bayar, sedangkan diakui sebagai Aset apabila pajak penghasilan menunjukkan lebih bayar.

Pajak Tangguhan yaitu pajak penghasilan terutang atau dapat dipulihkan yang dihasilkan dari perbedaan perhitungan antara laba akuntansi dengan laba perpajakan. Pajak tangguhan dapat diakui dalam bagian aset tidak lancar maupun liabilitas tidak lancar yang jumlahnya merupakan akumulasi dari tahun sebelumnya. Pajak tangguhan dicatat sebagai aset apabila perhitungan koreksi negatif lebih besar daripada koreksi positif. Apabila pajak tangguhan dicatat sebagai liabilitas, maka perhitungan koreksi positif lebih besar daripada koreksi negatif.

2. Imbalan Kerja

Seluruh bentuk imbalan yang diberikan oleh entitas sebagai pertukaran atas jasa yang diberikan oleh pekerja disebut dengan Imbalan Kerja. Dalam SAK EP, imbalan kerja dibagi menjadi empat jenis yaitu imbalan kerja jangka pendek yang mencakup gaji, upah, iuran jaminan sosial; imbalan pasca kerja yang mencakup imbalan purnakarya seperti asuransi purnakarya; imbalan kerja jangka panjang lain yang berupa cuti jangka panjang, imbalan cacat permanen; dan pesangon yang besarnya ditentukan atas kesepakatan antara entitas dengan serikat kerja.

Perbedaan dalam laporan keuangan berdasarkan SAK EP yaitu sebagai berikut:

1. Laporan Posisi Keuangan
Dalam SAK EP minimal memuat aset dan liabilitas keuangan, aset biologis, investasi pada entitas asosiasi, utang usaha, modal entitas, kepemilikan saham, serta pengungkapan deskripsi aset dan liabilitas
2. Laporan Penghasilan Komprehensif dan Laporan Laba Rugi
SAK EP menetapkan entitas dapat memilih satu laporan penghasilan komprehensif atau satu laporan laba rugi dan satu laporan penghasilan komprehensif.
3. Laporan Perubahan Ekuitas
Dalam SAK EP, apabila perubahan ekuitas hanya muncul dari laba rugi, pembayaran dividen, koreksi kesalahan periode lalu, maka dapat menyajikan Laporan Laba Rugi dan Saldo Laba sebagai pengganti Laporan Perubahan Ekuitas.
4. Laporan Arus Kas
SAK EP memberikan opsi dan menjelaskan penyajian arus kas dari aktivitas operasi dengan menggunakan metode langsung.
5. Catatan Atas Laporan Keuangan
SAK EP menambahkan beberapa kondisi yang termasuk sebagai perubahan kebijakan akuntansi dan bagaimana penerapan perubahan tersebut. Apabila entitas sulit untuk membedakan apakah perubahan tersebut merupakan perubahan dalam kebijakan akuntansi atau perubahan estimasi akuntansi, maka perubahan tersebut diperlakukan sebagai perubahan dalam estimasi akuntansi.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Objek Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif, karena menggunakan data perusahaan yang dijabarkan berdasarkan SAK EP. Hasil dari penelitian akan diperoleh gambaran mengenai penerapan kebijakan dan kesimpulan yang diinterpretasi secara naratif. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus. Studi kasus yang diambil yaitu perusahaan tanpa akuntabilitas publik yang telah menerapkan laporan keuangan berdasarkan SAK ETAP. Peneliti memilih PDAM Kota X sebagai studi kasus penelitian dengan objek penelitian laporan keuangan PDAM Kota X.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan perolehan sumbernya, penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Sumber data primer diperoleh berupa wawancara dengan bagian keuangan PDAM Kota X dan observasi secara langsung. Data sekunder diperoleh berupa bukti catatan dan laporan keuangan PDAM Kota X.

3.3 Metode Analisis Data

Analisis data merupakan proses pengolahan data yang bertujuan untuk menafsirkan makna dan nilai yang terkandung dalam data. Tahapan analisis data dalam penelitian ini terdiri dari empat tahapan yaitu:

1. Pengumpulan data, berupa memilah perusahaan yang telah menerapkan SAK ETAP; melakukan wawancara dan observasi dengan pihak perusahaan; mengumpulkan dokumen seperti profil perusahaan, laporan keuangan, dan bukti catatan lainnya.
2. Reduksi data, berupa memilah informasi yang telah dikelompokkan berdasarkan relevansi terhadap topik penelitian.

3. Penyajian data, berupa penyusunan laporan keuangan perusahaan yang berdasarkan SAK ETAP kemudian disusun kembali berdasarkan SAK EP sehingga diperoleh perbedaan dari penerapan SAK EP yang kemudian dideskripsikan secara naratif.
4. Kesimpulan, yaitu hasil dari penyusunan laporan keuangan berdasarkan SAK EP sehingga dapat ditarik kesimpulan, yang selanjutnya akan direkomendasikan kepada perusahaan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

Aktivitas PDAM kota X meliputi pengolahan sumber mata air dan pelayanan penyediaan air untuk daerah Kota X. Penerimaan pelayanan penyediaan air diklasifikasikan menjadi pendapatan bagi PDAM Kota X. Selain dari pendapatan air, PDAM Kota X menerima pendapatan dari non air. Klasifikasi dari pendapatan non air diantaranya berupa pendapatan sambungan baru, pendapatan denda keterlambatan, pendapatan segel, penggantian meter rusak, dan lainnya yang tidak termasuk ke dalam penyediaan air.

PDAM Kota X menggunakan sistem pencatatan terintegrasi dengan aplikasi akuntansi bernama SIKOMPAK. Aplikasi SIKOMPAK telah mengacu pada SAK ETAP yang diterapkan oleh perusahaan sejak tahun 2011.

4.2 Penyusunan Laporan Keuangan Berdasarkan SAK Entitas Privat

Tidak ada perbedaan dalam bagian aset dan ekuitas, namun perbedaan hanya terdapat pada bagian liabilitas. Perbedaan tersebut yaitu mengenai pajak penghasilan dan imbalan kerja. Pada tahun 2021 PPh Badan PDAM Kota X menunjukkan pajak kurang bayar, sehingga terdapat akun liabilitas pajak kini yang disajikan pada bagian kewajiban lancar. Pada bagian kewajiban jangka pendek, entitas memisahkan antara kewajiban jangka pendek lainnya dengan kewajiban imbalan kerja. Pada tahun 2021, PDAM Kota X mencatat kewajiban imbalan kerja jangka pendek yang sebelumnya merupakan bagian dari kewajiban jangka pendek lainnya.

Perhitungan pajak PDAM Kota X hanya memunculkan akun pajak kini, tanpa muncul akun pajak tangguhan. Perhitungan pajak kini yaitu berasal dari laba kena pajak yang dikali dengan tarif pajak yang berlaku yaitu 22%, kemudian terdapat pengurangan dari uang muka PPh Pasal 25. PPh Badan PDAM Kota X menunjukkan pajak kurang bayar dalam dua tahun komparatif yang disajikan. Pada tahun 2021, penyajian liabilitas pajak kini sebesar Rp 7.676.310.458, sedangkan tahun 2020 liabilitas pajak kini sebesar Rp 7.906.513.527. Penambahan akun liabilitas tidak mempengaruhi jumlah kewajiban secara keseluruhan, karena sebelumnya pada SAK ETAP, jumlah yang disajikan dalam liabilitas pajak kini merupakan bagian dari akun utang pajak.

Tabel 1. Perhitungan Liabilitas Pajak Kini

	2021 Rp	2020 Rp
Laba Kena Pajak	113,389,336,509	105,904,124,067
PPh Badan 22%	24,945,654,032	23,298,907,295
UM PPh 25	(17,269,343,574)	(15,392,393,768)
PPh badan (Lebih) Kurang Bayar	7,676,310,458	7,906,513,527

Sumber: CALK PDAM Kota X, data diolah

Tabel 2. Perhitungan Utang Pajak

UTANG PAJAK	2021	2020
	Rp	Rp
Pajak Penghasilan Pasal 21	1,258,101,447	605,917,360
PPN Keluaran	84,001	301,303,175
PPH Pasal 4	446,467,956	159,222,819
Pajak Penghasilan Pasal 23	107,096,213	72,215,521
Jumlah	1,811,749,617	1,138,658,875

Sumber: CALK PDAM Kota X, data diolah

Selanjutnya sesuai dengan SAK EP bahwa upah, gaji, iuran jaminan sosial, cuti sakit berbayar merupakan jenis yang termasuk ke dalam imbalan kerja jangka pendek. PDAM Kota X diharuskan untuk melakukan perhitungan dan penyajian terhadap imbalan kerja. Pada tahun 2021, kewajiban imbalan kerja jangka pendek senilai Rp 1.168.864.309, dan pada tahun 2020 senilai Rp 266.364.764.

Tabel 3. Perhitungan Imbalan Kerja

KEWAJIBAN IMBALAN KERJA JANGKA PENDEK

Kewajiban imbalan kerja jangka pendek terdiri atas:

	2021	2020
	Rp	Rp
- Dana Pensiun	-	266,281,257
- Karyawan	1,168,864,309	83,507
Jumlah Kewajiban Jangka Pendek Lainnya	1,168,864,309	266,364,764

Sumber: CALK PDAM Kota X, data diolah

Jumlah imbalan kerja tersebut merupakan pemisahan dari akun kewajiban jangka pendek lainnya. Berdasarkan SAK ETAP, PDAM Kota X mencatat jumlah kewajiban jangka pendek lainnya sebesar Rp 5.322.307.589 pada tahun 2021 dan sebesar Rp 3.969.110.344 pada tahun 2020. Setelah penerapan SAK EP, kewajiban jangka pendek lainnya hanya senilai Rp 4.153.433.280 untuk tahun 2021 dan Rp 3.702.745.580 untuk tahun 2020. Perbedaan dari imbalan kerja tersebut tidak mempengaruhi jumlah kewajiban secara keseluruhan karena tidak mengurangi atau menambah total dari kewajiban lancar.

Tabel 4. Kewajiban Jangka Pendek Lainnya

KEWAJIBAN JANGKA PENDEK LAINNYA

Jumlah kewajiban lancar lainnya terdiri atas:

	2021	2020
	Rp	Rp
- Titipan	3,724,160,637	3,273,462,937

- Cabang Pelayanan

429,282,643

429,282,643

Jumlah Kewajiban Jangka Pendek Lainnya

4,153,443,280

3,702,745,580

Sumber: PDAM Kota X, data diolah

Tabel 5. Laporan Posisi Keuangan PDAM Kota X

PDAM KOTA X LAPORAN POSISI KEUANGAN 31 DESEMBER 2021 DAN 2020 (Disajikan dalam Rupiah, kecuali dinyatakan lain)				PDAM KOTA X LAPORAN POSISI KEUANGAN 31 DESEMBER 2021 DAN 2020 (Disajikan dalam Rupiah, kecuali dinyatakan lain)			
	Catatan	2021 Rp	2020 Rp	LIABILITAS DAN EKUITAS			
ASET				LIABILITAS DAN EKUITAS			
ASET LANCAR				LIABILITAS JANGKA PENDEK			
Kas dan setara kas		65,625,637,466	74,772,235,346	Utang usaha	18,746,863,055	7,384,512,206	
Investasi jangka pendek		28,000,000,000	10,000,000,000	Biaya yang masih harus dibayar	23,971,453,877	36,238,113,347	
Piutang usaha - bersih		45,445,152,718	49,533,453,068	Pendapatan yang masih harus dibayar	-	16,220,250	
Piutang lain-lain		300,148,547	125,744,227	Utang pajak	1,811,749,617	1,138,658,875	
Persediaan		14,970,038,391	11,848,571,285	Liabilitas pajak kini	34	7,676,310,458	7,906,513,527
Aset pajak tangguhan	35	3,325,092,928	2,239,378,825	Uang Muka Sumbangan Baru		18,861,800	18,861,800
Pembayaran dimuka		5,993,751,911	5,434,505,218	Kewajiban imbalan kerja	19	1,168,864,309	266,364,764
				Kewajiban jangka pendek lainnya	20	4,153,443,280	3,702,745,580
Jumlah Aset Lancar		163,659,821,961	153,953,887,969	Jumlah Kewajiban Jangka Pendek		57,547,546,396	56,671,990,349
ASET TIDAK LANCAR				KEWAJIBAN JANGKA PANJANG			
Investasi Jangka Panjang		168,000,000,000	198,000,000,000	Kewajiban imbalan pasca kerja	19,364,095,869	26,980,407,888	
Aset Tetap				Jumlah Kewajiban Jangka Panjang	19,364,095,869	26,980,407,888	
Harga Perolehan		1,072,399,395,440	966,372,318,601	JUMLAH KEWAJIBAN	76,911,642,265	83,652,398,237	
Akumulasi Penyusutan		(576,951,031,485)	(523,548,557,751)	EKUITAS	22		
Jumlah aset tetap		495,448,363,955	442,823,760,850	Modal dasar	3,500,000,000	3,500,000,000	
Aset Tidak Berwujud				Penyertaan Pemerintah Kota X	344,846,101,275	344,846,101,275	
Nilai Perolehan		4,884,373,770	2,755,008,970	Bantuan Pemerintah YBDS	41,955,686,209	41,955,686,209	
Akumulasi amortisasi		(1,642,849,481)	(1,418,953,008)	Cadangan Dana:			
Jumlah aset tidak berwujud		3,241,524,289	1,336,055,962	Sudah ditentukan penggunaannya (20%)	69,669,220,255	69,669,220,255	
Aset tidak lancar lainnya				Belum ditentukan penggunaannya	140,131,050,695	110,459,644,626	
Aset dalam pelaksanaan		5,891,162,840	7,319,311,755		209,800,270,950	180,128,864,881	
Jaminan PLN		374,653,075	369,571,075	Saldo laba			
Jumlah aset lain-lain		6,265,815,915	7,688,882,830	Laba (Rugi) tahun lalu/laba ditahan	62,897,985,912	54,695,946,932	
Jumlah Aset Tidak Lancar		672,955,704,159	649,848,699,642	Laba (Rugi) tahun berjalan	94,464,460,684	95,023,590,077	
JUMLAH ASET		836,615,526,120	803,802,587,611	Jumlah Saldo Laba (Rugi)	157,362,446,596	149,719,537,009	
				Jumlah Ekuitas	757,464,505,030	720,150,189,374	
				JUMLAH KEWAJIBAN DAN EKUITAS	834,376,147,295	803,802,587,611	

Sumber: PDAM Kota X, data diolah

Pada bagian laporan penghasilan komprehensif setelah diterapkannya SAK EP hanya berganti nama yang sebelumnya bernama laporan laba rugi komprehensif. Akun dari laporan penghasilan komprehensif tidak ada penambahan maupun pengurangan, sehingga laba berdasarkan SAK ETAP dan SAK EP jumlahnya tetap. Pada tahun 2021, PDAM Kota X memperoleh laba sebesar Rp 93.378.746.581 dan tahun 2020 terdapat laba sebesar Rp 92.784.211.252. Penambahan akun liabilitas pajak kini dan imbalan kerja tidak mempengaruhi laporan penghasilan komprehensif, karena akun tersebut tidak mempengaruhi laba atau rugi PDAM Kota X.

Tabel 6. Laporan Penghasilan Komprehensif PDAM Kota X

PDAM KOTA X		
LAPORAN PENGHASILAN KOMPREHENSIF		
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR TANGGAL 31 DESEMBER 2021 DAN 2020		
(Disajikan dalam Rupiah, kecuali dinyatakan lain)		
	31 Des 2021	31 Des 2020
	Rp	Rp
PENDAPATAN USAHA		
Pendapatan air	345,886,923,665	340,055,661,471
Pendapatan non air	26,756,746,785	22,188,880,783
Jumlah Pendapatan Usaha	372,643,670,450	362,244,542,254
Beban Langsung Usaha		
Beban sumber air	23,667,732,114	21,681,568,090
Beban pengolahan air	40,139,532,810	39,471,642,995
Beban transmisi/distribusi	76,911,688,465	73,281,975,816
Jumlah Beban Langsung Usaha	140,718,953,389	134,435,186,901
LABA KOTOR	231,924,717,061	227,809,355,353
BEBAN TIDAK LANGSUNG USAHA		
Beban umum dan administrasi	133,601,903,819	126,783,057,193
Jumlah Beban Tidak Langsung Usaha	133,601,903,819	126,783,057,193
LABA USAHA	98,322,813,242	101,026,298,160
PENDAPATAN (BEBAN) KOMPREHENSIF		
Pendapatan lain-lain	20,027,764,640	15,067,159,130
Beban lain-lain	(26,177,269)	(10,338,765)
Jumlah Pendapatan (Beban) Komprehensif	20,001,587,371	15,056,820,365
LABA (RUGI) BERSIH KOMPREHENSIF SEBELUM PAJAK	118,324,400,613	116,083,118,525
PAJAK PENGHASILAN	24,945,654,032	23,298,907,273
LABA (RUGI) BERSIH KOMPREHENSIF SETELAH PAJAK	93,378,746,581	92,784,211,252

Sumber: PDAM Kota X, data diolah

Penerapan SAK EP pada laporan perubahan ekuitas tidak memiliki perubahan, dikarenakan tidak terdapat transaksi yang menambah atau mengurangi jumlah ekuitas. Perubahan akun pajak kini dan imbalan kerja tidak mempengaruhi perhitungan ekuitas PDAM Kota X, sehingga jumlah saldo ekuitas berdasarkan SAK EP sama dengan SAK ETAP. Jumlah saldo ekuitas pada tahun 2020 senilai Rp 717.910.810.550, sedangkan tahun 2021 senilai Rp 756.378.790.927. Apabila PDAM Kota X memiliki pajak tangguhan, maka saldo ekuitas tahun berjalan akan berubah sebesar jumlah yang sama dalam laba (rugi) tahun berjalan.

Tabel 7. Laporan Perubahan Ekuitas PDAM Kota X

PDAM KOTA X	
LAPORAN PERUBAHAN EKUITAS	
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR TANGGAL 31	
DESEMBER 2021 DAN 2020	
(Disajikan dalam Rupiah, kecuali dinyatakan lain)	
URAIAN	Jumlah Ekuitas
Saldo per tanggal 31 Des 2019	674,611,545,890
Pembagian Laba Tahun 2019	-
Pemerintah Kota X	(48,061,443,003)
Penggunaan Dana Cadangan	(1,423,503,589)
Laba (Rugi) Tahun Berjalan	92,784,211,252
Saldo per tanggal 31 Des 2020	717,910,810,550
Pembagian Laba Tahun 2020	-
Pemerintah Kota X	(51,031,316,189)
Penggunaan Dana Cadangan	(2,803,067,870)
Koreksi Laba (Rugi) Tahun Lalu	(1,076,382,145)
Laba (Rugi) Tahun Berjalan	93,378,746,581
Saldo per tanggal 31 Des 2021	756,378,790,927

Sumber: PDAM Kota X, data diolah

Penyajian laporan arus kas menggunakan metode tidak langsung, sebagaimana pada SAK ETAP telah menggunakan metode yang sama. Penerapan laporan arus kas berdasarkan SAK EP hanya memiliki perbedaan dalam arus kas dari aktivitas operasi. Pada arus kas dari aktivitas investasi dan aktivitas pendanaan tidak ada perubahan, karena setelah penerapan SAK EP hanya terdapat dua penambahan akun yaitu pajak kini dan imbalan kerja, yang keduanya merupakan bagian dari kewajiban lancar. Pada penyesuaian modal kerja, terdapat penambahan akun yaitu kenaikan (penurunan) beban penghasilan non kas. Pada kasus PDAM Kota X, beban penghasilan non kas pada SAK ETAP merupakan bagian dari kenaikan (penurunan) utang pajak. Setelah penerapan SAK EP dilakukan penyesuaian modal kerja, karena jumlah pajak kini dan pajak tangguhan tidak berpengaruh terhadap kas.

Pada tahun 2020 dan 2021, PDAM Kota X tidak memiliki pajak tangguhan sehingga tidak ada selisih komparatif dari pajak tangguhan, beban non kas hanya berasal dari selisih komparatif liabilitas pajak kini. Pada tahun 2021 jumlah pajak kini lebih kecil daripada tahun 2020. Namun, pada tahun 2020 jumlah pajak kini lebih besar daripada tahun 2019. Beban penghasilan non kas pada tahun 2021 mengalami penurunan yaitu sebesar Rp 230.203.069, sedangkan pada tahun 2020 mengalami kenaikan sebesar Rp 2.109.411.201. Penambahan akun imbalan kerja jangka pendek, yang sebelumnya merupakan penggabungan dari akun kewajiban jangka pendek lainnya mempengaruhi arus kas dari aktivitas operasi. Pada SAK ETAP, PDAM Kota X memiliki kenaikan terhadap kewajiban jangka pendek lainnya sebesar Rp 1.353.197.245 untuk tahun 2021 dan Rp 3.212.663.647 untuk tahun 2020. Setelah penerapan SAK EP, maka kenaikan (penurunan) kewajiban jangka pendek lainnya hanya sebesar Rp 450.697.700 untuk tahun 2021 dan Rp 3.008.041.150 untuk tahun 2020. Jumlah tersebut dipisahkan dengan memunculkan akun baru yaitu kenaikan kewajiban imbalan kerja jangka pendek sebesar Rp 902.499.545 pada tahun 2021 dan Rp 204.622.497 pada tahun 2020.

Tabel 8. Laporan Arus Kas PDAM Kota X

PDAM KOTA X LAPORAN ARUS KAS UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR TANGGAL 31 DESEMBER 2021 dan 2020 (Disajikan dalam Rupiah, kecuali dinyatakan lain)		
	2021	2020
ARUS KAS DARI AKTIVITAS OPERASI		
Laba Tahun Berjalan	93,378,746,581	92,784,211,252
Penyesuaian untuk unsur yang tidak mempengaruhi arus kas dari aktivitas operasi:		
Beban Penyusutan dan Amortisasi	53,626,370,208	50,857,823,787
Imbalan Pasca Kerja	(7,616,312,019)	542,745,364
Beban Pajak Penghasilan nonkas	(230,203,069)	2,109,411,002
Koreksi Laba (Rugi) Tahun Lalu	(1,076,382,145)	-
Jumlah Penyesuaian	44,703,472,975	53,509,980,153
Arus Kas Operasi sebelum Perubahan Modal Kerja	138,082,219,556	146,294,191,405
Perubahan Modal Kerja		
Penurunan (Kenaikan) Investasi Jangka Pendek	(18,000,000,000)	5,000,000,000
Penurunan (Kenaikan) Piutang Usaha	4,088,300,350	(4,913,897,241)
Penurunan (Kenaikan) Piutang Lain-lain	(174,404,320)	162,971,739
Penurunan (Kenaikan) Persediaan	(3,121,467,106)	(1,762,377,139)
Penurunan (Kenaikan) Pembayaran Dimuka	(559,246,693)	566,682,536
Kenaikan (Penurunan) Utang Usaha	11,362,350,849	1,379,093,478
Kenaikan (Penurunan) Beban Yang Masih Harus Dibayar	(12,266,659,470)	9,035,153,088
Kenaikan (Penurunan) Pendapatan Diterima Dimuka	(16,220,250)	(21,627,000)
Kenaikan (Penurunan) Utang Pajak	673,090,742	(746,434,763)
Kenaikan (Penurunan) Kewajiban Jangka Panjang Jatuh Tempo	-	-
Kenaikan (Penurunan) Uang Muka Sumbangan Baru	-	18,861,800
Kenaikan (Penurunan) Kewajiban Imbalan Kerja Jangka Pendek	902,499,545	204,622,497
Kenaikan (Penurunan) Kewajiban Jangka Pendek Lainnya	450,697,700	3,008,041,150
Jumlah Perubahan Modal Kerja	(16,661,058,653)	11,931,090,145
Arus Kas Bersih dari Aktivitas Operasi	121,421,160,903	158,225,281,550
ARUS KAS DARI AKTIVITAS INVESTASI		
Penambahan Investasi Jangka Panjang	30,000,000,000	(5,000,000,000)
Perolehan Aset Tetap	(106,042,033,112)	(75,620,458,287)
Pelepasan Aset Tetap	14,956,273	2,413,914,000
Perolehan Aset Tetap Dalam Pelaksanaan	1,428,148,915	(3,661,176,416)
Pengurangan (Penambahan) Aset Tidak Berwujud	(2,129,364,800)	(149,380,000)
Pengurangan (Penambahan) Uang Jaminan PLN	(5,082,000)	(37,725,200)
Arus Kas Bersih yang Digunakan untuk Aktivitas Investasi	(76,733,374,724)	(82,054,825,903)
ARUS KAS DARI AKTIVITAS PENDANAAN		
Penerimaan Setoran Modal Pemerintah Kota X	-	-
Pembayaran Setoran Bagian Laba	(51,031,316,189)	(48,061,443,003)
Penggunaan Cadangan Dana	(2,803,067,870)	(1,423,503,589)
Arus Kas Bersih dari Aktivitas Pendanaan	(53,834,384,059)	(49,484,946,592)
KENAIKAN (PENURUNAN) BERSIH KAS DAN SETARA KAS	(9,146,597,880)	26,685,509,055
KAS DAN SETARA KAS AWAL PERIODE	74,772,235,346	48,086,726,291
KAS DAN SETARA KAS AKHIR PERIODE	65,625,637,466	74,772,235,346

Sumber: PDAM Kota X, data diolah

CALK merupakan pengungkapan dari penyajian seluruh laporan keuangan. Perubahan setelah penerapan SAK EP sebagaimana telah dijelaskan diatas berpengaruh terhadap pengungkapan dari masing-masing akun. Setelah penerapan SAK EP, nilai dari utang pajak PDAM Kota X sebesar Rp 1.811.749.617 dari perhitungan sebelumnya yaitu sebesar Rp 9.488.060.076. Selisih tersebut dikarenakan nilai utang PPh Badan dipisahkan dari utang pajak menjadi liabilitas pajak kini, yang merupakan perhitungan dari PPh kurang bayar tahun berjalan. Pada bagian kewajiban jangka pendek lainnya, terdapat pemisahan antara kewajiban imbalan kerja jangka pendek dengan kewajiban jangka pendek lainnya. Sehingga pada tahun 2021, jumlah dari kewajiban jangka pendek lainnya sebesar Rp 4.153.443.280.

5. KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

PDAM Kota X merupakan salah satu perusahaan umum daerah di Kota X dibidang pelayanan penyediaan air bersih. PDAM Kota X telah menerapkan SAK ETAP dalam penyusunan laporan keuangannya, yang menggunakan aplikasi bernama SIKOMPAK. Berdasarkan hasil pembahasan mengenai penyusunan laporan keuangan berdasarkan SAK EP, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat beberapa perbedaan dalam penyajian laporan keuangan. Perbedaan tersebut terletak pada Laporan Posisi Keuangan, Laporan Arus Kas dan Catatan Atas Laporan Keuangan. Pada bagian liabilitas, SAK EP melakukan perhitungan terhadap liabilitas pajak kini yang sebelumnya disebut dengan utang PPh badan. Jumlah dari liabilitas pajak kini PDAM Kota X tahun 2021 adalah sebesar Rp 7.676.310.458. Selain pajak, penerapan SAK EP memperhitungkan kewajiban imbalan kerja yang sebelumnya merupakan bagian dari kewajiban jangka pendek lainnya. Pada tahun 2021, kewajiban imbalan kerja muncul sebesar Rp 1.168.864.309. Perubahan penyusunan laporan keuangan berdasarkan SAK EP pada PDAM Kota X hanya menambah akun dan tidak mempengaruhi jumlah keseluruhan aset, liabilitas dan ekuitas. Sehingga berdasarkan SAK ETAP dan SAK EP, total aset, liabilitas dan ekuitas yaitu sebesar Rp 833.290.433.192.

Apabila terdapat komponen transaksi dalam SAK EP yang tidak terjadi pada tahun 2021 dan 2020, maka perhitungan dan penyajian dari laporan keuangan PDAM Kota X dikembalikan kepada pihak manajemen. Secara keseluruhan, perubahan SAK EP mengubah laporan keuangan menjadi lebih rinci, sehingga perhitungan dan penyajiannya dapat lebih mudah dipahami oleh pihak-pihak yang membutuhkan.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2020). *Badan Pusat Statistik*. <https://www.bps.go.id/>
- Budiandru, & Isfa, S. S. (2018). Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2, 399–411.
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2015). *SAK: PSAK Nomor 1 Tentang Laporan Keuangan*. <http://sak.iaiglobal.or.id/>
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2021). *SAK Entitas Privat*. <http://sak.iaiglobal.or.id/>
- International Monetary Fund. (2020). *World Economic Outlook Databases (WEO)*. <https://www.imf.org/>
- Kartikahadi, H., Sinaga, R. U., Syamsul, M., Siregar, S. V., & Wahyuni, E. T. (2016). *Akuntansi Keuangan Berdasarkan SAK Berbasis IFRS* (1st ed.). Ikatan Akuntan Indonesia.
- Mukti, R. W. (2021). *Penerapan Laporan Keuangan Berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) Pada CV. X*. STIE Mahardika.
- Resdianto Ekosari Ramadhan. (2021). *Analisis Perbandingan Penyusunan Laporan Keuangan BUMDes dengan Menggunakan PSAK EMKM dengan PSAK Entitas Privat: Studi Pada BUMDes Klirong*

- Makmur, Desa Klirong Kecamatan Klirong Kabupaten Kebumen Tahun 2019 dan 2020.* STIE YKPN.
- Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2016). *Accounting Information Systems* (14th ed.). Pearson Education.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (Seventh). Seran, S. (2020). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Sosial*. Deepublish.
- Siyoto, Dr. S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup, Ed.). Literasi Media Publishing.
- Sugiarto, S. E., & Alfian, M. (2014). Faktor-Faktor Pendukung Atas Keberhasilan Penerapan Akuntansi Berbasis AkruaL Pada Pemerintahan di Kota Solo. *3rd Economics & Business Research Festival. Proceeding Seminar & Call For Papers : Business Dynamics Toward Competitive Economic Region Of Asean*, 1713–1726.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. CV Alfabeta.
- Sukmadinata, S. N. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan*. Remaja Rosdakarya.
- Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Perpajakan, (2008).
- Widyaningsih, S. (2021). *SAK ETAP Dalam Menunjang Laporan Keuangan Pada Perusahaan Jasa Kontraktor (Studi Kasus Pada CV X Jombang)*. STIE PGRI Dewantara.
- Winarno, M. E. (2011). *Metodologi Penelitian dalam Pendidikan Jasmani*. Penerbit Universitas Negeri Malang (UM PRESS).

7. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada pihak PDAM Kota X yang telah membantu serta memberikan izin untuk melakukan penelitian skripsi ini. Ucapan terima kasih juga kepada Politeknik Negeri Jakarta dan seluruh pihak yang terlibat dalam penerbitan artikel ini.

Halaman Persetujuan Artikel dari Dosen Pembimbing

Artikel saya berjudul

“Penyusunan Laporan Keuangan Berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Privat (SAK EP) Pada PDAM Kota X”

Telah selesai dikoreksi dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk dipublikasikan.

		Tanda tangan	Tanggal
Mahasiswa:	Qoriana Fadillah		16 Agustus 2022
Dosen Pembimbing:	Yenni Nuraeni		16 Agustus 2022

Pengaruh Pengungkapan *Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Penghindaran Pajak (*Tax Avoidance*) pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018 – 2020

Febriandini Putri Fahira¹⁾, Lia Ekowati²⁾

¹⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: febriandini.putrifahira.ak18@mhs.w.pnj.ac.id

²⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: lia.ekowati@akuntansi.pnj.ac.id

ABSTRACT

Tax revenues in Indonesia have not reached or exceeded the target, especially in 2018-2020. One of the reasons because the company carries out tax avoidance. Companies that do tax avoidance are considered to have not maximized the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) and have not implemented Good Corporate Governance. Therefore, this study was conducted to determine the effect of Corporate Governance and CSR disclosures on tax avoidance. The population of this research is mining sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2018–2020. In this study, it used multiple linear regression analysis techniques and quantitative methods. The results obtained from this research are the boards of director has a positive and significant effect on tax avoidance. Meanwhile, institutional ownership and Corporate Social Responsibility disclosure have no effect on tax avoidance.

Keywords: *Tax avoidance, corporate governance, boards of director, institutional ownerships, corporate social responsibility*

ABSTRAK

Penerimaan pajak di Indonesia belum mencapai atau melebihi target, khususnya pada tahun 2018-2020. Salah satu penyebabnya karena perusahaan melakukan tindakan penghindaran pajak. Perusahaan yang melakukan penghindaran pajak dinilai belum memaksimalkan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan dan belum menerapkan tata kelola perusahaan yang baik. Oleh karena itu dilakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap penghindaran pajak. Populasi penelitian ini yaitu perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018 – 2020. Dalam penelitian ini, menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dan metode kuantitatif. Hasil yang didapat dari penelitian ini yaitu dewan direksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penghindaran pajak. Sedangkan kepemilikan institusional dan pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak.

Kata-Kata Kunci: Penghindaran pajak, tata kelola perusahaan, dewan direksi, kepemilikan institusional, tanggung jawab sosial perusahaan

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pajak menjadi kontribusi wajib dan sumber utama pendapatan negara untuk itu pemerintah telah melakukan beberapa upaya agar penerimaan pajak dapat maksimal (Salsabila et al., 2021). Namun penerimaan pajak setiap tahunnya belum memenuhi target atau masih bersifat fluktuatif. Faktor yang menyebabkan penerimaan pajak masih bersifat fluktuatif adalah kesadaran Wajib Pajak yang rendah dalam memenuhi kewajibannya (Oktofian, 2015). Ditambah pada tahun 2020 muncul Covid-19 yang mengakibatkan penurunan pendapatan di sebagian besar sektor di Indonesia yang berakibat penerimaan pajak berkurang dari tahun – tahun sebelumnya.

Pemerintah sebagai pihak yang berwenang telah menyiapkan beberapa kebijakan baru agar penerimaan pajak dapat maksimal. Namun terdapat tantangan karena Wajib Pajak merasa bahwa pajak merupakan hal yang memberatkan perusahaan sehingga banyak yang melakukan penghindaran pajak (Oktofian, 2015). Salah satu sektor yang masih banyak melakukan penghindaran pajak dan masih sedikit yang menerapkan pelaporan transparansi pajak adalah sektor pertambangan (Suwiknyo, 2021). Hal ini dibuktikan pada tahun 2017 pertambangan di Indonesia merupakan salah satu dari 5 produsen batu bara terbesar di dunia (Yuliawati, 2019). Namun hal tersebut berkebalikan dengan penerimaan pajak yang dapat dilihat pada laporan kinerja Kementerian Keuangan yang hanya berkontribusi sebesar 18,30% pada tahun 2018. Selain itu, perusahaan pada sektor pertambangan juga masih minim yang menerapkan pelaporan transparansi pajak sehingga peringkat *Environmental, Social, Governance* (ESG) dan citra perusahaan di mata masyarakat masih kurang baik (Suwiknyo, 2021). Dengan ini, penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh jika perusahaan mengungkapkan *Corporate Governance* (CG) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap tindakan penghindaran pajak (*tax avoidance*) perusahaan.

1.2 Tujuan Penelitian

Merujuk kepada latar belakang, tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Menganalisis pengaruh pengungkapan *Corporate Governance* yang diukur melalui dewan direksi terhadap penghindaran pajak (*tax avoidance*)
2. Menganalisis pengaruh pengungkapan *Corporate Governance* yang diukur melalui kepemilikan institusional terhadap penghindaran pajak (*tax avoidance*)
3. Menganalisis pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap penghindaran pajak (*tax avoidance*)
4. Menganalisis pengaruh pengungkapan *Corporate Governance* yang diukur melalui dewan direksi dan kepemilikan institusional serta pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap penghindaran pajak (*tax avoidance*)

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Legitimasi

Teori legitimasi yaitu perusahaan menekankan batasan untuk setiap kegiatan perusahaan oleh norma dan nilai sosial yang berkaitan dengan lingkungan sekitar perusahaan, agar masyarakat dapat melihat perilaku organisasi terhadap lingkungan (A'yun, 2019). Legitimasi dapat diperoleh oleh perusahaan dengan mengupayakan beberapa jenis kegiatan seperti tanggung jawab sosial dan lingkungan. Salah satu bentuk tanggung jawab sosial yaitu membayar pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku, tanpa melakukan penghindaran pajak (*tax avoidance*) (Indah Kumalasari, 2016). Sedangkan bentuk tanggung jawab pada pengungkapan lingkungan dapat dilihat pada

laporan tahunan dan laporan keberlanjutan yang memperlihatkan keseriusan perusahaan dalam merawat lingkungan sekitarnya.

2.1.2 Teori Agensi

Teori agensi yaitu suatu kontrak antara pihak yang memberikan wewenang (*principal*) kepada pihak yang menerima wewenang (*agent*) terkait dengan pelaksanaan kepentingan pihak *principal* (A'yun, 2019). Namun dengan adanya pemberian wewenang dapat menimbulkan masalah antara kedua belah pihak (*agency problem*) seperti adanya perbedaan kepentingan dalam meningkatkan laba perusahaan. Wewenang yang dimiliki pihak *agent* dapat dimanfaatkan untuk melakukan manajemen laba sehingga beban pajak yang dibayar menjadi kecil atau dilakukan penghindaran pajak (Pratiwi, 2020). Oleh sebab itu, perusahaan yang melakukan penghindaran pajak perlu meningkatkan CG. Hal ini dikarenakan perusahaan dengan *Good Corporate Governance* cenderung tidak melakukan penghindaran pajak (Pratiwi, 2020).

2.1.3 Penghindaran Pajak (*Tax Avoidance*)

Penghindaran pajak (*tax avoidance*) yaitu upaya wajib pajak dalam menggunakan peluang dalam UU Perpajakan sehingga pajak yang dibayar akan lebih rendah (Oktofian, 2015). Menurut Landolf (2006) penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan adalah suatu tindakan yang tidak memiliki tanggung jawab sosial, karena perusahaan dianggap tidak ikut berkontribusi dalam pembangunan negara melalui pembayaran pajak. Selain itu, perusahaan yang cenderung melakukan penghindaran pajak tidak menerapkan CG dengan baik yang tercermin dari tidak dilakukannya CSR (Pratiwi, 2020). Oleh karena itu, penghindaran pajak memang suatu cara *legal* yang dapat dilakukan perusahaan dalam meminimalisir pembayaran pajak namun hal ini dapat mengurangi tanggung jawab sosial perusahaan yang mencerminkan kurangnya penerapan CG. Penghindaran pajak dapat diukur menggunakan rumus *Effective Tax Rate* (ETR) yaitu beban pajak dibagi laba sebelum pajak (Lanis & Richardson, 2012).

2.1.4 Pengungkapan Corporate Governance

The Institute of Corporate Governance (IICG) dalam Savitri (2019) menyatakan bahwa *Corporate Governance* merupakan rangkaian prosedur untuk mengendalikan dan memfokuskan kegiatan operasional perusahaan agar tetap berlanjut sesuai dengan yang diharapkan oleh *stakeholders*. Dalam CG terdapat 2 mekanisme pengawasan yaitu eksternal seperti pengendalian perusahaan, struktur kepemilikan, dan pengendalian pasar serta pada internal seperti Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), dewan direksi, proporsi dewan komisaris independen, komite audit (Amelia, 2018). Dengan diterapkannya *Corporate Governance* yang baik maka dapat meminimalisir adanya masalah agensi (Savitri, 2019).

Pada penelitian ini untuk pengungkapan CG diukur melalui dewan direksi dan kepemilikan institusional. Sesuai Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, dewan direksi adalah organ perseroan yang berwenang dan bertanggung jawab penuh atas pengurus Perseroan untuk kepentingan Perseroan, sesuai dengan maksud dan tujuan Perseroan serta mewakili Perseroan baik di dalam maupun di luar pengadilan sesuai dengan ketentuan anggaran dasar. Dewan direksi diukur dengan melihat total anggota dewan direksi (Amelia, 2018). Sedangkan kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham oleh pihak institusi atau lembaga lain seperti pemerintah, investor luar negeri, bank, perusahaan asuransi dan dana pensiun (Zuesty, 2016). Kepemilikan institusional diukur dengan membandingkan total saham institusional dengan total saham beredar (Amelia, 2018).

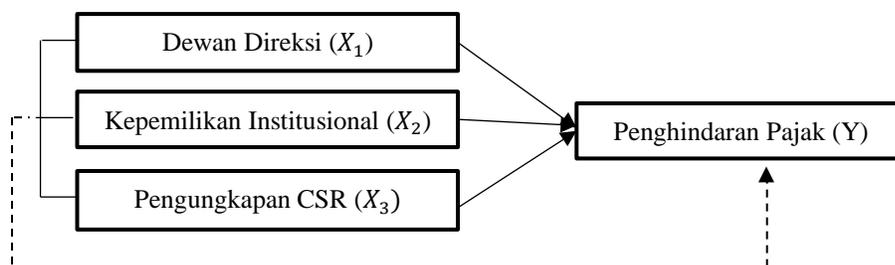
2.1.5 Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Pengungkapan CSR yaitu pengungkapan informasi yang berkaitan dengan sosial dan lingkungan akibat dari kegiatan operasional perusahaan kepada para *stakeholders* melalui laporan tahunan atau laporan keberlanjutan (Galuh Rahajeng, 2010). Selain pengungkapan melalui laporan

tahunan dan laporan keberlanjutan, penerapan CSR dilakukan dengan membayar pajak perusahaan sesuai dengan keadaan sebenarnya tanpa melakukan penghindaran pajak. Penerapan CSR dilakukan sebagai bentuk tanggung jawab moral dan kepedulian perusahaan terhadap seluruh *stakeholders*-nya terutama *external stakeholders* yaitu masyarakat (Galuh Rahajeng, 2010). Pengungkapan CSR yang sebelumnya dilakukan oleh A'yun (2019) diukur menggunakan metode *check list* berdasarkan indeks GRI.G4 (*Global Reporting Initiative*).

2.2 Kerangka Pemikiran

Berikut merupakan gambar mengenai hubungan antara variabel – variabel yang akan diteliti dan dinyatakan dalam model analisis pada kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Data diolah

Keterangan:

- > : Secara Parsial
- - - - -> : Secara Simultan

2.3 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah dibuat mengenai hubungan antar variabel-variabel penelitian, maka hipotesis yang digunakan pada penelitian ini sebagai berikut:

H1: Dewan direksi berpengaruh terhadap penghindaran pajak

H2: Kepemilikan institusional berpengaruh terhadap penghindaran pajak

H3: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap penghindaran pajak

H4: Dewan direksi, kepemilikan institusional, dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh secara simultan terhadap penghindaran pajak

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan metode kuantitatif yaitu mengolah data dalam bentuk angka. Rancangan penelitian ini menggunakan bentuk kausal komparatif karena akan membandingkan variabel yang satu dengan yang lainnya. Hal tersebut dilakukan agar mengetahui pengaruh dan hubungan sebab akibat diantara variabel – variabel yang digunakan.

3.2 Objek dan Subjek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah pengungkapan *Corporate Governance* yang dilihat dari dewan direksi, kepemilikan institusional serta pengungkapan CSR. Selanjutnya untuk subjek penelitian ini adalah perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2018 – 2020. Pemilihan sektor pertambangan karena adanya ketidaksesuaian antara penghasilan yang diterima pada tahun 2017 dengan penerimaan pajak pada tahun 2018.

3.3 Metode Pengambilan Sampel

Penentuan sampel yang akan digunakan yaitu metode *purposive sampling* karena terdapat beberapa kriteria yang harus ada pada sebuah sampel. Populasi penelitian ini atau perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI dari tahun 2018 ada sebanyak 47. Sedangkan untuk

sampel adalah bagian yang akan dipilih sesuai dengan kriteria untuk mewakili populasi tersebut. Pada penelitian ini sampel yang memenuhi kriteria ada sebanyak 7 perusahaan.

3.4 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data yang digunakan yaitu terkait dengan informasi mengenai *Corporate Governance* yaitu dewan direksi dan kepemilikan institusional serta CSR. Sumber data sekunder ini dapat ditemukan pada laporan tahunan dan laporan keberlanjutan yang dikeluarkan oleh masing-masing perusahaan untuk periode 2018 – 2020 dan diakses melalui situs IDX dan *website* perusahaan.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini akan menggunakan metode pengumpulan data dengan teknik studi pustaka dan dokumentasi. Studi pustaka adalah sekumpulan kegiatan yang berkaitan dengan metode pengumpulan data pustaka dari berbagai literatur terdahulu, membaca, dan mencatat serta mengolah data penelitian (Supriyadi, 2016). Sedangkan untuk dokumentasi yaitu berupa kumpulan catatan kejadian yang sudah berlalu yang berhubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

3.6 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis. Pengujian ini menggunakan aplikasi statistik yaitu *Statistical Package for Social Science* (SPSS). Berikut merupakan metode analisis data yang perlu dilakukan:

3.6.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik harus dilakukan sebelum melakukan analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis. Berikut terdapat empat uji asumsi klasik yaitu sebagai berikut:

1. Uji normalitas dilakukan sebelum pengolahan data untuk mengetahui data antar variabel independen dan dependen terdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov. Dasar keputusan yang diambil yaitu jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi ini dikatakan normal (Nurani, 2021).
2. Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji kemiripan atau adanya hubungan korelasi yang tinggi antara variabel independen yang satu dengan yang lainnya. Untuk mengetahui suatu data terjadi multikolinearitas maka hasil pengujian harus memiliki nilai signifikan $> 0,1$ dan *Variance Inflation Factor* (VIF) ada pada rentang 1 – 10 (Ghozali, 2018).
3. Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui ketidaksamaan dalam varian dari residual pada model analisis regresi linear. Salah satu uji heteroskedastisitas yang dapat dilakukan yaitu uji glejser dengan syarat apabila nilai signifikan $> 0,05$ berarti model regresi layak dijadikan asumsi (Ghozali, 2018).
4. Uji autokorelasi merupakan pengujian yang wajib dilakukan pada model analisis regresi linear *time series* untuk mengetahui adanya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode saat ini (t) dengan periode sebelumnya (t-1). Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan berbagai macam cara dan yang paling sering digunakan yaitu uji Durbin-Watson dengan syarat $dU < d < 4-dU$. (Ghozali, 2018)

3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda yaitu digunakan untuk menemukan atau mengetahui bagaimana hubungan variasi dari beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Model persamaan untuk analisis regresi linear berganda yaitu sebagai berikut:

$$y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

y = tindakan penghindaran pajak (*tax avoidance*)

a = konstanta

X_1 = dewan direksi

- X_2 = kepemilikan institusional
- X_3 = pengungkapan *Corporate Social Responsibility*
- $b_{1,2,3}$ = koefisien regresi
- e = error (kesalahan pengganggu)

3.6.3 Pengujian Hipotesis

Pengujian ini dilakukan dengan tujuan untuk menilai akurasi dari hipotesis yang dapat diterima atau ditolak dengan menetapkan jumlah statistik dari data yang dihasilkan. Dalam pengujian ini dilakukan beberapa uji yaitu sebagai berikut:

1. Uji kelayakan model (uji F) yaitu digunakan untuk menguji model yang digunakan pada analisis regresi linear berganda sudah sesuai dan layak digunakan atau belum. Kriteria untuk pengambilan keputusan pada uji F yaitu apabila nilai signifikan $< 0,05$ dan kriteria lainnya yaitu jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak atau H_1 diterima. (Amelia, 2018)
2. Uji signifikansi parameter individual (uji t) digunakan untuk menunjukkan pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen jika nilai signifikansi $< 0,05$ (S, Sitompul, 2021). Kriteria lain pada uji t yaitu jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak atau H_1 diterima (Sugiarto, 2017).
3. Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar nilai variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen. Nilai koefisien determinasi berada diantara 0 dan 1. Jika hasil uji mendekati 0 maka kemampuan variabel independen terhadap variabel dependen sangat terbatas dan begitupun sebaliknya. (Amelia, 2018)

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Dalam hasil penelitian diperoleh temuan yang berkaitan dengan data – data penelitian pada yaitu sebagai berikut:

4.1.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik harus dilakukan sebelum melakukan analisis regresi linear berganda. Hasil dari uji asumsi klasik yang telah dilakukan melalui aplikasi SPSS versi 26.0 yaitu sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Tabel 4. 1 Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		21
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,06412388
Most Extreme	Absolute	,168
Differences	Positive	,168
	Negative	-,091
Test Statistic		,168
Asymp. Sig. (2-tailed)		,124

Sumber: SPSS V.26.0

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari data residual sebesar 0,124. Hal tersebut berarti data variabel yang digunakan telah terdistribusi normal karena lebih besar dari 0,05.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 4. 2 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Dewan Direksi (X1)	0,915	1,093
Kepemilikan Institusional (X2)	0,966	1,036
Pengungkapan CSR (X3)	0,887	1,127

Sumber: SPSS V.26.0

Berdasarkan uji multikolinearitas pada tabel 4.2, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi korelasi antara ketiga variabel independen. Untuk nilai VIF pada ketiga variabel kurang dari 10 yaitu masing-masing sebesar 1,093, 1,036, 1,127 dan nilai *tolerance*-nya lebih dari 0,10.

3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	t	Sig.
1 (Constant)	-0,46	0,964
Dewan Direksi (X1)	0,026	0,980
Kepemilikan Institusional (X2)	0,960	0,351
Pengungkapan CSR (X3)	-0,992	0,335

Sumber: SPSS V.26.0

Berdasarkan hasil tabel 4.3, semua nilai signifikansi ketiga variabel melebihi batas normal yaitu $> 0,05$. Untuk variabel DD, KEIN, dan CSR masing-masing sebesar 0,980, 0,351, dan 0,335.

4. Uji Autokorelasi

Tabel 4. 4 Hasil Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	1,764

Sumber: SPSS V.26.0

Berdasarkan pengujian SPSS versi 26.0, nilai dU dan dL berturut-turut sebesar 1,6694 dan 1,0262. Maka dapat dilihat dalam model regresi penelitian ini tidak terjadi autokorelasi karena telah memenuhi syarat $dU < d < 4 - dU$ yaitu $1,6694 < 1,764 < 2,3306$.

4.1.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4. 5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	0,524	0,203
Dewan Direksi (X1)	0,146	0,040
Kepemilikan Institusional (X2)	-0,315	0,246
Pengungkapan CSR (X3)	-0,136	0,152

Sumber: SPSS V.26.0

$$Y = 0,524 + 0,146X_1 - 0,315X_2 - 0,136X_3 + e$$

Berdasarkan tabel 4.5, model regresi linear berganda di atas merupakan hasil dari pengujian yang telah dilakukan dan berikut merupakan penjelasan masing-masing variabel:

1. Pada koefisien konstan memiliki nilai sebesar 0,524 artinya jika variabel dewan direksi, kepemilikan institusional, dan pengungkapan CSR bernilai 0 maka nilai dari penghindaran pajak sebesar 0,524.

2. Pada variabel X_1 yaitu dewan direksi memiliki nilai 0,146, hal ini berarti setiap kenaikan satu satuan pada variabel dewan direksi maka tindakan penghindaran pajak akan turun sebesar 0,146 yang ditandai dengan kenaikan pada nilai ETR.
3. Pada variabel X_2 yaitu kepemilikan institusional memiliki nilai -0,315, hal tersebut berarti setiap adanya kenaikan satu satuan pada kepemilikan institusional maka akan terjadi penurunan nilai ETR sebesar 0,315 maka penghindaran pajak akan meningkat.
4. Pada variabel X_3 yaitu pengungkapan CSR memiliki nilai -0,136 artinya apabila terjadi kenaikan satu satuan pada variabel pengungkapan CSR maka tindakan penghindaran pajak perusahaan akan naik sebesar 0,136 yang diukur dengan semakin rendah nilai ETR.

4.1.3 Pengujian Hipotesis

Berikut hasil dari pengujian hipotesis yang dilakukan untuk mengetahui dan seberapa besar pengaruh setiap variabel independen pada variabel dependen:

1. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Tabel 4. 6 Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual

	Model	t	Sig.
1	(Constant)	2,578	0,020
	Dewan Direksi (X1)	3,614	0,002
	Kepemilikan Institusional (X2)	-1,281	0,218
	Pengungkapan CSR (X3)	-0,897	0,382

Sumber: SPSS V.26.0

Berdasarkan tabel 4.6, pada variabel pengungkapan CG yang diukur melalui dewan direksi dan kepemilikan institusional serta variabel pengungkapan CSR memiliki nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,002, 0,218, dan 0,382. Hal tersebut berarti pada variabel dewan direksi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel penghindaran pajak. Sedangkan pada variabel kepemilikan institusional dan pengungkapan CSR tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel penghindaran pajak.

2. Uji Kelayakan Model (uji F)

Tabel 4. 7 Uji Kelayakan Model

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	0,071	3	0,024	4,877	,013 ^b
	Residual	0,082	17	0,005		
	Total	0,153	20			

Sumber: SPSS V.26.0

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat nilai signifikan sebesar 0,013, hal tersebut berarti terdapat pengaruh secara simultan antara semua variabel independen yaitu variabel dewan direksi, kepemilikan institusional dan variabel pengungkapan CSR dengan variabel dependen yaitu penghindaran pajak.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4. 8 Uji Koefisien Determinasi

Model	Durbin-Watson
1	1,764

Sumber: SPSS V.26.0

Berdasarkan hasil tabel 4.8, nilai dari *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,368 atau 36,8%. Dapat diartikan bahwa variabel dewan direksi, kepemilikan institusional, dan pengungkapan CSR

memengaruhi sebesar 36,8% terhadap variabel penghindaran pajak dan sisanya yaitu sebesar 63,2% dipengaruhi oleh variabel independen lainnya.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Pengungkapan Corporate Governance yang Diukur melalui Dewan Direksi Terhadap Penghindaran Pajak

Sesuai dengan hasil uji t variabel X_1 memiliki nilai sebesar $3,614 > 2,100$ dan memiliki arah yang positif. Dengan ini pernyataan hipotesis diterima dan hasil ini sejalan dengan penelitian (Wulandari, 2019) dan (Djefris et al., 2018). Sesuai dengan hasil pengujian maka semakin banyak komposisi dewan direksi perusahaan maka semakin tinggi nilai ETR dan penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan semakin rendah.

Dewan direksi mempunyai peran inti pada *Corporate Governance* karena semua kepentingan dan urusan perusahaan menjadi tanggung jawab dewan direksi yang telah diserahkan oleh hukum perseroan (Rengganis & Dwija Putri, 2018). Semakin banyak komposisi dewan direksi diharapkan dapat meningkatkan tingkat kompetensi dan kualitas sumber daya perusahaan sehingga mampu membuat keputusan yang tepat terkait peraturan dan kebijakan terutama kepatuhan peraturan perpajakan (Wulandari, 2019). Sehingga semakin besar komposisi dewan direksi perusahaan maka semakin tindakan penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan.

4.2.2 Pengaruh Pengungkapan Corporate Governance yang Diukur melalui Kepemilikan Institusional Terhadap Penghindaran Pajak

Berdasarkan uji t yang telah dilakukan, variabel X_2 memiliki nilai sebesar $-1,281 < -2,100$ sehingga kepemilikan institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap tindakan penghindaran pajak. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian (Pratiwi, 2020) dan (Damayanti & Susanto, 2015). Tidak adanya pengaruh persentase kepemilikan institusional terhadap penghindaran pajak karena sesuai dengan teori agensi dimana adanya pendelegasian wewenang antara *agent* (manajemen perusahaan) dan *principal* (pemegang saham) maka pemilik institusional memberikan kepercayaan kepada pihak *agent* untuk mengatur dan mengelola perusahaan (Pangeran & Salaunaung, 2016). Oleh sebab itu tidak ada pengaruh antara kepemilikan institusional dengan penghindaran pajak.

4.2.3 Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Penghindaran Pajak

Sesuai dengan hasil uji t yang telah dilakukan variabel X_3 memiliki nilai sebesar $-0,897 < -2,100$. Hal ini berarti banyak atau sedikitnya pengungkapan yang dilakukan melalui laporan tahunan dan laporan keberlanjutan tidak berpengaruh terhadap tindakan penghindaran pajak. Hasil dari hipotesis ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (S, Sitompul, 2021) dan (Wardani & Purwaningrum, 2018). Tidak adanya pengaruh karena pengungkapan CSR yang dilaporkan melalui laporan tahunan dan laporan keberlanjutan tidak dapat menjadi ukuran kinerja CSR karena informasi yang disajikan belum tentu sesuai dengan keadaan yang sebenarnya dan cenderung tidak ada peningkatan kegiatan (Wardani & Purwaningrum, 2018).

4.2.4 Pengaruh Pengungkapan Corporate Governance yang Diukur melalui Dewan Direksi dan Kepemilikan Institusional serta Pengungkapan CSR Terhadap Penghindaran Pajak

Sesuai dengan hasil uji F yang telah dilakukan sebelumnya menunjukkan nilai sebesar $4,877 > 3,16$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,013. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Governance* yang diukur melalui dewan direksi dan kepemilikan institusional serta pengungkapan CSR berpengaruh secara simultan terhadap penghindaran pajak. Berdasarkan pengujian hipotesis bagian uji koefisien determinasi didapatkan hasil variabel independen pada penelitian ini menjelaskan sebesar 36,8% terhadap variabel dependen sisanya dijelaskan oleh variabel lain. Salah satu faktor lain yaitu terdapat pengukuran lain yang digunakan pada mekanisme *Good Corporate Governance* seperti dewan komisaris, komisaris independen,

komite audit, dan kualitas audit. Pada penelitian terdahulu yaitu (Annisa & Kurniasih, 2008) didapatkan hasil pada komite audit dan kualitas audit berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan hasil yang didapat dari pengujian hipotesis yaitu sebagai berikut:

1. Sesuai hasil uji t pengungkapan *Corporate Governance* yang diukur melalui dewan direksi berpengaruh secara positif terhadap penghindaran pajak.
2. Sesuai hasil uji t pengungkapan *Corporate Governance* yang diukur melalui kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak.
3. Sesuai hasil uji t pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak.
4. Berdasarkan hasil uji F pengungkapan *Corporate Governance* yang diukur melalui dewan direksi dan kepemilikan institusional serta pengungkapan CSR berpengaruh secara simultan tindakan penghindaran pajak (*tax avoidance*).

5.2 Saran

Sesuai dengan pembahasan hasil penelitian, berikut saran yang dapat diberikan untuk perusahaan pada sektor pertambangan dan penelitian selanjutnya:

1. Saran untuk perusahaan sektor pertambangan yaitu meningkatkan kesadaran dalam penerapan mekanisme GCG agar mengurangi konflik antara pihak *agent* dan *principal* sehingga potensi kecurangan dapat diminimalisir. Pada CSR meningkatkan kualitas pengungkapan informasi yang disajikan dan diharapkan adanya peningkatan kegiatan CSR agar legitimasi yang diberikan masyarakat bertambah.
2. Saran untuk penelitian selanjutnya yaitu menambah variabel independen lain yang diperkirakan memengaruhi tindakan penghindaran pajak seperti kualitas audit dan komite audit dan menggunakan alat ukur lain pada penghindaran pajak seperti *Cash Effective Tax Rate* (CETR).

6. DAFTAR PUSTAKA

- A'yun, Q. (2019). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Corporate Governance, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak*. Universitas Muhammadiyah Magelang.
- Amelia, N. R. (2018). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Corporate Governance Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI Tahun 2014-2016)*. Universitas Islam Indonesia.
- Annisa, N. A., & Kurniasih, L. (2008). *Pengaruh Corporate Governance Terhadap Tax Avoidance*. 123–136.
- Djefris, D., Eliyanora, Septriyani, Y., Lailaturrahmi, & Erlina, N. (2018). *Pengaruh Corporate Governance terhadap Tax Avoidance pada Perusahaan Sektor Properti, Real Estate, dan Konstruksi di Bursa Efek Indonesia*. 20(2), 210–229.
- Galuh Rahajeng, R. (2010). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) dalam Laporan Tahunan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia)*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indah Kumalasari, N. (2016). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Environmental Disclosure pada Perusahaan di Indonesia (Studi Empiris pada Perusahaan Non Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012 – 2014)*. Universitas Negeri Semarang.
- Landolf, U. (2006). *Tax and Corporate Responsibility*. *International Tax Review*.
- Lanis, R., & Richardson, G. (2012). *Corporate social responsibility and tax aggressiveness: A test of*

- legitimacy theory. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 26(1), 75–100.
- Nurani, M. (2021). *Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Tindakan Penghindaran Pajak (Tax Avoidance) pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI Periode Tahun 2018-2020*.
- Oktofian, M. (2015). *Pengaruh Corporate Governance terhadap Tax Avoidance (Studi Empiris pada Sektor Perbankan yang Terdaftar di BEI periode Tahun 2009 - 2013)*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Pratiwi, G. L. A. (2020). *Pengaruh Kepemilikan Institusional, Komisaris Independen Dan Komite Audit Terhadap Penghindaran Pajak* [Universitas Sanata Dharma].
- Rengganis, M. Y. dwi, & Dwija Putri, I. G. A. . A. (2018). Pengaruh Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak. *E-Jurnal Akuntansi*, 24, 871–898.
- S, Sitompul, M. (2021). *Pengaruh Corporate Social Responsibility, Corporate Governance, Kompensasi Eksekutif, dan Political Cost Terhadap Praktik Penghindaran Pajak pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Pasar Modal Indonesia Periode 2017-2019*. Universitas Sumatera Utara.
- Salsabila, A. H., Ariefiara, D., & Widiastuti, N. P. E. (2021). Intensitas Penghindaran Pajak Pada Perusahaan: Dampak Corporate Social Responsibility Dan Corporate Governance. *Jurnal Informasi, Perpajakan, Akuntansi, Dan Keuangan Publik*, 16(1), 65–84.
- Savitri, E. (2019). *Corporate Governance: Suatu Tinjauan dan Studi Empiris*. Universitas Riau.
- Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis* (Yeksha (Ed.)). ANDI.
- Supriyadi. (2016). Community Of Practitioners: Solusi Alternatif Berbagi Pengetahuan Antar Pustakawan. *Lentera Pustaka*, 2(2), 83–93.
- Suwiknyo, E. (2021). Mayoritas Perusahaan Tambang Belum Transparan Soal Pajak. *Ekonomi.Bisnis.Com*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210802/259/1424816/mayoritas-perusahaan-tambang-belum-transparan-soal-pajak>
- Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas*. (n.d.).
- Wardani, D. K., & Purwaningrum, R. (2018). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 14(1), 1–13.
- Wulandari, T. A. (2019). Pengaruh Corporate Governance terhadap Tax Avoidance pada Perusahaan Sektor Properti, Real Estate, dan Konstruksi di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, 1(1), 1–16.
- Yuliatwati. (2019). *Gelombang Penghindaran Pajak dalam Pusaran Batu Bara*. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/yuliatwati/indepth/5e9a554f7b34d/gelombang-penghindaran-pajak-dalam-pusaran-batu-bara>

Halaman Persetujuan Artikel dari Dosen Pembimbing

Artikel saya berjudul

Pengaruh Pengungkapan *Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Penghindaran Pajak (*Tax Avoidance*) pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018 – 2020

Telah selesai dikoreksi dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk dipublikasikan.

		Tanda tangan	tanggal
Mahasiswa	: Febriandini Putri Fahira		12-8-2022
Dosen Pembimbing	: Lia Ekowati, S.Sos, MPA.		12-8-2022

Pengaruh Perencanaan Pajak dan *Return on Assets* Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Transportasi dan Logistik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Edito Biantara Titus¹⁾, Hayati Fatimah²⁾

¹⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: edito.biantaratitus.ak18@mhs.wpnj.ac.id

²⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: hayati.fatimah@akuntansi.pnj.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of tax planning and return on assets on firm value in transportation and logistics sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The object of research in this study is the transportation and logistics sector companies that listed on the Indonesia Stock Exchange with an observation period of 3 (three) years, from 2019 – 2021. The population in this study are all companies in the transportation and logistics sector that are listed on the Indonesia Stock Exchange, with samples that meet the criteria in this study are 7 (seven) companies, selected using the purposive sampling method. The type of data used in this study is quantitative data taken from the IDX official website in the form of company financial statements. The data analysis method used is multiple linear regression analysis using the help of Statistical Package for Social Sciences (SPSS) version 23 software. The result shows that tax planning has no effect on firm value, while return on assets has a positive and significant effect on firm value, the research results also show that tax planning and return on assets simultaneously have a positive and significant effect on firm value.

Keywords: *Tax Planning; Return on Assets; Firm Value.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perencanaan pajak dan *return on assets* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor transportasi dan logistik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor transportasi dan logistik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan periode pengamatan selama 3 (tiga) tahun yaitu pada tahun 2019 – 2021. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan di sektor transportasi dan logistik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dengan sampel yang memenuhi kriteria pada penelitian ini adalah sebanyak 7 (tujuh) perusahaan, yang diseleksi menggunakan metode *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kuantitatif yang diambil dari situs resmi BEI berupa laporan keuangan perusahaan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan *software Statistical Package for Social Sciences (SPSS)* versi 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan *return on assets* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, selain itu hasil penelitian juga menunjukkan perencanaan pajak dan *return on assets* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata-Kata Kunci: Perencanaan Pajak; *Return on Assets*; Nilai Perusahaan

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan utama yang dimiliki oleh negara. Menurut undang – undang pajak bersifat memaksa, sehingga baik orang pribadi maupun badan wajib untuk berkontribusi dalam melakukan pembayaran pajak. Bagi perusahaan sendiri pajak merupakan suatu biaya yang dapat menurunkan nilai dari laba bersih suatu perusahaan, dan hal tersebut dapat menurunkan nilai dari suatu perusahaan. Oleh karena itu sudah sewajarnya perusahaan menginginkan nilai perusahaan yang tinggi, karena hal tersebut dapat mencerminkan keadaan perusahaan yang baik. Berdasarkan penelitian - penelitian terdahulu perusahaan telah melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan nilai perusahaannya, beberapa diantaranya adalah upaya perencanaan pajak dan upaya untuk meningkatkan nilai *return on assets* yang dimiliki oleh perusahaan.

Penelitian – penelitian terdahulu mengenai pengaruh perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan mempunyai arah yang bervariasi. Penelitian yang dilakukan oleh Tambahani, Sumual, dan Kewo (2021) membuktikan bahwa perencanaan pajak yang diproyeksikan dengan *Book Tax Difference* (BTD) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang diproyeksikan dengan *Price to Book Value* (PBV), menurut penelitian tersebut salah satu upaya yang dapat meningkatkan laba yaitu dengan perencanaan pajak. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Sitohang dan Sudjiman (2022) membuktikan bahwa perencanaan pajak yang diproyeksikan dengan *Effective Tax Rate* (ETR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang diproyeksikan dengan *Price to Book Value* (PBV).

Penelitian – penelitian terdahulu selanjutnya terkait pengaruh *return on assets* terhadap nilai perusahaan juga mempunyai arah yang bervariasi. Penelitian yang dilakukan oleh Karunia dan Triyonowati (2022) membuktikan bahwa *Return on Assets* (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang diproyeksikan dengan *Price to Book Value* (PBV). Adapun penelitian yang dilakukan oleh Indriany dan Sapari (2022) membuktikan bahwa kinerja keuangan yang diukur dengan *Return on Assets* (ROA) tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan yang diproyeksikan dengan *Price to Book Value* (PBV).

Berdasarkan uraian di atas, belum ditemukan hasil yang konsisten mengenai pengaruh yang sebenarnya dari Perencanaan Pajak dan juga *Return on Assets* terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian sebelumnya menggunakan sektor – sektor seperti pada perusahaan manufaktur di bidang makanan dan minuman, tekstil dan garmen, ritel, dan lain sebagainya. Pada penelitian ini sektor yang digunakan adalah sektor transportasi dan logistik dengan periode pengamatan selama 3 tahun. Penulis mengambil sektor transportasi dan logistik sebagai fokus yang akan diteliti karena masih minimnya penelitian yang dilakukan pada sektor ini, selain itu sektor ini merupakan salah satu sektor yang sangat penting dalam memenuhi kebutuhan manusia akan transportasi suatu produk secara cepat dan akurat, sejalan dengan tingginya minat modal transportasi pada era digital seperti adanya kegiatan belanja *online*.

Berdasarkan uraian tersebut, terdapat gap pada penelitian - penelitian sebelumnya yaitu masih ditemukan inkonsistensi hasil temuan mengenai pengaruh Perencanaan Pajak dan *Return on Assets* terhadap Nilai Perusahaan. Pada penelitian sebelumnya hampir sebagian besar mengambil periode pengamatan yang tidak menggambarkan kondisi saat ini. Penulis pada penelitian ini mengambil periode pengamatan pada tahun 2019 hingga 2021, dengan tujuan agar hasil yang didapatkan nantinya dapat menggambarkan hubungan yang sesungguhnya antar variabel – variabel tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Perusahaan sudah sewajarnya ingin memiliki nilai perusahaan yang tinggi karena hal tersebut dapat mencerminkan keadaan perusahaan yang baik. Penelitian – penelitian terdahulu telah mencoba mencari hubungan antara Perencanaan Pajak dan juga *Return on Assets* terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian terdahulu menggunakan sektor dan tahun pengamatan yang bervariasi, namun berdasarkan penelitian terdahulu belum terdapat hasil yang konsisten mengenai apa pengaruh sesungguhnya dari Perencanaan Pajak dan *Return on Assets* terhadap nilai perusahaan. Perbedaan pengaruh dari variabel Perencanaan Pajak dan *Return on Assets* terhadap nilai perusahaan membuat adanya inkonsistensi dalam hasil temuan. Selain itu periode pengamatan yang kebanyakan digunakan pada penelitian terdahulu, cenderung tidak menggambarkan keadaan atau kondisi saat ini. Dikarenakan terdapat inkonsistensi hasil serta hasil yang kurang menggambarkan keadaan saat ini pada penelitian terdahulu, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh Perencanaan Pajak dan *Return on Assets* terhadap Nilai Perusahaan.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian yang telah penulis uraikan, maka penelitian ini bertujuan untuk hal – hal berikut ini:

1. Menganalisis pengaruh pengungkapan Perencanaan Pajak terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan di sektor transportasi dan logistik.
2. Menganalisis pengaruh pengungkapan *Return on Assets* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan di sektor transportasi dan logistik.
3. Menganalisis pengaruh pengungkapan Perencanaan Pajak dan *Return on Assets* secara simultan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan di sektor transportasi dan logistik.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Menurut Jama'an (2008) *Signaling Theory* mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal dapat berupa suatu informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk mewujudkan keinginan pemilik. Informasi mengenai perusahaan memiliki pengaruh yang sangat besar untuk investor, karena informasi tersebut dapat memberikan gambaran mengenai keadaan perusahaan saat ini dan dimasa depan melalui nilai perusahaan.

Salah satu cara yang digunakan oleh manajemen untuk meningkatkan nilai perusahaan adalah dengan melakukan perencanaan pajak, dengan tujuan agar pajak yang dibayarkan dapat dikelola seefektif mungkin sehingga pajak dapat dibayarkan seminimal mungkin. Pajak yang dibayarkan seminimal mungkin ini akan membuat pengurangan pada laba semakin kecil sehingga nilai perusahaan yang didapatkan akan lebih besar. Perencanaan pajak yang baik dapat memberikan sinyal yang baik untuk investor yang mana juga akan menaikkan nilai perusahaan. Kinerja perusahaan yang diukur menggunakan ROA juga dapat memberikan suatu sinyal pada manajemen perusahaan karena semakin besar nilai ROA diyakini dapat menentukan bahwa perusahaan dapat memperoleh laba yang tinggi, laba sendiri menentukan tinggi atau kecilnya nilai suatu perusahaan. Hal tersebut sesuai dengan *signaling theory* yaitu, nilai perusahaan yang tinggi dapat memberikan sinyal positif untuk investor.

2.2 Nilai Perusahaan

Sembiring & Trisnawati (2019) menjelaskan bahwa pengertian nilai perusahaan adalah “Sebagai suatu kondisi tertentu yang dicapai oleh suatu perusahaan. Nilai ini merupakan proyeksi kepercayaan dari masyarakat sebagai konsumen terhadap kinerja perusahaan sepanjang masa

pengoperasiannya, salah satu ukuran yang bisa digunakan untuk memperoleh kepercayaan masyarakat (kreditur dan investor) adalah dengan nilai perusahaan”.

2.3 Perencanaan Pajak

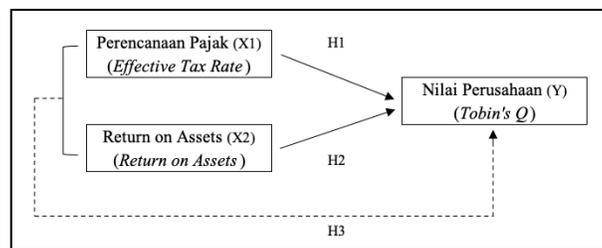
Pohan (2013) menjelaskan bahwa pengertian perencanaan pajak yaitu “Usaha yang mencakup perencanaan perpajakan agar pajak yang dibayarkan oleh perusahaan benar - benar efisien, dengan tujuan mencari berbagai celah yang dapat ditempuh dalam koridor peraturan perpajakan (*loophole*). Hal tersebut dilakukan agar perusahaan dapat membayarkan pajak dalam jumlah yang minimal”.

2.4 Return on Assets

Kasmir (2014) menjelaskan “*Return on Assets* adalah bagian analisis dari rasio profitabilitas. Rasio antara laba bersih yang berbanding terbalik dengan keseluruhan aset untuk menghasilkan laba, yang menunjukkan hasil atas jumlah aset yang digunakan dalam perusahaan. Dengan kata lain *Return on Asset* (ROA) dapat didefinisikan sebagai rasio yang menunjukkan seberapa banyak laba yang bisa diperoleh dari seluruh kekayaan yang dimiliki perusahaan”.

2.5 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori yang telah dijelaskan sebelumnya dan dari penelitian - penelitian terdahulu yang terkait, penelitian ini akan menguji pengaruh Perencanaan Pajak dan *Return on Assets* terhadap Nilai Perusahaan. Secara menyeluruh kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat diketahui melalui gambar berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber: Data Diolah

Keterangan:

- > : Secara Parsial
-----> : Secara Simultan

2.6 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah serta tujuan penelitian yang sebelumnya telah penulis jabarkan, maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

H₁: Perencanaan pajak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H₂: *Return on Assets* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H₃: Perencanaan pajak dan *return on assets* secara simultan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian dengan metode asosiatif. Menurut Sugiyono (2018) metode tersebut digunakan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih, yaitu pada penelitian ini adalah perencanaan pajak dan *return on assets* terhadap nilai perusahaan. Jenis data yang digunakan adalah berupa data kuantitatif, dengan menggunakan kuantitatif kita dapat menjabarkan suatu fenomena / pola dengan cara yang terukur.

3.2 Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah perusahaan sektor transportasi dan logistik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019 - 2021. Kemudian ruang lingkup dari penelitian ini yaitu pengaruh perencanaan pajak dan *return on assets* terhadap nilai perusahaan.

3.3 Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan sektor transportasi dan logistik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019 – 2021, sehingga total populasinya adalah sebanyak 28 perusahaan. Sampel yang memenuhi kriteria pada penelitian ini adalah sebanyak 7 perusahaan.

3.4 Variabel Penelitian

3.4.1 Variabel Independen

1. Perencanaan Pajak

Perencanaan pajak merupakan suatu usaha efisien manajemen dalam melakukan penghematan pajak sehingga kewajiban pembayaran pajak dapat diminimalisir sekecil mungkin namun tetap dilakukan secara legal. Penulis dalam mengukur perencanaan pajak pada penelitian ini menggunakan *Effective Tax Rate* (ETR). Lanis dan Richardson (2012) menghitung ETR dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

2. Return on Assets

ROA merupakan suatu bagian dari analisis rasio profitabilitas untuk mengukur kinerja keuangan suatu perusahaan. ROA dapat menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba yang dapat diperoleh dengan memanfaatkan semua aset yang dimiliki oleh perusahaan. Brigham dan Houston (2010) menghitung ROA dengan rumus sebagai berikut:

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

3.4.2 Variabel Dependen

Dalam penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan suatu kondisi yang dicapai oleh suatu perusahaan. Nilai ini merupakan persepsi dari masyarakat sebagai investor terhadap kinerja perusahaan. Penulis dalam mengukur nilai perusahaan pada penelitian ini menggunakan *Tobin's Q*. Prasetyorini (2013) menghitung *Tobin's Q* menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Tobin's Q = \frac{\text{Harga Saham} + \text{Total Utang}}{\text{Total Aset}}$$

3.5 Jenis dan Data Sumber Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Oleh sebab itu data dalam penelitian ini berupa angka yang dapat diukur dari laporan keuangan perusahaan. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data sekunder, data tersebut diambil dari situs resmi BEI yang berupa laporan keuangan perusahaan di sektor transportasi dan logistik.

3.6 Metode Pengambilan Data Penelitian

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan metode dokumentasi. Pada penelitian ini dokumentasi dilakukan dari data laporan keuangan pada perusahaan sektor transportasi dan logistik yang diperoleh dari *website* resmi yang dimiliki oleh Bursa Efek Indonesia, yakni www.idx.co.id.

3.7 Metode Analisis Data

Pada penelitian ini metode analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda, dan pengolahan datanya menggunakan bantuan program perangkat lunak, SPSS versi 23. Berikut merupakan rumus persamaan regresi linier berganda menurut Juliandi (2015):

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

Keterangan:

Y = Variabel Dependen

X₁ = Variabel Independen Pertama

α = Harga Konstanta

X₂ = Variabel Independen Kedua

β₁ = Koefisien Regresi Pertama

e = Error, Variabel Gangguan

β₂ = Koefisien Regresi Kedua

3.7.1 Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan uji asumsi klasik terhadap data, maka selanjutnya dilakukan uji untuk membuktikan hipotesis secara parsial dan simultan.

1. Uji Parsial (Uji-t)

Uji statistik t digunakan pada penelitian ini guna mengetahui kemampuan dari masing - masing variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen. Menurut Ghozali (2018) terdapat beberapa kriteria dalam pengujian ini, yaitu:

- Ho diterima apabila, t hitung > t tabel dan nilai signifikansi < 0,05 , maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- Ho ditolak apabila, t hitung < t tabel dan nilai signifikansi > 0,05, maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

2. Uji Simultan (Uji-F)

Uji statistik F digunakan dalam penelitian ini guna melihat secara menyeluruh kemampuan yang berasal dari variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Ghozali (2018) terdapat beberapa kriteria dalam pengujian ini, yaitu:

- Ho diterima apabila, F hitung > F tabel dan nilai signifikansi < 0,05, maka secara simultan terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- Ho ditolak apabila, F hitung < F tabel dan nilai signifikansi > 0,05, maka secara simultan tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

3. Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi digunakan dalam penelitian ini guna melihat bagaimana variasi nilai variabel dependen dipengaruhi oleh nilai variabel independen. Nilai uji koefisien determinasi ialah antara 0 dan 1. Apabila nilai R², semakin mendekati satu maka semakin besar efek variabel independen terhadap variabel dependen.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Hasil Regresi Linear Berganda

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	-0,421	0,897	
Perencanaan Pajak (X1)	4,261	2,199	0,392
Return on Assets (X2)	22,066	5,644	0,791

Sumber: Output SPSS versi 23, data diolah (2022).

Berdasarkan tabel 1. diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -0,421 + 4,261 X_1 + 22,066 X_2 + e$$

Persamaan regresi diatas dapat diartikan sebagai berikut:

1. Diketahui nilai koefisien konstanta adalah sebesar -0,421 yang menunjukkan bahwa apabila variabel independen yaitu perencanaan pajak dan *return on assets* bersifat konstan atau bernilai nol maka nilai perusahaan akan bernilai negatif atau mengalami penurunan sebesar -0,421.
2. Diketahui nilai koefisien regresi pada variabel perencanaan pajak adalah sebesar 4,261 yang menunjukkan bahwa perencanaan pajak berpengaruh positif pada nilai perusahaan, apabila nilai perencanaan pajak mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 4,261 dengan asumsi variabel lain tetap atau tidak berubah.
3. Diketahui nilai koefisien regresi pada variabel *return on assets* adalah sebesar 22,066 yang menunjukkan bahwa *return on assets* berpengaruh positif pada nilai perusahaan, apabila nilai *return on assets* mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 22,066 dengan asumsi variabel lain tetap atau tidak berubah.

4.1.2 Pengujian Hipotesis

1. Uji-t

Tabel 2. Hasil Uji-t

	Model	t	Sig.
1	(Constant)	-0,469	0,644
	Perencanaan Pajak (X1)	1,938	0,068
	Return on Assets (X2)	3,91	0,001

Sumber: Output SPSS versi 23, data diolah (2022).

Berdasarkan tabel 2. diatas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut: Pada uji-t dengan signifikansi 5% dan $df = n-k-1 = 21-2-1 = 18$ maka didapat nilai t_{tabel} sebesar 2,10092. Maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai signifikansi variabel perencanaan pajak adalah 0,068, nilai ini lebih besar dari 0,05 dan t_{hitung} sebesar 1,938, nilai ini lebih kecil dari t_{tabel} yaitu 2,10092. Berdasarkan penjelasan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa, H_1 ditolak sehingga perencanaan pajak tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor transportasi dan logistik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019 - 2021.
(Sig t (0,068) > α (0,05) & t_{hitung} (1,938) < t_{tabel} (2,10092))
2. Nilai signifikansi variabel *return on assets* adalah 0,001, nilai ini lebih kecil dari 0,05 dan t_{hitung} sebesar 3,91, nilai ini lebih besar dari t_{tabel} yaitu 2,10092. Berdasarkan penjelasan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa, H_2 diterima sehingga *return on assets* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor transportasi dan logistik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019 - 2021.
(Sig t (0,001) < α (0,05) & t_{hitung} (3,91) > t_{tabel} (2,10092))

2. Uji-F

Tabel 3. Hasil Uji-F

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	35,821	2	17,911	7,646	,004 ^b
	Residual	42,163	18	2,342		
	Total	77,984	20			

Sumber: Output SPSS versi 23, data diolah (2022).

Berdasarkan tabel 3. di atas, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 7,646 dengan signifikansi sebesar 0,004. Kemudian F_{tabel} dicari menggunakan rumus $F(k; n-k) = F(2; 19)$ sehingga diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,52. $F_{hitung} > F_{tabel} = 7,646 > 3,52$ dan nilai signifikan $F < \alpha = 0,004 < 0,05$, berdasarkan penjelasan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa, H_3 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel perencanaan pajak dan *return on assets* berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor transportasi dan logistik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019 - 2021.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,678 ^a	,459	,399	1,53049

Sumber: Output SPSS versi 23, data diolah (2022).

Pada tabel 4. di atas menunjukkan bahwa nilai *adjusted R²* (koefisien determinasi) sebesar 0,399 yang artinya variabel independen yaitu perencanaan pajak dan *return on assets* memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan sebesar 39,9%, sedangkan sisanya sebesar 60,1% dapat dijelaskan oleh variabel independen lain diluar penelitian ini.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan

Peningkatan laba hasil dari perencanaan pajak dapat meningkatkan nilai perusahaan. Semakin besar perencanaan pajak maka akan semakin besar pula nilai perusahaannya (Rahayu, Hardianto, & Simamora 2019). Perusahaan yang ikut melaksanakan perencanaan dapat lebih efisien dalam melakukan pembayaran pajak terutangnya kepada pemerintah, sehingga perusahaan dapat mengalami peningkatan laba bersih karena berkurangnya beban pajak (Andriani, 2020). Berdasarkan *signaling theory*, salah satu cara yang digunakan oleh manajemen untuk meningkatkan nilai perusahaan adalah dengan melakukan perencanaan pajak yang baik, karena hal tersebut dapat memberikan sinyal yang baik untuk investor.

Berdasarkan hasil pengujian, dibuktikan bahwa perencanaan pajak tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor transportasi dan logistik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019 - 2021. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat tabel 2. yang menunjukkan hasil sig t (0,068) > α (0,05) dan t_{hitung} (1,938) < t_{tabel} (2,10092). Hasil ini menunjukkan bahwa perencanaan pajak pada perusahaan sektor transportasi dan logistik belum optimal sehingga belum mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sitohang dan Sudjiman (2022) yang menyatakan bahwa perencanaan pajak tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

4.2.2 Pengaruh Return on Assets Terhadap Nilai Perusahaan

Tingginya nilai ROA akan diikuti dengan peningkatan nilai perusahaan. Nilai ROA yang tinggi menandakan bahwa perusahaan dapat memperoleh laba yang tinggi dan diklaim sebagai sinyal positif bagi para investor, sebab perusahaan kemungkinan akan mempunyai prospek bagus di masa depan (Zurriah, 2021). Hal tersebut sejalan *signaling theory*, semakin besar nilai ROA diyakini dapat menentukan bahwa perusahaan dapat memperoleh laba yang tinggi, apabila laba tinggi maka nilai perusahaan akan ikut tinggi sehingga dapat memberikan sinyal untuk investor.

Berdasarkan hasil pengujian, dibuktikan bahwa *return on assets* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor transportasi dan logistik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019 - 2021. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat tabel 2. yang menunjukkan hasil sig t (0,001) < α (0,05) dan t_{hitung} (3,91) > t_{tabel} (2,10092). Hasil ini menunjukkan bahwa *return on assets* pada perusahaan sektor transportasi dan logistik sudah

optimal sehingga dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Dengan demikian hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Karunia dan Triyonowati (2022) yang menyatakan bahwa *return on assets* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

4.2.3 Pengaruh Perencanaan Pajak dan Return on Assets Terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan sudah sewajarnya ingin memiliki nilai perusahaan yang tinggi karena hal tersebut dapat mencerminkan keadaan perusahaan yang baik. Perencanaan pajak dan nilai ROA adalah beberapa cara yang digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaannya. Berdasarkan *signaling theory* perencanaan pajak dan *return on assets*, dapat memberikan sinyal kepada manajemen perusahaan dan investor mengenai nilai perusahaan, sehingga dapat dijadikan sarana pengambilan keputusan.

Berdasarkan hasil pengujian, dibuktikan bahwa perencanaan pajak dan *return on assets* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor transportasi dan logistik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019 - 2021. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat tabel 3. yang menunjukkan hasil sig F $(0,004) < \alpha (0,05)$ dan $F_{hitung} (7,646) > F_{tabel} (3,52)$. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sajiwa (2020), yang menunjukkan bahwa perencanaan pajak dan *return on assets* secara simultan dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Kemudian pada tabel 4 juga menunjukkan nilai adjusted R² (koefisien determinasi) sebesar 0,399 yang artinya variabel nilai perusahaan dipengaruhi sebesar 39,9% oleh variabel perencanaan pajak dan return on assets, sedangkan sisanya sebesar 60,1% dapat dijelaskan oleh variabel independen lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

5. KESIMPULAN & SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2. *Return on assets* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
3. Perencanaan pajak dan *return on assets* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
4. Variabel independen pada penelitian ini yaitu perencanaan pajak dan *return on assets* memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan sebesar 39,9%, sedangkan sisanya sebesar 60,1% dapat dijelaskan oleh variabel independen lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta kesimpulan yang telah didapatkan, penulis ingin menyarankan hal – hal berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan waktu periode yang lebih baru lagi dalam penelitiannya, agar dapat mendapatkan hasil penelitian yang sebenarnya.
2. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan atau mengganti variabel lain kedalam penelitian, yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.
3. Peneliti selanjutnya dapat memilih sektor perusahaan yang berbeda dan masih minim dilakukan penelitian pada sektor tersebut.

5.3 Kontribusi Penelitian

Pada penelitian ini didapatkan hasil bahwa perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor transportasi dan logistik tahun 2019 - 2021, namun hasil penelitian tersebut tentunya dipengaruhi oleh subjek dan objek penelitian yang diambil ditambah faktor – faktor lainnya. Tidak dapat dipungkiri bahwa perencanaan pajak merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Beberapa cara yang dapat

dilakukan oleh perusahaan dengan perencanaan pajak untuk meningkatkan nilai perusahaan adalah seperti, perusahaan dapat melakukan perubahan pemberian tunjangan karyawan dalam bentuk uang menjadi pemberian natura kepada karyawan karena natura bukan objek PPh, kemudian perusahaan dapat menunda penerbitan faktur pajak keluaran sampai batas waktu yang diperkenankan sehingga dapat membantu cashflow perusahaan, dan perusahaan juga dapat melakukan penghematan pajak dengan sewa guna usaha dengan hak opsi seperti leasing, karena angsuran leasing dapat dibukukan sebagai beban yang dapat dibiayakan (*deductible*).

Pada penelitian ini juga didapatkan hasil bahwa *return on assets* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor transportasi dan logistik tahun 2019 - 2021. Oleh karena itu perusahaan dapat lebih meningkatkan dan mengoptimalkan penggunaan keseluruhan asetnya untuk meningkatkan keuntungan yang bisa perusahaan dapatkan, agar nilai perusahaan juga dapat ikut meningkat. Perusahaan dapat mengoptimalkan penggunaan asetnya dengan menentukan tim yang handal dan dapat dipercaya dalam mengelola aset, kemudian melakukan pelacakan aset secara berkala, serta mengetahui umur dan depresiasi suatu aset agar aset tetap dalam kondisi yang baik.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, Wanda Tri. (2020). *Penerapan Perencanaan Pajak Terhadap Efisiensi Beban Pajak Penghasilan Badan Pada PT. Indocement Tungal Prakrsa TBK*. Skripsi. Bogor: Universitas Pakuan Bogor
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2010). *Dasar - Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indriany, L. S., & Sapari. (2022). Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 11(5), 1-17.
- Jama'an. (2008). *Pengaruh Mekanisme Corporate Governance, dan Kualitas Kantor Akuntan Publik Terhadap Integritas Informasi Laporan Keuangan*. Skripsi. Jurusan Akuntansi: UNDIP.
- Juliandi, A., Irfan, & Manurung, S. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Medan: Umsu Press.
- Karunia, I. T. P., & Triyonowati. (2022). Pengaruh ROA, DER, NPM Terhadap Harga Saham Otomotif Di BEI. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(1).
- Kasmir. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Lanis, R. and Richardson, G. (2012). Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis. *Journal of Accounting and Public Policy*, 31, 86-108.
- Pohan, Chairil Anwar. (2013). *Manajemen Perpajakan Strategi Perencanaan Pajak dan Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Prasetyorini, B. F. (2013). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi*, Vol. 12(5).
- Rahayu, D. S., Hardiyanto, A. T., & Simamora, P. (2019). Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Logam Dan Sejenisnya Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Akuntansi*, 6(2).
- Sajiwa, P. B. (2020). *Pengaruh Perencanaan Pajak Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. Skripsi. Medan: UMSU
- Sitohang, J. A., & Sudjiman L. S. (2022). Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Tekstil Dan Garment Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019 – 2021. *Jurnal, Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 3(11), 52-63.
- Sembiring, S., & Trisnawati, I. (2020). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 21(1a-2), 173-184.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.

- Tambahani, G. D., Sumual, T. E., & Kewo, C. (2021). Pengaruh Perencanaan Pajak (Tax Planning) dan Penghindaran Pajak (Tax Avoidance) Terhadap Nilai Perusahaan : Studi Kasus Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019. *Jurnal Akuntansi Manado (JAIM)*, 2(2), 142-154.
- Zurriah, Rezki. (2021). Pengaruh Return On Asset (ROA) Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal AKMAMI*, 2(3), 528 – 537.

Halaman Persetujuan Artikel dari Dosen Pembimbing

Artikel saya berjudul

Pengaruh Perencanaan Pajak dan *Return on Assets* Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Transportasi dan Logistik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Telah selesai dikoreksi dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk dipublikasikan.

		Tanda tangan	Tanggal
Mahasiswa	: Edito Biantara Titus	()	15-8-2022
Dosen Pembimbing	: Hayati Fatimah, S.E.,Ak.,M.Ak.	()	15-8-2022

Analisis Dampak Kapitalisasi Sewa Berdasarkan PSAK 73 Terhadap Kinerja Keuangan, *Thin Capitalization*, dan *Book Tax Differences* pada Perusahaan Teknologi Informasi dan Komunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Shavira¹⁾, Utami Puji Lestari²⁾

¹⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: shavira.ak.ak18@mhs.w.pnj.ac.id

²⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: utami.lestari@akuntansi.pnj.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the impact of lease capitalization based on PSAK 73 on financial and tax performance as measured through financial ratios, thin capitalization, and book tax differences. This study used sample on information and communication technology company listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). The sampling method used is non probability sampling method. This type of research is descriptive quantitative with secondary data sources. This research uses a constructive capitalization method developed by Imhoff, Lipe & Wright (1991, 1997). The results of the study showed that the application of PSAK 73 had an impact on financial performance as measured using DAR, DER, ROA, and ROE ratios. Meanwhile, the application of PSAK 73 has no absolute effect on tax as measured using thin capitalization and book tax differences.

Keywords: PSAK 73; Lease Capitalization; Financial Ratio; Thin Capitalization; Book Tax Differences.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis dampak kapitalisasi sewa berdasarkan PSAK 73 terhadap kinerja keuangan dan pajak yang diukur melalui rasio keuangan, *thin capitalization*, dan *book tax differences*. Penelitian ini menggunakan sampel pada perusahaan teknologi informasi dan komunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif yang bersumber dari data sekunder. Penelitian ini menggunakan metode kapitalisasi konstruktif yang dikembangkan Imhoff, Lipe & Wright (1991, 1997). Hasil dari penelitian menunjukkan penerapan PSAK 73 memberikan dampak terhadap kinerja keuangan yang diukur menggunakan rasio DAR, DER, ROA, dan ROE. Sedangkan penerapan PSAK 73 tidak berpengaruh secara mutlak terhadap pajak yang diukur menggunakan *thin capitalization* dan *book tax differences*.

Kata-Kata Kunci: PSAK 73; Kapitalisasi Sewa; Rasio Keuangan; *Thin Capitalization*; *Book Tax Differences*.

PENDAHULUAN

Sewa (*lease*) merupakan suatu alternatif pembiayaan yang umum digunakan perusahaan untuk memperoleh aset tetap. Berdasarkan data statistik Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan jumlah piutang pembiayaan pada perusahaan pembiayaan di kuartal I tahun 2022 mengalami peningkatan sebesar 2,92% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Peningkatan tersebut dapat menunjukkan bahwa kegiatan sewa di Indonesia cukup berkembang. Sehingga dalam melakukan kegiatan sewa diperlukan pedoman yang dapat mengatur pencatatan, pengukuran, dan pengakuan akuntansi sewa dalam laporan keuangan.

Pada tahun 2016, IASB menerbitkan *International Financial Reporting Standard* (IFRS) 16 yang menggantikan IAS 17. Pergantian standar baru ini dikarenakan IAS 17 yang dianggap tidak merepresentasikan kegiatan sewa. Hal ini dikarenakan IAS 17 tidak menyajikan informasi terkait kegiatan sewa dalam laporan keuangan (*off balance sheet financing*) (IASB, 2016). IFRS 16 membuat satu model akuntansi sewa tunggal dengan menghilangkan klasifikasi sewa operasi. Pihak penyewa (*lessee*) diharuskan mengakui kegiatan sewa sebagai aset hak guna dan liabilitas sewa, pengecualian untuk sewa jangka pendek dan sewa yang bernilai rendah (IASB, 2016). IFRS 16 menjadi dasar bagi DSAK IAI untuk menerbitkan PSAK 73. Standar tersebut mulai efektif diterapkan pada 1 Januari 2020 dan menggantikan standar sebelumnya yaitu PSAK 30. Dengan adanya standar baru, pencatatan transaksi sewa harus dikapitalisasi dan dilaporkan dalam laporan posisi keuangan sebagai aset hak guna (Prajanto, 2020).

Menurut Kementerian Komunikasi dan Informasi industri teknologi informasi dan komunikasi mengalami pertumbuhan di atas rata-rata ekonomi nasional (investor.id, 2021). Sebagai industri yang cukup berkembang, maka dengan adanya penerapan PSAK 73 dimungkinkan akan mempengaruhi kinerja keuangan dan aspek perpajakan perusahaan. Sehingga penelitian ini ingin melihat dan menganalisis dampak dari penerapan PSAK 73: *Sewa* terhadap kinerja keuangan dan perpajakan pada perusahaan teknologi informasi dan komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis laporan keuangan dan dampak yang ditimbulkan dari penerapan PSAK 73 pada perusahaan teknologi informasi dan komunikasi.

TINJAUAN PUSTAKA

Sewa

Sewa merupakan suatu perjanjian kontraktual antara penyewa dan pesewa. Perjanjian ini akan memberikan hak kepada penyewa (*lessee*) untuk menggunakan properti tertentu yang dimiliki pesewa (*lessor*) dengan jangka waktu tertentu sesuai perjanjian. Sewa dapat diklasifikasikan menjadi dua bagian, yaitu sewa operasi merupakan perjanjian sewa tanpa adanya penyerahan kepemilikan secara substansial dan sewa pembiayaan ialah perjanjian sewa dengan pengalihan hak kepemilikan atas aset secara substansial.

PSAK 73

PSAK 73 merupakan standar baru yang diadopsi dari IFRS 16: *Leases* yang diterbitkan oleh *International Accounting Standards Board* (IASB) pada tahun 2016 (IAI, 2018). PSAK 73 resmi diterapkan di Indonesia pada 1 Januari 2020. Dengan diterbitkan PSAK 73 ini akan menggantikan PSAK 30 yang dianggap tidak mencerminkan kegiatan sewa yang sebenarnya. PSAK 73 dirancang untuk memastikan bahwa pihak pesewa (*lessor*) dan penyewa (*lessee*) menyajikan informasi yang tepat terkait aktifitas sewa. Hal ini memungkinkan pengguna laporan keuangan untuk dapat melihat dampak yang terjadi pada kinerja keuangan perusahaan. PSAK dan ISAK yang sebelumnya berlaku akan dicabut setelah diterbitkannya PSAK 73.

Rasio Keuangan

Laporan keuangan merupakan informasi yang menggambarkan kondisi dan kinerja suatu entitas (Kasmir, 2018). Analisis rasio keuangan diperlukan untuk menilai kinerja dan kondisi keuangan yang digambarkan dalam laporan keuangan. Rasio keuangan merupakan alat yang digunakan untuk membandingkan suatu komponen dengan komponen lainnya dalam suatu laporan keuangan. Dengan melakukan perbandingan atas laporan keuangan, maka dapat diperoleh informasi mengenai tingkat kinerja keuangan perusahaan dalam periode waktu tertentu. Penelitian ini hanya menggunakan rasio profitabilitas dan solvabilitas. Hal ini sesuai dengan penelitian Öztürk & Serçemeli (2016), Sari, Altintas, & Tas (2016), Magli, Nobolo, & Ogliari (2018), dan Safitri, Lestari, & Nurhayati (2019) bahwa kapitalisasi atas sewa sangat berdampak pada rasio keuangan ROA, ROE, DAR, dan DER.

Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan suatu perusahaan untuk memperoleh keuntungan selama periode waktu tertentu (Kasmir, 2018). Rasio profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan *Return on Equity* (ROE) dan *Return on Assets* (ROA).

Rasio Solvabilitas

Rasio solvabilitas merupakan rasio yang mengukur tingkat kemampuan perusahaan untuk membayar bunga dan biaya tetap lainnya dan untuk mengukur pendanaan perusahaan yang dilakukan dengan hutang (Arief & Edi, 2016). Rasio solvabilitas dapat diukur dengan *Debt to Asset Ratio* (DAR) dan *Debt to Equity Ratio* (DER).

Thin Capitalization

Thin Capitalization merupakan suatu kondisi bahwa perusahaan didanai dengan utang yang lebih tinggi dibandingkan dengan ekuitas (Taylor & Richardson, 2012; Falbo & Firmansyah, 2018; Salwah & Herianti, 2019; Utami & Irawan, 2022). Perusahaan dapat mengurangi beban bunga dalam penghasilan bruto perusahaan untuk memperkecil penghasilan kena pajak. Untuk menghindari adanya praktik penghindaran pajak, pemerintah menerbitkan peraturan PMK-169/PMK.010/2015 Penentuan Besarnya Perbandingan Antara Utang dan Modal untuk Keperluan Penghitungan Pajak Penghasilan. PMK-169/PMK.010/2015 menetapkan rasio antara utang dan modal paling tinggi adalah empat banding satu.

Book Tax Differences

Book Tax Differences merupakan besarnya perbedaan antara laba berdasarkan laporan keuangan akuntansi dengan laporan keuangan perpajakan. Menurut Rachmawati & Martani (2017), tingginya *book tax differences* antara laporan keuangan akuntansi dan laporan keuangan perpajakan dipengaruhi oleh tingkat keterkaitan antara standar akuntansi dan peraturan perpajakan yang berlaku (*book tax conformity*). Semakin rendahnya tingkat *book tax conformity* memungkinkan adanya pelaporan antara laba akuntansi dan laba perpajakan yang berbeda (*book tax differences*).

METODE PENELITIAN

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Adapun metode ini digunakan untuk mendapatkan hasil analisis dan kesimpulan dari topik yang diteliti. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif berupa komitmen sewa operasi dan laba berdasarkan perpajakan yang tersaji pada laporan keuangan perusahaan tahun 2019 dan 2020. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan keuangan pada perusahaan teknologi informasi dan komunikasi yang diperoleh dari website BEI (www.idx.co.id).

Sampel Penelitian

Sampel pada penelitian ini adalah perusahaan teknologi informasi dan komunikasi yang terdaftar di BEI. Berdasarkan data BEI, terdapat 49 perusahaan teknologi informasi dan komunikasi. Dari 49 perusahaan teknologi informasi dan komunikasi diperoleh empat perusahaan yang memiliki komitmen sewa operasi dan baru menerapkan PSAK 73 pada tahun 2020. Berikut adalah daftar perusahaan sampel pada penelitian ini.

Tabel 1. Daftar Perusahaan Sampel

No.	Kode Perusahaan	Perusahaan
1	EXCL	PT XL Axiata Tbk
2	GOTO	PT GOTO Gojek Tokopedia Tbk
3	MLPT	PT Multipolar Technology Tbk
4	TLKM	PT Telekomunikasi Indonesia Tbk

Sumber: data diolah

Metode Analisis Data

Dalam melakukan analisis data, penelitian ini mengacu pada metode kapitalisasi konstrutif sewa. Metode ini dikembangkan oleh Imhoff, Lipe, & Wright (1991, 1997) dan dimodifikasi oleh Öztürk & Serçemeli (2016). Metode kapitalisasi konstruktif telah banyak diterapkan untuk mengukur dampak kapitalisasi sewa seperti dalam studi yang dilakukan oleh Öztürk & Serçemeli (2016), Safitri, Lestari, & Nurhayati (2019), Sondang (2021). Dalam menganalisis data penelitian perlu dilakukan beberapa tahapan, diantaranya:

1. Perhitungan Data

Berikut langkah-langkah dalam melakukan perhitungan data;

- a. Menghitung nilai sekarang pembayaran minimum sewa.

- b. Menghitung estimasi aset dan liabilitas sewa.
- c. Menghitung *tax deduction* dan perubahan ekuitas.
- d. Menghitung estimasi perubahan laba bersih.
- e. Melakukan kapitalisasi aset dan liabilitas tambahan ke dalam laporan posisi keuangan.

2. Menganalisis Data

Setelah melakukan perhitungan dampak kapitalisasi sewa menggunakan rasio profitabilitas dan rasio solvabilitas, maka selanjutnya dapat dilakukan tahap analisis data sebagai berikut:

- a. Membandingkan rasio keuangan sebelum dan sesudah kapitalisasi sewa.
- b. Melakukan analisis rasio pada masing-masing perusahaan.

Setelah mengetahui dampak penerapan PSAK 73 terhadap kinerja keuangan melalui analisis rasio keuangan, tahap selanjutnya adalah menganalisis dampak penerapan PSAK 73 terhadap *thin capitalization* dan *book tax differences*. Metode ini digunakan dalam penelitian Firaz, Benedictus, & Firmansyah (2022), yaitu dengan menganalisis rasio perubahan liabilitas terhadap ekuitas dan menghitung selisih absolut antara laba akuntansi dan laba pajak untuk tahun 2019 (sebelum penerapan PSAK 73) dan 2020 (setelah penerapan PSAK 73). Selanjutnya dilakukan analisis perbandingan antara laba akuntansi dan laba pajak pada dua periode penelitian tersebut. Hal dilakukan untuk mengetahui dampak perpajakan yang terjadi dari penerapan PSAK 73 pada perusahaan teknologi informasi dan komunikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Dampak Kapitalisasi Sewa Terhadap Laporan Keuangan

Berdasarkan hasil perhitungan data diperoleh rekapitulasi kapitalisasi sewa pada perusahaan teknologi informasi dan komunikasi seperti yang terlampir pada tabel berikut.

Tabel 2. Rekapitulasi Sebelum dan Sesudah Kapitalisasi Sewa

Perusahaan	Sebelum Kapitalisasi Sewa	Setelah Kapitalisasi Sewa	Perubahan (%)
PT Multipolar Technology Tbk			
Total Aset	Rp 2.106.286.000.000	Rp 2.112.853.289.795	0,31%
Total Liabilitas	Rp 1.127.712.000.000	Rp 1.135.058.020.857	0,65%
Total Ekuitas	Rp 978.574.000.000	Rp 977.989.951.704	-0,06%
Laba Bersih	Rp 125.178.000.000	Rp 126.631.454.967	1,16%
PT GOTO Gojek Tokopedia Tbk			
Total Aset	Rp 21.393.001.000.000	Rp 21.470.093.513.147	0,36%
Total Liabilitas	Rp 6.529.365.000.000	Rp 6.608.294.090.909	1,21%
Total Ekuitas	Rp 14.863.636.000.000	Rp 14.862.258.566.679	-0,01%
Laba Bersih	(Rp 24.081.642.000.000)	(Rp 23.924.478.453.042)	0,65%
PT Telekomunikasi Indonesia Tbk			
Total Aset	Rp 221.208.000.000.000	Rp 232.157.140.654.284	4,95%
Total Liabilitas	Rp 103.958.000.000.000	Rp 117.467.774.346.876	13,00%
Total Ekuitas	Rp 117.250.000.000.000	Rp 115.329.524.730.556	-1,64%
Laba Bersih	Rp 27.592.000.000.000	Rp 32.209.047.526.944	16,73%
PT XL Axiata Tbk			
Total Aset	Rp 62.725.242.000.000	Rp 66.350.104.207.467	5,78%
Total Liabilitas	Rp 43.603.276.000.000	Rp 48.157.050.762.051	10,44%
Total Ekuitas	Rp 19.121.966.000.000	Rp 18.425.281.584.062	-3,64%
Laba Bersih	Rp 712.579.000.000	Rp 1.853.934.227.031	160,17%

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel 2 diatas diperoleh informasi bahwa kapitalisasi sewa berdasarkan PSAK 73 berdampak pada perusahaan teknologi informasi dan komunikasi. Dari tabel tersebut diketahui aset dan liabilitas mengalami kenaikan. PT XL Axiata Tbk dan PT Telekomunikasi Indonesia Tbk mengalami kenaikan aset tertinggi, yaitu sebesar 5,78% dan 4,95%. Kemudian disusul dengan PT GOTO Gojek Tokopedia Tbk sebesar 0,36%; dan PT Multipolar Technology Tbk sebesar 0,31%. Sedangkan dari sisi liabilitas, PT Telekomunikasi Indonesia Tbk meningkat sebesar 13%; PT XL Axiata Tbk sebesar 10,44%; PT GOTO Gojek Tokopedia Tbk sebesar 1,21%; dan PT Multipolar Technology Tbk sebesar 0,65%. Dari sisi ekuitas terjadi penurunan pada PT XL Axiata Tbk sebesar 3,64%; PT Telekomunikasi Indonesia Tbk sebesar 1,64%; PT Multipolar Technology Tbk sebesar 0,06%; dan PT GOTO Gojek Tokopedia Tbk sebesar 0,01%. Dari sisi laba bersih terjadi kenaikan, PT XL Axiata Tbk mengalami kenaikan laba tertinggi, yaitu sebesar 160,17%; PT Telekomunikasi Indonesia Tbk sebesar 16,73%; PT Multipolar Technology Tbk sebesar 1,16%; dan PT GOTO Gojek Tokopedia Tbk sebesar 0,65%.

Analisis Dampak Kapitalisasi Sewa Terhadap Rasio Keuangan

Dengan adanya perubahan aset, liabilitas, dan ekuitas dari kapitalisasi sewa berdampak terhadap perubahan rasio keuangan perusahaan. Rasio keuangan merupakan alat ukur dalam menilai kinerja keuangan. Untuk mengukur kinerja keuangan tersebut penelitian ini menggunakan rasio profitabilitas yang terdiri dari ROE dan ROA, serta rasio solvabilitas yang terdiri dari DAR dan DER. Berdasarkan hasil perhitungan data diperoleh rekapitulasi kapitalisasi sewa pada perusahaan teknologi informasi dan komunikasi seperti yang terlampir pada tabel 3 berikut.

Tabel 3. Perubahan Rasio Keuangan

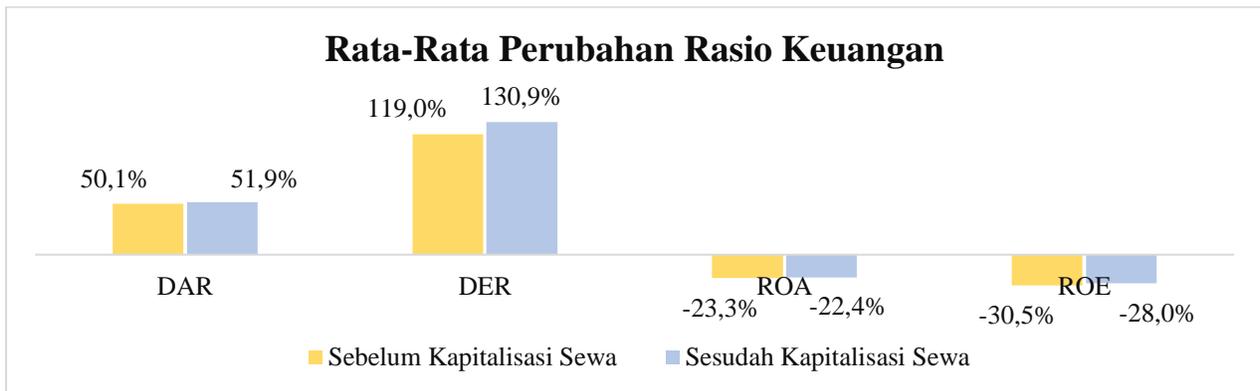
No.	Perusahaan	ROE	ROA	DAR	DER
1	PT Multipolar Technology Tbk				
	Sebelum Kapitalisasi Sewa	12,8%	5,9%	53,5%	115,2%
	Sesudah Kapitalisasi Sewa	12,9%	6,0%	53,7%	116,1%
	Perubahan	0,2%	0,1%	0,2%	0,8%
2	PT GOTO Gojek Tokopedia Tbk				
	Sebelum Kapitalisasi Sewa	-162,0%	-112,6%	30,5%	43,9%
	Sesudah Kapitalisasi Sewa	-161,1%	-111,5%	30,8%	44,5%
	Perubahan	1,0%	1,1%	0,3%	0,5%
3	PT Telekomunikasi Indonesia Tbk				
	Sebelum Kapitalisasi Sewa	23,5%	12,5%	47,0%	88,7%
	Sesudah Kapitalisasi Sewa	26,2%	13,0%	50,6%	101,9%
	Perubahan	2,6%	0,5%	3,6%	13,2%
4	PT XL Axiata Tbk				
	Sebelum Kapitalisasi Sewa	3,7%	1,1%	69,5%	228,0%
	Sesudah Kapitalisasi Sewa	10,1%	2,8%	72,6%	261,4%
	Perubahan	6,3%	1,7%	3,1%	33,3%

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel 3 dampak kapitalisasi sewa terhadap perubahan rasio solvabilitas yang paling tinggi adalah PT Telekomunikasi Indonesia Tbk dengan kenaikan DAR sebesar 3,6% dan DER sebesar 13,2%. PT XL Axiata Tbk mendapat urutan kedua yaitu kenaikan DAR sebesar 3,1% dan DER sebesar 33,3%; PT GOTO Gojek Tokopedia Tbk dengan kenaikan DAR sebesar 0,3% dan DER sebesar 0,5%; dan PT Multipolar Technology Tbk dengan kenaikan DAR sebesar 0,2% dan DER sebesar 0,8%. Adanya kapitalisasi sewa mempengaruhi kenaikan pada aset dan liabilitas, yang diiringi dengan penurunan ekuitas pada laporan keuangan secara signifikan. Hal tersebut menyebabkan rasio solvabilitas meningkat. Sedangkan rasio profitabilitas yang mengalami perubahan paling signifikan terjadi pada PT XL Axiata Tbk dengan kenaikan ROE sebesar 6,3%

dan ROA sebesar 1,7%. Meningkatnya rasio profitabilitas secara signifikan terjadi karena jumlah beban sewa operasi pada PT XL Axiata Tbk lebih besar apabila dibandingkan dengan beban depresiasi dan beban bunga dari liabilitas sewa. Selanjutnya perubahan rasio profitabilitas tertinggi diikuti oleh PT Telekomunikasi Indonesia Tbk Tbk dengan kenaikan ROE sebesar 2,6% dan ROA sebesar 0,5%; PT Multipolar Technology Tbk dengan kenaikan ROE sebesar 0,2% dan ROA sebesar 0,1%; serta PT GOTO Gojek Tokopedia Tbk dengan kenaikan terhadap ROE sebesar 1,0% dan ROA sebesar 1,1%.

Gambar 1. Rata-Rata Perubahan Rasio Keuangan



Sumber: data diolah

Pada Gambar 1 menunjukkan rata-rata perubahan rasio keuangan sebelum dan sesudah kapitalisasi sewa. Berdasarkan data di atas, DER mengalami peningkatan tertinggi, yaitu sebesar 11,9%. Kenaikan ini terjadi karena tingginya jumlah komitmen sewa operasi di masa depan yang dimiliki perusahaan. Kapitalisasi komitmen sewa operasi akan mengakibatkan liabilitas meningkat sedangkan ekuitas menurun. Selanjutnya, ROE mengalami kenaikan sebesar 2,5%. Kenaikan ini disebabkan karena jumlah rata-rata laba dari perusahaan teknologi informasi yang menjadi sampel mengalami kenaikan, sedangkan jumlah rata-rata ekuitas mengalami penurunan. Kemudian, DAR juga mengalami kenaikan sebesar 1,8%. Hal ini disebabkan karena aset dan liabilitas yang dikapitalisasi sama-sama mengalami peningkatan. Sedangkan ROA mengalami peningkatan yang sedikit, yaitu sebesar 0,9%. Kenaikan ini disebabkan oleh peningkatan laba yang lebih besar dari pada peningkatan aset.

Analisis Dampak Kapitalisasi Sewa Terhadap Rasio Perubahan Liabilitas

Dari data yang terlampir pada tabel 3, PT XL Axiata Tbk memiliki perubahan dan tingkat rasio DER tertinggi. Perubahan rasio pada PT XL Axiata Tbk sebesar 33,3%. Sedangkan rasio PT XL Axiata Tbk sebelum dilakukan kapitalisasi sewa sebesar 228,0% (2,28 : 1) menjadi 261,4%

(2,61 : 1). Perubahan rasio DER dapat menjadi perhatian bagi perusahaan yang hampir mendekati batas standar yang telah ditetapkan dalam PMK-169/PMK.010/2015. Dari tabel 3 tersebut, rasio DER terhadap perusahaan teknologi informasi dan komunikasi yang terpilih sebagai sampel tidak ada yang melebihi batas standar yang telah ditetapkan dalam PMK-169/PMK.010/2015 yaitu empat banding satu. Akan tetapi, berdasarkan PMK-169/PMK.010/2015 terdapat pengecualian untuk perusahaan yang bergerak pada bidang infrastruktur. Hal ini menyebabkan peningkatan rasio liabilitas terhadap modal dari penerapan PSAK 73 pada PT XL Axiata Tbk dan PT Telekomunikasi Indonesia Tbk tidak berdampak terhadap *thin capitalization*. Sedangkan peningkatan rasio liabilitas terhadap modal dari penerapan PSAK 73 pada PT Multipolar Technology Tbk dan PT GOTO Gojek Tokopedia Tbk masih berada dalam batasan yang wajar sesuai dengan PMK-169/PMK.010/2015.

Analisis Dampak Kapitalisasi Sewa Terhadap Book Tax Differences

Peraturan perpajakan di Indonesia mengatur bahwa laporan keuangan harus sesuai dengan undang-undang perpajakan. Maka dari itu laporan keuangan yang telah disusun berdasarkan PSAK perlu dilakukan penyesuaian melalui rekonsiliasi fiskal. Undang-undang perpajakan di Indonesia yang mengatur sewa belum mengalami perubahan dari tahun 1991. Sedangkan standar akuntansi sewa mengalami beberapa kali perubahan hingga saat ini PSAK 73 yang dikonvergensi dari IFRS 16. Adanya perubahan standar ini memunculkan suatu perbedaan pengakuan. Berikut disajikan rekapitulasi laba (rugi) sebelum PPh Badan menurut akuntansi dan pajak pada tabel 4.

Tabel 4 Selisih Laba (Rugi) Akuntansi dan Laba (Rugi) Pajak Sebelum dan Sesudah Kapitalisasi Sewa

Perusahaan	Sebelum Kapitalisasi Sewa			Setelah Kapitalisasi Sewa			Perubahan selisih
	Akuntansi	Perpajakan	Selisih Absolut	Akuntansi	Perpajakan	Selisih Absolut	
PT Multipolar Technology Tbk	191.814	170.053	21.761	212.848	203.603	9.245	(12.516)
PT GOTO Gojek Tokopedia Tbk	(22.533.169)	(5.620.873)	(16.912.296)	(316.571)	(4.536.995)	4.220.424	21.132.720
PT Telekomunikasi Indonesia Tbk	20.073.000	6.007.000	14.066.000	24.351.000	10.140.000	14.211.000	145.000
PT XL Axiata Tbk	1.194.364	1.027.923	166.441	309.406	1.285.907	(976.501)	(1.142.942)

Sumber: data diolah

Dari tabel 4 menunjukkan adanya perubahan signifikan yang merepresentasikan terjadi *book tax differences* dalam jumlah besar pada perusahaan teknologi informasi dan komunikasi. Dari sisi lain, perubahan pada selisih absolut antara laba (rugi) akuntansi dengan pajak pada perusahaan teknologi informasi dan komunikasi memiliki hasil yang bervariasi. Hasil yang bervariasi tersebut mengindikasikan bahwa perubahan selisih absolut antara laba (rugi) akuntansi dan pajak pada

perusahaan teknologi informasi dan komunikasi tidak sepenuhnya disebabkan oleh penerapan PSAK 73.

KESIMPULAN

PSAK 73 merupakan standar akuntansi sewa yang menggantikan PSAK 30 dan mulai berlaku secara efektif pada 1 Januari 2020. Penerapan PSAK 73 mengharuskan pihak penyewa melakukan kapitalisasi aset dan liabilitas sewa. Dengan adanya kapitalisasi sewa menyebabkan aset dan liabilitas mengalami peningkatan, serta ekuitas mengalami penurunan pada laporan keuangan. Perubahan pada komponen laporan keuangan akibat penerapan PSAK 73 juga berdampak terhadap kinerja keuangan. Berdasarkan data rata-rata perubahan rasio keuangan, rasio dengan dampak paling signifikan adalah DER sebesar 11,9%. Kemudian ROE dan DAR mengalami peningkatan sebesar 2,5% dan 1,8%. Sedangkan ROA mengalami perubahan terkecil, yaitu 0,9%. Penerapan PSAK 73 juga dimungkinkan semakin membuat jarak antara standar akuntansi dengan peraturan perpajakan sehingga timbul *book tax differences*. Berdasarkan hasil perhitungan dan analisis, penerapan PSAK 73 tidak mempengaruhi secara mutlak selisih absolut dari laba akuntansi dan laba perpajakan (*book tax differences*). Selain itu juga perubahan rasio utang terhadap ekuitas pada perusahaan teknologi informasi dan komunikasi yang terdaftar di BEI tidak ada yang melebihi batas standar yang telah ditetapkan dalam PMK-169/PMK.010/2015.

Penelitian ini terbatas hanya menggunakan data sekunder yang diperoleh dari BEI dengan informasi yang kurang spesifik, sehingga dalam perhitungannya menggunakan beberapa asumsi. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan data primer sehingga dampak penerapan PSAK 73 dapat diketahui lebih dalam. Penelitian selanjutnya juga dapat memperluas cakupan informasi perusahaan dengan membandingkan penerapan kapitalisasi sewa pada perusahaan teknologi informasi dan komunikasi di negara maju. Sehingga dapat dilakukan perbandingan penerapan kapitalisasi sewa pada perusahaan teknologi informasi dan komunikasi di beberapa negara.

DAFTAR PUSTAKA

- Arief & Edi, (2016). *Panduan Praktis Dasar Analisa Laporan Keuangan Edisi Revisi*. Jakarta: Grasindo.
- Bursa Efek Indonesia. (2021). *Laporan Keuangan dan Tahunan*, diakses pada 10 November 2021 dari <https://www.idx.co.id/perusahaan-tercatat/laporan-keuangan-dan-tahunan/>
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2018). *Standar Akuntansi Keuangan Efektif per 1 Januari 2019 & 2020*. Jakarta: Ikatan Akuntan Indonesia.
- Imhoff, E. A., Lipe, R.C., & Wright, D. W (1991). Operating leases: Impact of constructive capitalization. *Accounting Horizons*, 5(1), 51-63
- Imhoff, E. A., Lipe, R.C., & Wright, D. W (1997). Operating leases: Income effects of constructive capitalization. *Accounting Horizons*, 11(2), 12-32.
- International Accounting Standards Board. (2016). *Effect Analysis, IFRS 16*. London: IASB.
- Kasmir (2018). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2015). Peraturan Menteri Keuangan Nomor 169/PMK.010/2015 tentang Penentuan Besarnya Perbandingan antara Utang dan Modal Perusahaan untuk Keperluan Penghitungan Pajak Penghasilan.
- Öztürk, M., & Serçemeli, M. (2016). Impact of New Standard" IFRS 16 Leases" on Statement of Financial Position and Key Ratios: A Case Study on an Airline Company in Turkey. *Business and Economics Research Journal*, 7(4), 143.
- Prajanto, A. (2020). Implementasi PSAK 73 atas Sewa Terhadap Kinerja Keuangan Pada BUMN yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Auditing*, 1(2).
- Prasetyo, W. B. (2021, December 28). *Pertumbuhan Sektor TIK di Atas Ekonomi Nasional*. investor.id, diakses pada 9 Agustus 2022 dari <https://investor.id/it-and-telecommunication/276163/pertumbuhan-sektor-tik-di-atas-ekonomi-nasional>.
- Rachmawati, N. A., & Martani, D. (2017). Book-tax conformity level on the relationship between tax reporting aggressiveness and financial reporting aggressiveness. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 11(4), 86-101.
- Sondang, D. D. (2021). *Analisis Komparatif Dampak Kapitalisasi Sewa Berdasarkan PSAK 73 Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan pada Sektor Industri yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia* (Skripsi, Politeknik Negeri Jakarta).
- Wahyuningsih, S. (2013). Dampak Indeks Konektivitas Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) terhadap Pertumbuhan Perekonomian. *Buletin Pos dan Telekomunikasi*, 11(4), 335-344.

Implementasi PMK Nomor 06/PMK.03/2021 Atas Kegiatan Perdagangan Pulsa Sebagai Upaya Peningkatan Kepatuhan Pajak Pedagang Pulsa di Kabupaten Bekasi

Fernanda Adhitama Pribadi¹⁾, Lia Ekowati²⁾

¹⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: fernanda.adhitamapribadi.ak18@mhs.w.pnj.ac.id

²⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: lia.ekowati@akuntansi.pnj.ac.id

ABSTRACT

This research aims to determine the implementation of PMK Number 06/PMK.03/2021 on pulse trading activities as an effort to increase tax compliance of pulse traders in Bekasi Regency. This study uses a descriptive qualitative method, namely assessing the results of the questionnaire using the policy of the minister of finance and assessing the knowledge of advanced credit distributors. The data were taken over a period of four months, starting from March to July 2022. The data were obtained from the results of questionnaires distributed to advanced credit distributors. The results of the analysis show that: 1) The knowledge and understanding of pulse distributor taxpayers regarding PMK Number 06/PMK.03/2021 is still lacking, only 8 respondents (27%) know about the PMK. Meanwhile, 22 respondents (73%) didn't know the regulation, 2) Advanced distributor taxpayer compliance as much as 83.3% complied with the obligation to deposit and report taxes, 3) Constraints experienced by credit card seller taxpayers in Bekasi Regency were mostly traders or pulse distributors experience almost the same problem, namely the lack of information or knowledge about PMK Number 06/PMK.03/2021. In addition to the lack of information, there are several respondents who experience problems when recharging their pulses who cannot top up a lot because they will be subject to Article 22 Income Tax.

Keywords: *Minister of Finance Regulation Number 06/PMK.03/2021, Advanced Pulses Distributor, Income Tax 22.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi PMK Nomor 06/PMK.03/2021 atas kegiatan perdagangan pulsa sebagai upaya peningkatan kepatuhan pajak pedagang pulsa di Kabupaten Bekasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, yaitu menilai hasil kuisioner dengan menggunakan kebijakan menteri keuangan dan menilai pengetahuan distributor pulsa tingkat lanjut. Data yang diambil selama kurun waktu empat bulan, mulai bulan maret sampai dengan bulan juli tahun 2022. Data data tersebut diperoleh dari hasil kuisioner yang dibagikan ke distributor pulsa tingkat lanjut. Hasil analisis menunjukkan bahwa: 1) Pengetahuan serta pemahaman wajib pajak distributor pulsa mengenai PMK Nomor 06/PMK.03/2021 masih kurang hanya 8 responden (27%) yang mengetahui tentang PMK tersebut. Sedangkan 22 responden (73%) tidak mengetahui peraturan tersebut, 2) Kepatuhan wajib pajak

distributor tingkat lanjut sebanyak 83,3% mematuhi kewajiban menyetor dan melaporkan pajak, 3) Kendala yang dialami oleh para wajib pajak penjual pulsa di Kabupaten Bekasi sebagian besar pedagang atau distributor pulsa mengalami kendala yang hampir sama yaitu kurangnya informasi atau pengetahuan seputar PMK Nomor 06/PMK.03/2021. Selain kendala kurangnya informasi terdapat beberapa responden yang mengalami kendala saat pengisian ulang pulsa yang tidak bisa mengisi banyak karena akan dikenakan PPh Pasal 22.

Kata-Kata Kunci: PMK Nomor 06/PMK.03/2021, Kepatuhan Distributor Pulsa Tingkat Lanjut, PPh Pasal 22

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sarana kegiatan ekonomi yang penting bagi kehidupan masyarakat dan sebagian orang belum mengetahui secara pasti apa itu UMKM serta apa saja fitur dan kelebihanannya. Pedagang atau distributor pulsa merupakan salah satu UMKM dan pulsa dapat diperoleh melalui pembelian di toko atau pedagang eceran. Alat komunikasi berupa ponsel membutuhkan pulsa untuk menggunakannya. Seiring berjalannya waktu pulsa dikenakan pajak berupa Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penghasilan (PPh) Pasal 22 dan PPh Pasal 23 yang diatur dalam pada Undang-undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP). Namun, masih banyak orang yang belum tahu dan paham mengenai pajak yang dikenakan untuk pulsa yaitu PPN, PPh Pasal 22, dan PPh Pasal 23 yang diatur pada PMK Nomor 06/PMK.03/2021 dan berisikan kepastian hukum yang mengatur tarif pengenaan pajak pulsa.

Kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak pulsa yang tarifnya sudah ditentukan sangat penting untuk membantu meningkatkan dan menumbuhkan perekonomian di Indonesia, hal ini juga berfungsi untuk membiayai pembangunan suatu negara. Kepatuhan wajib pajak dalam pemungutan dan pelaporan sangat penting apabila para pejual atau distributor pulsa mengetahui serta memahami peraturan perpajakan yang berlaku agar para pelaku memiliki kesadaran untuk membayar pajak yang sudah ditentukan.

Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian ini adalah mengetahui tingkat pengetahuan serta pemahaman para penjual pulsa di Kabupaten Bekasi, menjelaskan kepatuhan wajib pajak penjual atau distributor pulsa di Kabupaten Bekasi terhadap kewajibannya dalam menyetor dan melaporkan pajak yang sudah diatur, mendeskripsikan kendala apa saja yang dialami oleh para wajib pajak penjual pulsa di Kabupaten Bekasi dan mencari tahu upaya yang dilakukan untuk menangani kendala yang terjadi di Kabupaten Bekasi.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Implementasi

Implementasi menurut Kamus Webster yang berasal dari bahasa inggris yaitu *to implement* (mengimplementasikan) berarti *to provide the means for carrying out* (menyediakan sarana untuk melaksanakan sesuatu) dan *to give practical effect to* (untuk menimbulkan dampak/akibat terhadap sesuatu). Sementara itu dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, implelementasi adalah pelaksanaan atau penerapan. Pengertian lain dari implementasi yaitu penyediaan sarana untuk melakukan sesuatu yang menimbulkan dampak atau akibat terhadap suatu hal. Menurut Van Meter dan Van Hom (2008), proses implementasi dirumuskan sebagai tindakan-tindakan yang dilakukan baik

oleh individual pejabat-pejabat atau kelompok pemerintah atau swasta yang diarahkan pada tercapainya tujuan-tujuan yang telah digariskan dalam keputusan kebijakan. Terdapat enam variabel yang mempengaruhi kinerja implementasi, sebagai berikut:

- Standar dan tujuan kebijakan harus jelas dan terukur agar dapat direalisasikan.
- Implementasi kebijakan tersebut memerlukan dukungan sumber daya, termasuk sumber daya manusia.
- Dalam melaksanakan rencana, diperlukan dukungan dan koordinasi dengan instansi lain.
- Pelaksana implementasi badan pelaksana mencakup struktur birokrasi, norma, dan pola hubungan yang muncul di dalam birokrasi, yang semuanya mempengaruhi pelaksanaan suatu program.
- Variabel-variabel tersebut meliputi sumber daya ekonomi dan lingkungan yang dapat mendukung keberhasilan implementasi kebijakan.
- Kecenderungan badan pelaksana mencakup tiga aspek, yaitu respon pelaksana terhadap kebijakan, kognisi, dan kekuatan kecenderungan kepribadian pelaksana.

Pengertian Pajak

Menurut Diana (2013), Pajak adalah kewajiban menyerahkan sebagian harta kekayaan Negara karena suatu kejadian, keadaan, dan perbuatan yang memberikan kedudukan tertentu. Pemungutan yang dilakukan bukan sebagai hukuman, namun merupakan paksaan yang diatur dalam undang-undang yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Oleh karena itu tidak ada jasa balik atau apresiasi dari Negara secara langsung.

Pajak Penghasilan Pasal 22

Pajak Penghasilan Pasal 22 menurut Undang-undang Nomor 36 Tahun 2008 (UU No. 36 Tahun 2008) yaitu bentuk pemotongan atau pemungutan pajak yang dilakukan satu pihak terhadap wajib pajak dan berkaitan dengan kegiatan perdagangan barang.

Pajak Penghasilan Pasal 23

Pajak Penghasilan (PPH) Pasal 23 merupakan pajak yang dikenakan kepada wajib pajak atas penghasilan modal, penyerahan jasa atau hadiah dan penghargaan selain yang sudah dipotong dalam PPh Pasal 21. Transaksi ini terjadi karena adanya transaksi antara pihak penjual atau pemberi jasa dan pembeli atau pemberi penghasilan. Pihak pembeli atau pemberi penghasilan akan memotong serta melaporkan PPh Pasal 23 kepada kantor pajak.

Pedagang atau agen, Internet, dan Pulsa

Menurut Pemkot Yogyakarta (2009), Pedagang merupakan salah satu objek dalam suatu transaksi jual beli barang atau jasa berupa orang atau badan. Menurut Onno W Purbo (2012), Internet merupakan media yang membantu proses komunikasi berjalan efektif dengan menghubungkan perangkat dengan berbagai aplikasi. Pulsa merupakan media penghubung sarana komunikasi secara jauh maupun dekat. Pulsa dapat juga diartikan sebagai alat perhitungan yang dapat menentukan tarif pelanggan.

Kepatuhan Pajak

Menurut Nurmantu (2016), kepatuhan pajak dapat diartikan sebagai tindakan wajib pajak (WP) dalam memenuhi semua kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakan. Ada dua jenis kepatuhan, pertama kepatuhan formal dan kepatuhan materiil. Kepatuhan formal merupakan upaya wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakan secara formal sesuai dengan ketentuan

formal undang-undang perpajakan. Kepatuhan materiil merupakan tindakan Wajib Pajak untuk memenuhi secara substansial seluruh ketentuan substantif perpajakan, yaitu sesuai dengan isi dan jiwa undang-undang perpajakan. Salah satu indikator kepatuhan perpajakan menurut Peraturan Menteri Keuangan Nomor 192/PMK.03/2007. Disebutkan dalam Pasal 1 persyaratan yang memenuhi wajib pajak patuh sebagai berikut :

- Tepat waktu dalam menyampaikan Surat Pemberitahuan
- Tidak memiliki tunggakan pajak untuk semua jenis pajak, kecuali tunggakan pajak yang telah memperoleh izin mengangsur atau menunda pembayaran pajak
- Dalam 2 tahun terakhir menyelenggarakan pembukuan dan wajib pajak pernah dilakukan pemeriksaan
- Tidak pernah dijatuhi hukuman tindak pidana dalam hal perpajakan dalam jangka waktu 10 tahun terakhir.

Wajib Pajak

Menurut Undang-undang Nomor 16 Tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, wajib pajak yaitu orang pribadi atau badan, meliputi pembayar pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perpajakan. Berikut ini kewajiban bagi wajib pajak menurut Pasal 1 angka 2 UU KUP :

- Kewajiban mendaftarkan diri
- Kewajiban memberikan data
- Kewajiban pembayaran, pelaporan, pemungutan atau pemotongan pajak
- Kewajiban pemeriksaan

Nomor Pokok Wajib Pajak

Menurut Pasal 1 Nomor 6 Undang-undang Nomor 28 tahun 2007, Nomor Pokok Wajib Pajak yaitu identitas atau tanda pengenal bagi Wajib Pajak yang diberikan oleh Direktorat Jenderal Keuangan. Setiap NPWP yang dimiliki wajib pajak hanya boleh memiliki satu, yaitu pada NPWP terdiri dari lima belas digit. Rinciannya adalah sembilan digit pertama merupakan kode wajib pajak, enam digit berikutnya merupakan kode administrasi perpajakan. NPWP merupakan kode yang unik dan selalu digunakan untuk melakukan urusan perpajakan yang membuat data pajak tidak tertukar dengan wajib pajak yang lainnya. Fungsi dari NPWP sebagai berikut:

- Merupakan kode yang unik dan selalu digunakan untuk melakukan urusan perpajakan yang membuat data pajak tidak tertukar dengan wajib pajak yang lainnya.
- Untuk mengurus uang yang disetorkan kepada kantor pajak kelebihan atau lebih bayar, NPWP digunakan sebagai bukti sebagai nomor pengenal wajib pajak.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2005), metode kualitatif deskriptif merupakan metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis hasil suatu penelitian, tetapi tidak untuk menarik kesimpulan yang lebih luas. Kegiatan penelitian ini meliputi pengumpulan data, analisis data, dan diakhir merumuskan suatu kesimpulan yang mengacu pada analisis tersebut.

Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah kepatuhan dan kesadaran para pedagang atau distributor pulsa tingkat lanjut akan kesadaran membayar dan melaporkan pajak, yaitu PPN, PPh Pasal 22, dan PPh Pasal 23.

Metode Pengambilan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti yang kemudian menarik kesimpulan (Sugiyono, 2005). Populasi dalam penelitian ini adalah para pedagang atau distributor pulsa tingkat lanjut di daerah Kabupaten Bekasi.

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini adalah memberikan kuisioner kepada pedagang pulsa tingkat lanjut yang berada di Kabupaten Bekasi. Data sekunder menurut Sugiyono (2016), data sekunder merupakan data yang sebelumnya sudah diolah terlebih dahulu dari sumber lain sebagai tambahan informasi. Data sekunder diambil dari sebuah pulikasi pemerintah yaitu Peraturan Kementerian Keuangan tentang Kepatuhan Wajib Pajak.

Metode Analisis Data

Teknik analisis yang akan digunakan adalah Analisis Data Model Miles dan Huberman (2014). Dalam analisis ini dibagi menjadi tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Pedagang Pulsa di Kabupaten Bekasi

Kabupaten Bekasi merupakan suatu daerah yang ada di Bekasi yang terdiri dari satu kota dan satu kabupaten yang terletak di provinsi Jawa Barat. Kabupaten Bekasi sendiri terdiri dari tiga belas kecamatan. Kabupaten Bekasi merupakan salah satu daerah yang cukup banyak melakukan usaha pulsa, token dan voucher, dimana pedagang pulsa di Kabupaten Bekasi berjumlah 301 usaha di bidang tersebut yang dilihat dari daftar agen pulsa yang terdaftar di Kabupaten Bekasi. Kabupaten Bekasi terdiri dari 24 kecamatan, tetapi penelitian hanya dilakukan pada 12 kecamatan. Karakteristik responden yang peneliti ambil merupakan para pedagang atau distributor pulsa tingkat lanjut yang memiliki atau menjalankan usahanya di toko atau bangunan bukan secara *online*. Banyak pemilik toko atau distributor pulsa yang menolak untuk diberikan angket oleh peneliti dengan berbagai jenis alasan, salah satunya mereka tidak mengerti betul apa itu perpajakan.

Peneliti merancang dan membuat pertanyaan yang akan disebar dalam bentuk digital yaitu menggunakan Google form atau gform. Pertanyaan yang akan diajukan kepada responden dibuat berdasarkan pertanyaan yang peneliti resahkan dan sesuai dengan keresahan yang sudah dituliskan pada BAB sebelumnya yaitu pertanyaan mengenai Bagaimana pengetahuan serta pemahaman para penjual pulsa di Kabupaten Bekasi mengenai peraturan perpajakan yang telah ada, bagaimana kepatuhan wajib pajak penjual atau distributor pulsa di Kabupaten Bekasi terhadap kewajibannya dalam menyetor dan melaporkan pajak yang sudah di atur dalam peraturan PMK Nomor 06/PMK.03/2021, dan kendala yang dialami oleh para wajib pajak penjual pulsa di Kabupaten Bekasi dan bagaimana upaya yang dilakukan untuk menangani kendala yang terjadi di Kabupaten Bekasi. Pertanyaan lebih jelas dapat dilihat pada lampiran.

Hasil Kuisioner Berkaitan dengan Pengetahuan Serta Pemahaman Penjual Pulsa Mengenai PMK Nomor 06/PMK.03/2021

Berdasarkan sampel yang diambil yaitu 30 sampel, sebanyak 96,7% atau sejumlah 29 responden mengetahui apa itu Pajak Pertambahan Nilai atau PPN dan sebanyak 3,3% atau sejumlah 1 responden tidak mengetahui apa itu PPN, sebanyak 70% atau 21 responden mengetahui serta memahami apa itu Pajak Penghasilan atau PPh Pasal 22 dan sebanyak 30% atau sejumlah 9 responden tidak mengetahui apa itu PPh Pasal 22, sebanyak 63,3% atau 19 responden mengetahui serta memahami apa itu Pajak Penghasilan atau PPh Pasal 23 dan sebanyak 36,7% atau sejumlah 11 responden tidak mengetahui PPh Pasal 23, dan sebanyak 26,7% atau 8 responden saja yang mengetahui serta memahami PMK Nomor 06/PMK.03/2021 dan sebanyak 73,3% atau sejumlah 22 responden tidak mengetahui PMK Nomor 06/PMK.03/2021.

Hasil Kuisioner Berkaitan dengan Kepatuhan Penyetoran dan Pelaporan Pajak Penjual Pulsa Sesuai PMK Nomor 06/PMK.03/2021

Salah satu indikator kepatuhan perpajakan menurut Peraturan Menteri Keuangan Nomor 192/PMK.03/2007. Disebutkan dalam Pasal 1 persyaratan yang memenuhi wajib pajak patuh. Terdapat 4 indikator, yaitu pada poin pertama tepat waktu dalam menyampaikan Surat Pemberitahuan. Pada poin pertama sebanyak 70% atau 21 responden memiliki NPWP dan sebanyak 30% atau 9 responden tidak memiliki NPWP. Sebanyak 83,3% atau 25 responden melakukan kewajiban pajaknya yaitu menyetorkan serta melaporkan kewajiban perpajakannya serta melakukan penyetoran dan pelaporan tepat pada waktunya. Sebanyak 4 responden yang tidak memiliki NPWP namun tetap melakukan kewajibannya terhadap perpajakan. Poin kedua, yaitu tidak memiliki tunggakan pajak untuk semua jenis pajak, kecuali tunggakan pajak yang telah memperoleh izin mengangsur atau menunda pembayaran pajak. Pada poin kedua keseluruhan yang memenuhi perpajakan yaitu PPh Pasal 22 dan PPh Pasal 23. Pedagang yang melakukan kewajiban perpajakan tidak memiliki tunggakan pajak dikarenakan para pedagang yang memenuhi kewajibannya melakukan pembayaran serta pelaporan tepat pada waktunya. Poin ketiga, yaitu dalam 2 tahun terakhir menyelenggarakan pembukuan dan wajib pajak pernah dilakukan pemeriksaan. Pada poin ketiga Peneliti tidak memberikan pertanyaan tersebut karena permasalahan yang dihadapi UMKM salah satunya adalah masalah keuangan, biaya untuk membayar auditor eksternal dirasa akan memberatkan keuangan para pedagang pulsa tidak sesuai dengan pemasukan yang didapat. Pada poin keempat, yaitu tidak pernah dijatuhi hukuman tindak pidana dalam hal perpajakan dalam jangka waktu 10 tahun terakhir. Pada poin keempat tidak mengajukan pertanyaan tersebut karena kasus tindak pidana merupakan yang cukup sensitif dan tidak semua pihak bisa menanyakan hal tersebut hanya pihak yang sudah ditugaskan saja yang bisa menanyakan hal tersebut. Peneliti tidak memiliki hak untuk mengajukan pertanyaan mengenai pernah dijatuhi hukuman tindak pidana atau tidak.

Kendala Dialami Penjual Pulsa

Berdasarkan hasil pada kuisioner yang sudah disebarkan ke para pedagang pulsa beberapa mengalami kendala pada bagian mereka kurang mendapatkan informasi yang responden butuhkan mengenai PMK Nomor 06/PMK.03/2021, kurang mengetahui isi ada peraturan tersebut, serta kurangnya sosialisasi dari pemerintah atau dari perusahaan terkait. Kendala lain yang dihadapi oleh para pedagang atau distributor pulsa yaitu responden tidak mengerti cara membuat NPWP, mendaftarkan usahanya serta tidak paham bagaimana cara membayar serta melaporkan pajak kepada negara. Kementerian Keuangan mengatakan salah satu kendala yang kerap terjadi di lapangan pada kalangan pedagang pulsa tingkat lanjut, secara administrasi para pedagang belum

mampu menjalankan kewajibannya yang hal tersebut timbul permasalahan dengan kantor pajak.

Upaya yang dilakukan pemerintah dan Asosiasi Penyelenggara Telekomunikasi Seluruh Indonesia (ATSI) menegaskan tidak ada pungutan pajak baru dalam PMK terbaru, namun memuat aturan mekanisme pembayaran dan pelaporan pajak, serta akan mensosialisasikan kepada pedagang atau distributor pulsa lanjutan. Dengan semakin jelasnya peraturan perpajakan kredit diharapkan dapat meningkatkan penerimaan negara serta dunia usaha dan perekonomian Indonesia secara keseluruhan.

5. PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- Pengetahuan serta pemahaman wajib pajak pedagang atau distributor pulsa di Kabupaten Bekasi mengenai PMK Nomor 06/PMK.03/2021 masih kurang. Karena hanya 8 responden (27%) yang mengetahui tentang PMK tersebut. Sedangkan 22 responden (73%) tidak mengetahui bahkan merasa asing dengan peraturan tersebut.
- Kepatuhan wajib pajak distributor tingkat lanjut atau pedagang pulsa yang didasarkan pada kebijakan Kementerian Keuangan yang di atur dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 192/PMK.03/2007 tentang tata cara penetapan wajib pajak mengenai pajak yang diatur dalam PMK Nomor 06/PMK.03/2021 sebagian besar responden sebanyak 83,3% dari jumlah sampel yang peneliti teliti mematuhi kewajiban menyeteror dan melaporkan pajak yang di atur dalam PMK tersebut, tetapi masih ada yang tidak memiliki NPWP bahkan tidak melakukan kewajiban pajak yang diatur dalam PMK mengenai perdagangan pulsa.
- Kendala yang dialami oleh para wajib pajak penjual pulsa di Kabupaten Bekasi berdasarkan sampel yang diambil, sebagian besar pedagang atau distributor pulsa mengalami kendala yang hampir sama yaitu kurangnya informasi atau pengetahuan seputar PMK Nomor 06/PMK.03/2021. Selain kendala kurangnya informasi terdapat beberapa responden yang mengalami kendala saat pengisian ulang pulsa yang tidak bisa mengisi banyak karena akan dikenakan PPh Pasal 22 dan terdapat kendala dimana pedagang atau distributor mengalami kesulitan menyeteror dan melaporkan pajak.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis memberikan saran atau rekomendasi kepada pihak-pihak yang berkepentingan untuk menjaga dan meningkatkan kesadaran wajib pajak, sehingga dapat meningkatkan penerimaan pajak. Saran sebagai berikut :

- Untuk meningkatkan pengetahuan serta wajib pajak pedagang pulsa di Kabupaten Bekasi dalam memenuhi kewajibannya dalam perpajakan, maka aparat pajak (fiskus) dan distributor tingkat 1 atau tingkat 2 harus terus melakukan sosialisasi kepada para pedagang pulsa atau distributor tingkat lanjut tentang pemahaman dari isi PMK Nomor 06/PMK.03/2021.
- Wajib Pajak harus lebih memperhatikan pemenuhan kewajiban perpajakannya yaitu melaporkan dan membayar pajak tepat waktu, karena hal ini akan dikembalikan kepada wajib pajak, meskipun tidak secara langsung.

- Upaya yang dilakukan untuk menangani kendala yang terjadi di Kabupaten Bekasi dengan cara melakukan sosialisasi baik dari pemerintah atau dari para distributor tingkat 1 dan 2 untuk menjelaskan peraturan perpajakan pulsa.

DAFTAR PUSTAKA

- Destiana, Nina. 2021. "UMKM: Penggerak Perekonomian Di Tengah Pandemi." Majoo. 2021. <https://majoo.id/blog/detail/umkm-penggerak-perekonomian-di-tengah-pandemi#:~:text=Usaha mikro%2C kecil%2C dan menengah%28UMKM%29 merupakan salah,kecil%2C dan menengah saat ini mencapai 64%2C2 juta>.
- Hastuti, Puji. 2020. *Kewirausahaan Dan UMKM*. Maret 2020. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Kementrian Keuangan. 2007. "Undang - Undang No. 28 Tahun 2007" 7 (3): 213–21.
- Mardiasmo. 2011. *Perpajakan*. Yogyakarta: Salemba Empat.
- Menteri Keuangan Republik Indonesia. 2021. "Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 6 /Pmk.03/2021 Tentang Penghitungan Dan Pemungutan Pajak Pertambahan Nilai Serta Pajak Penghasilan Atas Penyerahan/Penghasilan Sehubungan Dengan Penjualan Pulsa, Kartu Perdana, Token, Dan Voucher.," no. 2.
- "PER - 15.PJ_2011 Tentang Perubahan PER-57.PJ_.2010 Tg Tata Cara Dan Prosedur Pemungutan PPh Psl 22.PDF." n.d.
- Waluyo. 2011. *Perpajakan Indonesia Edisi 10*. Jakarta: Salemba Empat.
- Zara, Zara, and Zara Inditex Zara. 2008. "Undang - Undang No. 36 Tahun 2008 Tentang Pajak Penghasilan," 61–64.
- Halim, Abdul. 2014. "Perpajakan, Konsep, Aplikasi, Contoh, dan Studi Kasus". Jakarta: Salemba Empat
- Trimandi, Eva. 2019. Analisis Pemahaman dan Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Tentang Kewajiban Perpajakan.
- Ningtyas, Risa PDC. 2012. Pengaruh Pemahaman Perpajakan, Tarif Pajak, Sanksi serta Pelayanan Pembayaran terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di kota Malang.
- Siti Kurnia Rahayu (2010). *Perpajakan Indonesia Konsep dan Aspek Formal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Andarningtyas, Natisha. 2021. "Pajak Pulsa Tak Bebas Konsumen, Lahirkan Kepastian Hukum", <https://www.antaranews.com/berita/1984980/pajak-pulsa-tak-bebani-konsumen-lahirkan-kepastian-hukum>
- Budiraharjo, Otto. 2021. "Aturan PPh dan PPN Penjualan Pulsa, Kartu Perdana, Token dan Voucher", <https://konsultanpajak-surabaya.com/aturan-pph-dan-ppn-penjualan-pulsa-kartu-perdana-token-dan-voucher>
- Sandra. 2021. "Mengenal Perbedaan PKP dan Non PKP". <https://www.pajakku.com/read/60caffc058d6727b1651aaed/Mengenal-Perbedaan-PKP-dan-Non-PKP>.
- Lathifa, Dina. 2021. "Bukan Peraturan Baru, Ketahui Fakta Tentang Pajak Pulsa di Indonesia", <https://www.online-pajak.com/tentang-ppn-efaktur/pajak-pulsa>
- Salmaa. 2021. "Angket Penelitian: Pengertian, Prinsip, Jenis, Langkah-langkah, dan Contohnya",

<https://penerbitdeepublish.com/angket-penelitian/>

Asmarani, Nora Galuh Candra. 2021. "Siapa itu Penyelenggara Distribusi dalam PPN Pulsa dan Kartu Perdana", [https://news.ddtc.co.id/siapa-itu-penyelenggara-distribusi-dalam-ppn-pulsa-dan-kartu-perdana-](https://news.ddtc.co.id/siapa-itu-penyelenggara-distribusi-dalam-ppn-pulsa-dan-kartu-perdana-27417#:~:text=Penyelenggara%20distribusi%20tingkat%20kedua%20diartikan,distributor%20tingkat%20II%20(server))

27417#:~:text=Penyelenggara%20distribusi%20tingkat%20kedua%20diartikan,distributor%20tingkat%20II%20(server)

Aeni, Nur Siti. 2022. "Memahami Pengertian Implementasi, Tujuan, Faktor, dan Contohnya", [https://katadata.co.id/sitinuraeni/berita/6243accfd3afb/memahami-pengertian-implementasi-tujuan-faktor-dan-](https://katadata.co.id/sitinuraeni/berita/6243accfd3afb/memahami-pengertian-implementasi-tujuan-faktor-dan-contohnya#:~:text=Implementasi%20merupakan%20sebuah%20penerapan%20atau,implementasi%20juga%20dipengaruhi%20beberapa%20faktor)

contohnya#:~:text=Implementasi%20merupakan%20sebuah%20penerapan%20atau,implementasi%20juga%20dipengaruhi%20beberapa%20faktor.

Peraturan Menteri Keuangan. 2007. "Peraturan Menteri Keuangan Nomor 192/PMK.03/2007 Tentang Tata Cara Penetapan Wajib Pajak".

Halaman Persetujuan Artikel dari Dosen Pembimbing

Artikel saya berjudul

Evaluasi Kebijakan Pajak Penghasilan Perusahaan Digital di Indonesia

Telah selesai dikoreksi dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk dipublikasikan.

Tanda tangan

tanggal

Mahasiswa:

Fernanda Adhitama Pribadi



19-8-2022

Dosen Pembimbing:

Lia Ekowati, S.Sos., MPA.



19-8-2022

Analisis Perilaku Auditor Eksternal Ditinjau dari Kode Etik Akuntan Indonesia Seksi 340 dalam Menjaga Kualitas Audit (Studi pada KAP X di DKI Jakarta)

Farachmi Amartya Shafira¹⁾, Ridwan Zulpi Agha²⁾

1)Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, farachmi.amartyashafira.ak18@mhs.w.pnj.ac.id,

2)Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, ridwan.zulfiagha@akuntansi.pnj.ac.id,

ABSTRACT

This study aims to analyze the behavior of external auditors in maintaining audit quality in terms of the Indonesian Accountant Code of Ethics Section 340. The Indonesian Accountant Code of Ethics Section 340 contains rules regarding persuasion including gifts and hospitality to public accountants. The method used in this research is qualitative phenomenology so that the data analysis uses a phenomenology working paper. The objects of this research are Junior Auditor, Senior Auditor, and Audit Manager at KAP X in Jakarta. Data was collected by semi-structured interviews. The results of this study indicate that the Indonesian Accountant Code of Ethics Section 340 has been applied in practice and has a role to maintain the quality of the resulting audit. In addition, there is no limit to the size of the value of gift or hospitality from clients made by KAP X because this has been regulated by the code of ethics and applicable laws and regulations.

Keywords: *External Auditors Behavior; Indonesian Accountant Code of Ethics Section 340; Gift and Hospitality; Audit Quality.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku auditor eksternal dalam menjaga kualitas audit ditinjau dari Kode Etik Akuntan Indonesia Seksi 340. Kode Etik Akuntan Indonesia Seksi 340 berisi aturan mengenai bujukan termasuk hadiah dan keramah-tamahan kepada akuntan publik. Metode yang digunakan adalah kualitatif fenomenologi sehingga analisis data menggunakan kertas kerja fenomenologi. Objek penelitian ini adalah Auditor Junior, Auditor Senior, dan Manajer Audit pada KAP X di Jakarta. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara semi-terstruktur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kode Etik Akuntan Indonesia Seksi 340 telah diterapkan pada praktiknya dan memiliki peran untuk menjaga kualitas audit yang dihasilkan. Selain itu, tidak ada batasan ukuran dari nilai pemberian hadiah atau keramah-tamahan dari klien yang dibuat oleh KAP X karena hal tersebut telah diatur oleh kode etik dan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Kata-Kata Kunci: Perilaku Auditor Eksternal; Kode Etik Akuntan Indonesia Seksi 340; Hadiah dan Keramah-tamahan; Kualitas Audit.

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Audit laporan keuangan merupakan kegiatan pemeriksaan yang dilakukan secara kritis dan sistematis, oleh auditor eksternal terhadap laporan keuangan beserta dengan dokumen-dokumen pendukungnya. Dalam mengaudit laporan keuangan, auditor harus bersifat independen, yang berarti auditor tidak boleh memiliki kepentingan tertentu di dalam perusahaan tersebut agar opini yang diberikan terhindar dari bias (Agoes, 2018). Auditor yang bekerja dibidang jasa telah diberikan kepercayaan oleh masyarakat untuk dapat memberikan opini atas kewajaran laporan keuangan sehingga penting bagi auditor untuk mempertahankan independensinya agar kualitas audit tetap terjaga. Semakin tinggi kualitas audit, maka semakin besar tingkat reliabilitas laporan keuangan yang diaudit. Hadi dan Handojo (2017) juga berpendapat bahwa publik memberikan perhatian yang cukup besar atas kualitas audit. Hal ini bersinggungan dengan adanya skandal-skandal atau kasus-kasus keuangan yang terjadi beberapa tahun terakhir, baik di dalam negeri maupun luar negeri. Skandal-skandal tersebut dapat diartikan bahwa masih banyak auditor yang tidak menerapkan kode etik profesi yang berlaku sehingga kualitas audit yang dihasilkan pun menjadi kurang terjaga.

Adapun kasus yang pernah terkuak adalah kasus yang dialami PT Garuda Indonesia Tbk (Garuda Indonesia) dan Kantor Akuntan Publik (KAP) B. Dilansir dari CNN Indonesia (2019), kasus ini berkaitan dengan pengakuan dini dari pendapatan atas kerjasama Garuda Indonesia dengan PT Mahata Aero Teknologi yang menyebabkan laporan keuangan tahun buku 2018 milik Garuda Indonesia mencatat keuntungan sebesar USD 809.850. Angka ini melonjak tajam dari tahun 2017 dimana Garuda Indonesia mencatat kerugian sebesar USD 216.500.000. Sekertaris Jenderal Kemenkeu Hadiyanto menyatakan bahwa berdasarkan hasil pemeriksaan dapat disimpulkan adanya dugaan audit yang tidak sesuai oleh KAP B dengan standar akuntansi. Kelalaian auditor tersebut adalah: 1) Akuntan Publik (AP) bersangkutan belum secara tepat menilai perlakuan akuntansi pengakuan pendapatan piutang dan pendapatan lain-lain. 2) AP dinilai terlalu tergesa dalam menilai perlakuan akuntansi dalam laporan keuangan tersebut (AP belum sepenuhnya mendapatkan bukti audit yang cukup). 3) AP tidak mempertimbangkan fakta-fakta setelah tanggal laporan keuangan sebagai dasar perlakuan akuntansi. Pada tanggal 28 Juni 2019, Kemenkeu memberikan sanksi kepada KAP B dan AP yang bersangkutan berupa pembekuan izin selama dua belas bulan berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan No.312/KM.1/2019 tanggal 27 Juni 2019 dan juga peringatan tertulis disertai kewajiban untuk memperbaiki Sistem Pengendalian Mutu KAP dan dilakukan *review* oleh organisasi internasional yang menaunginya berdasarkan surat No.S-210/MK.1PPPK/2019 tanggal 26 Juni 2019) kepada KAP B.

Dikutip dari Berita Merdeka Online (Putri et al., 2021), kelalaian dari auditor pada kasus PT Garuda Indonesia berkaitan dengan pelanggaran Standar Audit (SA) 315, SA 500, dan SA 560. Mengingat pelanggaran kode etik tersebut, AP yang bersangkutan dinilai sangat tidak profesional. Sebagai Akuntan Publik, sudah sepatutnya AP yang bersangkutan memahami serta menerapkan lima prinsip dasar Akuntan Publik. Adapun lima prinsip dasar Akuntan Publik berdasarkan buku Kode Etik Akuntan Indonesia, yaitu integritas; objektivitas; kompetensi dan kehati-hatian profesional; kerahasiaan; dan perilaku profesional. Terjadinya kasus ini juga dapat mengindikasikan adanya ketidakjujuran auditor dalam menjalankan tugasnya yang mungkin dipengaruhi oleh gratifikasi atau pemberian hadiah. Salah satu penyebab adanya praktik gratifikasi di Indonesia adalah penerapan budaya timur dalam kehidupan sehari-hari. Adapun contoh budaya timur yang diterapkan di Indonesia adalah sikap menghargai usaha orang lain dan memiliki rasa

empati terhadap orang lain. Penerapan atas budaya timur secara berlebihan atau tanpa melihat konteks dalam kehidupan berorganisasi dapat menimbulkan benturan dengan etika formal yang berlaku. Hal ini dapat menyebabkan adanya penyalahgunaan jabatan atau wewenang (Amelia, 2018). Budaya ini dapat mengarah kepada tindakan gratifikasi. Bentuk nyata dari praktik gratifikasi adalah pemberian hadiah yang dapat menjadi tantangan bagi auditor eksternal karena klien mungkin saja akan memberikan hadiah kepada auditor sebagai bentuk penghargaan atas kinerja auditor. Oleh karena itu, Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) bersama dengan Institut Akuntan Publik Indonesia (IAPI) menyusun aturan-aturan ke dalam buku Kode Etik Akuntan Indonesia Seksi 340 yang diadopsi dari *Handbook of the Code of Ethics for Professional Accountant* untuk mengatur perilaku auditor atas tantangan tersebut.

Penelitian terkait penerapan Kode Etik tentang bujukan, pemberian hadiah, dan keramahtamahan yang telah dilakukan pada tahun 2020. Peneliti terdahulu mengambil sampel dari level Partner KAP, sehingga dalam saran penelitian selanjutnya diharapkan penelitian dilakukan terhadap auditor junior, auditor senior, dan manajer audit karena level jabatan tersebut masih sering bertugas di lapangan. Peneliti terdahulu berharap penelitian selanjutnya dapat memberikan jawaban yang lebih sesuai dengan kondisi lapangan. Peneliti memilih KAP X di Jakarta sebagai lokasi penelitian karena di KAP tersebut masih banyak terdapat auditor junior atau auditor yang masih berada di awal karirnya. Penjabaran di atas membuat penulis memiliki motivasi yang tinggi untuk melakukan penelitian dengan metode kualitatif fenomenologi atas penerapan Kode Etik Akuntan Indonesia Seksi 340 dalam praktiknya di lapangan dan perannya dalam menjaga kualitas audit serta independensi auditor ke dalam judul “Analisis Perilaku Auditor Eksternal Ditinjau dari Kode Etik Akuntan Indonesia Seksi 340 dalam Menjaga Kualitas Audit (Studi pada KAP X di Jakarta)”.

Rumusan Masalah

Adanya kode etik yang mengatur tentang etika profesi akuntan publik membuat para akuntan memiliki pedoman dalam bersikap saat sedang menjalankan tugasnya. Indonesia memiliki Kode Etik Akuntan Indonesia yang mengatur etika profesi Akuntan Indonesia. Peneliti memfokuskan masalah penelitian di Kode Etik Akuntan Indonesia Seksi 340 tentang Bujukan Termasuk Hadiah dan Keramahtamahan dari Klien. Pada praktiknya masih banyak pelanggaran atas kode etik tersebut, hal ini dapat dilihat dari masih banyaknya berita tentang kasus gratifikasi yang terjadi di Indonesia.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis sejauh mana auditor menerapkan Kode Etik Akuntan Indonesia Seksi 340 tentang Bujukan termasuk Pemberian Hadiah dan Keramahtamahan dari klien dalam praktik kerjanya dalam menjaga kualitas audit, Menganalisis sikap yang diberikan oleh auditor terkait adanya bujukan termasuk pemberian hadiah dan keramahtamahan dari klien serta mendeskripsikan batas ukuran yang ditetapkan atas penerimaan hadiah dan keramahtamahan dari klien.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Audit Laporan Keuangan

Hayes dalam Agoes (2018) berpendapat bahwa audit merupakan suatu proses sistematis untuk secara objektif mengevaluasi bukti mengenai asersi tentang transaksi keuangan untuk meyakinkan tingkat keterkaitan antara asersi tersebut dengan kriteria atau standar yang telah ditetapkan dan menyampaikan hasilnya kepada pihak-pihak yang berkepentingan.

Kualitas Audit

Kualitas audit adalah pengumpulan dan evaluasi atas bukti tentang informasi dalam menentukan dan melaporkan derajat kewajaran dan kesesuaian antara informasi dengan kriteria yang telah ditetapkan, audit harus dilakukan oleh orang yang berkompoten dan independen (Arens et al., 2016).

Etika Profesi Akuntan

Etika profesi akuntan merupakan prinsip etis yang dimuat dalam kode etik profesi. Kode etik profesi merupakan aturan yang dibuat untuk mengatur perilaku akuntan dalam melakukan profesinya. Diharapkan dengan adanya aturan terkait etika profesi akuntan dapat meningkatkan kepercayaan para pemangku kepentingan kepada professional akuntan (Ikatan Akuntan Indonesia, 2021). Adapun lima prinsip dasar etika untuk akuntan berdasarkan buku Kode Etik Akuntan Indonesia adalah integritas, objektivitas, kompetensi dan kehati-hatian profesional, kerahasiaan, dan perilaku profesional.

Independensi

Independensi memiliki arti bahwa seorang auditor melaksanakan aktivitas audit harus terlepas dari bias atau pengaruh dari berbagai pihak. Tujuan dari diberlakukannya independensi adalah agar laporan audit yang dikeluarkan dapat mencerminkan kondisi sebenarnya (Kusuma et al., 2019).

Gratifikasi

Undang-undang Nomor 31 Tahun 1999 juncto (pindaan) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2001 menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan gratifikasi adalah pemberian uang, barang, rabat (*discount*), komisi, pinjaman tanpa bunga, tiket liburan, perawatan gratis, layanan penginapan gratis, dan kemudahan lainnya. Gratifikasi tersebut dapat diterima baik di dalam negeri maupun luar negeri. Gratifikasi diberikan dengan adanya maksud dan tujuan tertentu.

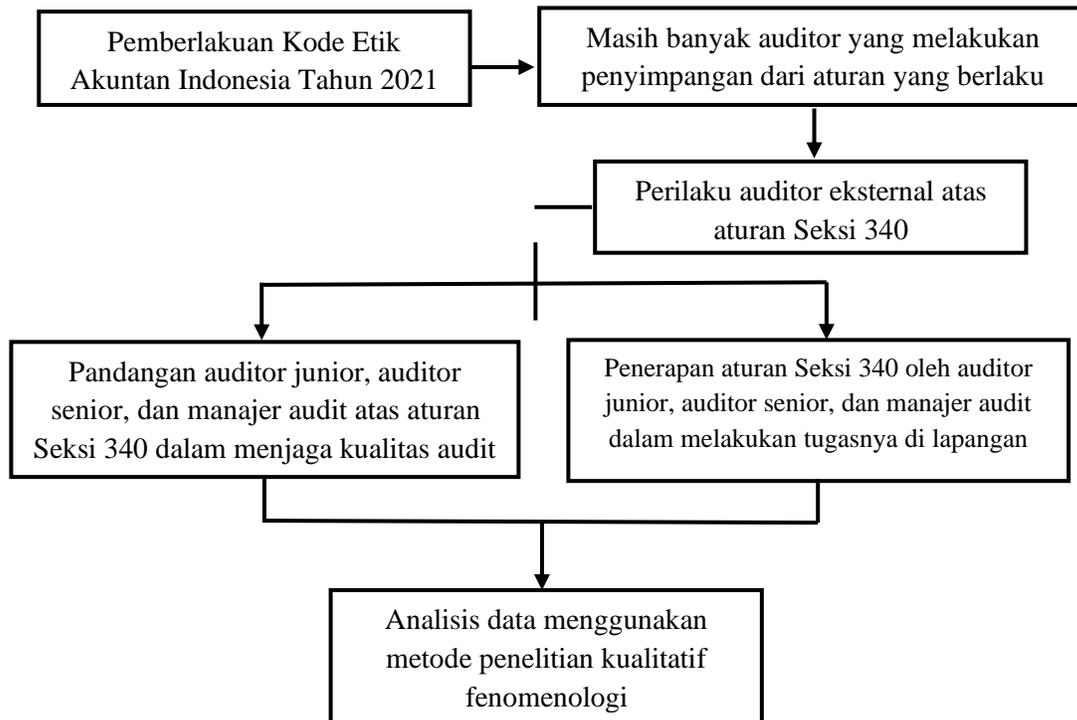
Kode Etik Akuntan Indonesia Seksi 340

Bujukan adalah objek, situasi, atau tindakan yang digunakan suatu pihak untuk mempengaruhi tindakan pihak lain Bujukan tersebut dapat berupa apa saja, misalnya hadiah, keramah-tamahan, hiburan, pemberian kerja atau kesempatan komersial lainnya, perlakuan atau hak istimewa lainnya. Hal ini juga dapat bersinggungan dengan tindakan penyuapan dan korupsi, oleh karena itu akuntan harus memahami peraturan perundang-undangan yang berlaku atas bentuk bujukan yang dilarang oleh negara. Dalam kasus tertentu, menerima bujukan yang tidak dilarang oleh peraturan perundang-undangan dapat menimbulkan ancaman pelanggaran prinsip dasar etika. Adapun kondisi tersebut adalah jika bujukan bertujuan untuk mempengaruhi perilaku akuntan secara tidak patut (Ikatan Akuntan Indonesia, 2021)

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran penulis dalam menyusun penelitian ini adalah analisis terkait perilaku auditor eksternal atas fenomena bujukan, termasuk pemberian hadiah dan keramah-tamahan dari klien sebagaimana tercantum dalam Kode Etik Akuntan Indonesia Seksi 340 dan hubungannya dalam menjaga kualitas audit. Selain itu peneliti juga ingin menggali sejauh mana auditor junior, auditor senior, dan manajer audit menerapkan aturan Seksi 340 dalam menjalankan tugasnya di lapangan.

Berikut kerangka pemikiran penulis dalam penelitian ini:



Gambar 1. Bagan Kerangka Pemikiran Penelitian

3. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Menurut Nursapia Harahap (2020), pendekatan fenomenologi dapat menjadi pilihan bagi peneliti jika masalah yang ingin diteliti berkaitan dengan hubungan manusia dalam segi psikis, biostis, dan manusia bersifat asli dan berguna dalam perkembangan ilmu. Penelitian ini bertujuan untuk memahami struktur pikiran dan mendeskripsikan makna yang terkandung dalam pengalaman dari narasumber terkait penerapan Kode Etik Akuntan Indonesia Seksi 340 dan peranannya dalam menjaga kualitas audit. Berdasarkan penjelasan di atas, pendekatan fenomenologi dinilai cocok untuk digunakan dalam penelitian ini.

Metode Pengambilan Sampel

Berdasarkan jenis penelitian yang digunakan, peneliti menetapkan akan mengambil tiga sampel, yang selanjutnya akan disebut sebagai informan. Informan tersebut terdiri dari satu orang auditor junior, satu orang auditor senior, dan satu orang manajer audit. Adapun kriteria yang harus ada pada tiga informan tersebut adalah bekerja sebagai auditor junior, auditor senior, manajer audit, dan pernah melakukan *fieldwork* ke tempat klien.

Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang diambil adalah data kualitatif yaitu data yang berupa kata-kata, gambar, ataupun bagan. Data kualitatif yang akan digunakan dalam penelitian ini berupa teks dari dokumen, buku, catatan observasi, dan naskah wawancara dengan narasumber. Adapun sumber data penelitian yang digunakan adalah data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari

pengamatan terhadap fenomena yang terjadi di lapangan, wawancara semi-terstruktur dengan auditor junior, auditor senior, dan manajer audit, serta hasil dokumentasi dari kegiatan pengamatan dan wawancara.

Metode Analisis Data

Menurut Kamayanti (2016) sebelum melakukan fenomenologi, peneliti harus memahami lima kata kunci dari fenomenologi, yaitu: a) *Noema*; b) *Noesis*; c) *Epoche/Bracketing*; d) *Intentional Analysis*; e) *Eidetic Reduction*. Oleh karena itu, peneliti menggunakan kertas kerja fenomenologi untuk memudahkan proses analisis data. Selain itu, kertas kerja fenomenologi berfungsi untuk membuat analisis data penelitian menjadi lebih sistematis, logis, dan komprehensif. Berikut contoh kertas kerja fenomenologi:

Informan	Nama informan
Noema	Pengakuan awal dari informan (kesadaran <i>explicit</i>)
Epoche	Pendalaman atas suatu temuan
Noesis	Kesadaran mendalam dari informan
Intentional Analysis	Analisis secara keseluruhan alasan hubungan <i>noema</i> dengan <i>noesis</i>
Eidetic Reduction	Pengambilan inti dari pengalaman atau fenomena yang terjadi.

Gambar 2. Kertas Kerja Fenomenologi

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

KAP X berdiri sejak tahun 2005 dengan dukungan dari tenaga-tenaga profesional yang ada di dalamnya. Saat ini KAP X dikelola oleh lima orang *Partner* dan memiliki lebih dari 60 staf auditor. Para *Partner* yang mengelola KAP X telah memiliki pengalaman di bidang audit dan jasa konsultasi manajemen selama 10 – 15 tahun. KAP X menawarkan berbagai jasa kepada kliennya. Adapun jasa-jasanya adalah layanan audit, layanan konsultan pajak, layanan pembukuan & akuntansi, layanan lainnya meliputi pengembangan standar operasional prosedur, perencanaan bisnis, dan studi kelayakan. Informan yang akan menjadi narasumber pada penelitian ini adalah Manajer Audit, Auditor Senior, dan Auditor Junior. Manajer Audit KAP X berpengalaman dalam bidang audit kurang lebih selama 4 tahun. Kemudian untuk Auditor Senior memiliki pengalaman audit kurang lebih 3 tahun. Dan terakhir untuk Auditor Junior memiliki pengalaman audit kurang lebih 8 bulan.

Penerapan Kode Etik Akuntan Indonesia Seksi 340 tentang Bujukan termasuk Pemberian Hadiah dan Keramahtamahan dari Klien dalam Menjaga Kualitas Audit

Salah satu isi dari Kode Etik Akuntan Indonesia Seksi 340 tentang Bujukan termasuk Pemberian Hadiah dan Keramahtamahan dari Klien adalah aturan mengenai batasan-batasan yang harus dipatuhi oleh auditor. Kode etik diciptakan untuk mengatur perilaku auditor dalam menjalankan profesinya. Selain itu, kode etik juga dapat membantu auditor dalam memperjelas wewenang dan tanggung jawab profesinya. Manajer Audit selaku informan pertama menyatakan bahwa pada praktiknya masih ditemukan klien yang memberikan hadiah kepada auditor. Namun klien sudah tidak secara terang-terangan dalam memberikan hadiah kepada auditor. Klien saat ini sudah mulai tereduksi atas kode etik yang berlaku. Dalam kode etik yang berlaku terdapat lima

prinsip dasar yang harus dimiliki oleh seorang auditor, yaitu integritas, objektivitas, kompetensi dan kehati-hatian profesional, kerahasiaan, dan perilaku profesional. Manajer audit meyakini bahwa ketika kode etik tidak diterapkan atau dilanggar, maka ada prosedur audit yang dilakukan tidak sesuai dengan standar. Audit yang dilakukan tidak berdasarkan standar dapat mengurangi kualitas audit yang akan dihasilkan, sehingga Manajer Audit menyatakan secara tersirat bahwa penerapan kode etik khususnya Seksi 340 berperan dalam menjaga kualitas audit. Sebelumnya Siahaan dan Simanjuntak (2019) melalui penelitiannya menyatakan bahwa etika auditor mampu memperkuat pengaruh antara kompetensi auditor, independensi auditor, integritas auditor dan profesionalisme auditor terhadap kualitas audit.

Penerapan kode etik pada praktiknya telah dilakukan meskipun masih banyak klien yang memberikan hadiah kepada auditor. Hal ini dipertegas dengan pernyataan dari informan bahwa auditor masih dapat menerima hadiah dari klien selama hadiah yang diterima tidak mempengaruhi independensi auditor, karena hadiah tersebut dinilai masih wajar dan tidak melanggar kode etik. Seperti yang tertulis pada Kode Etik Akuntan Indonesia paragraf P340.9-A3, salah satu faktor penilaian ada atau tidaknya intensi mempengaruhi perilaku secara tidak patut dari hadiah yang ditawarkan adalah melihat dampak kumulatif dari penerimaan hadiah. Informan juga meyakini bahwa kode etik memiliki peran dalam menjaga kualitas audit. Ketika hadiah yang diterima mempengaruhi independensi dari auditor, prosedur audit yang dilakukan pun dapat terjadi tidak sesuai dengan standar, melainkan sesuai dengan keinginan klien. Auditor harus memiliki independensi dan integritas yang tinggi agar terhindar dari ancaman pelanggaran kode etik. Hal ini diperkuat dengan adanya pernyataan dari (Laksita, 2019) yang meyakini bahwa sikap independensi harus ada dalam diri auditor karena sikap inilah yang nantinya akan menjaga kepercayaan masyarakat terhadap profesi Akuntan Publik. Pelanggaran kode etik dapat menimbulkan pertanyaan atas kualitas audit yang dihasilkan, karena dengan adanya kode etik yang dilanggar akan menimbulkan kemungkinan prosedur audit yang dilaksanakan ada yang terlewat atau tidak sesuai standar.

Sikap yang Diberikan oleh Auditor Terkait Adanya Bujukan Termasuk Pemberian Hadiah dan Keramahmatan dari Klien

Manajer Audit selaku informan pertama berpendapat bahwa pemberian hadiah atau keramahmatan dari klien masih dapat diterima jika nilai dari pemberian tersebut kecil dan klien tidak memberikan tekanan kepada auditor atas pemberian tersebut. Tekanan yang dimaksud adalah ancaman ketika auditor memilih untuk menolak pemberian dari klien. Manajer Audit akan lebih memilih kehilangan klien tersebut dibandingkan dengan kehilangan integritas yang dimilikinya. Hal ini sesuai dengan contoh tindakan yang dapat dilakukan untuk menghindari pelanggaran kode etik pada Kode Etik Akuntan Indonesia paragraf P340.10, yaitu menghentikan hubungan bisnis dengan klien atau mengalihkan tanggung jawab atas jasa profesional dengan klien kepada individu lain yang dianggap tidak akan terpengaruh untuk melakukan tindakan yang tidak patut. Berdasarkan pengamatan Manajer Audit, bujukan yang dilakukan oleh klien biasanya terjadi pada level-level manajemen atas. Akan tetapi, semakin tinggi jabatan seorang auditor, semakin tinggi pula profesionalisme yang dimiliki (Gusti et al., 2017).

Penerimaan hadiah dari klien dengan nilai yang cenderung kecil dianggap masih wajar. Jika penawaran hadiah dari klien baru timbul ketika sudah diumumkan temuan-temuan audit, maka patut dicurigai motif dari penawaran hadiah tersebut. Auditor Senior menyikapi tawaran-tawaran dari klien yang intensinya dinilai mencurigakan dengan cara mengkomunikasikan hal tersebut kepada Manajer ataupun *Partner*. Tindakan ini terdapat di Kode Etik Akuntan Indonesia paragraf P340.10 pada poin contoh tindakan yang dapat dilakukan Akuntan sebagai bentuk pengamanan

untuk mengatasi kejadian serupa, yaitu mencatat bujukan yang dilakukan oleh klien dan menyerahkan catatan tersebut kepada manajemen kantor ataupun manajemen klien.

Auditor Junior berpendapat bahwa auditor harus berhati-hati, tetapi jangan sampai menganggap semua klien memiliki niat jahat atas pemberian hadiah. Pemberian dari klien yang dapat memfasilitasi proses audit dianggap wajar untuk diterima, contohnya seperti adanya fasilitas *printer*, jaringan internet, dan sebagainya. Pernyataan Auditor Junior tersebut mendukung pernyataan dari (Setiawan dan Wahyudi, 2022) yang menyatakan bahwa dengan adanya keramahamahan, auditor dapat bekerja dengan tenang dan fokus sehingga proses audit dapat berjalan dengan lancar. Dalam hal yang menyangkut uang, Auditor Junior hanya menerima nominal yang memang tercantum dalam kontrak kerja.

Batas Ukuran yang Ditetapkan oleh Auditor atas Pemberian Hadiah dan Keramahamahan yang Diberikan oleh Klien yang Tidak Mempengaruhi Kualitas Audit

Kode Etik Akuntan Indonesia Seksi 340 telah menyebutkan bahwasannya batas ukuran yang harus dipatuhi adalah batasan yang ditetapkan oleh peraturan perundang-undangan yang relevan. Dalam Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2014 pasal 3 terdapat penjelasan tentang yang dikecualikan dari gratifikasi adalah cinderamata dari kegiatan resmi kedinasan dan pemberian pihak ketiga berupa kompensasi terkait kegiatan kedinasan, seperti honorarium, transportasi, akomodasi, dan pembiayaan lainnya. Manajer Audit menyatakan bahwa di KAP X tidak memiliki aturan tertulis yang membahas batas kewajaran atas penerimaan hadiah atau keramahamahan dari klien. Penilaian wajar atau tidaknya suatu hadiah atau keramahamahan dari klien dikembalikan kepada pribadi masing-masing auditor, karena dalam kontrak kerja sudah diatur apa saja yang berhak diterima oleh auditor. Secara tidak langsung, kontrak kerja juga berfungsi untuk mengatur batasan-batasan tersebut. Meskipun demikian, auditor tetap harus berhati-hati dalam menerima hadiah dan keramahamahan dari klien. Misalnya dalam akomodasi transportasi. Jika sepanjang perjalanan klien tersebut menyinggung pekerjaan audit yang sedang berlangsung atau temuan-temuan audit yang telah diungkapkan, maka keramahamahan tersebut dapat mengancam kepatuhan terhadap kode etik. Hal ini sesuai dengan isi Kode Etik Akuntan Indonesia Seksi 340 paragraf P340.6-A1, yaitu bujukan yang tidak dilarang dalam peraturan perundang-undangan mungkin saja menimbulkan ancaman terhadap kepatuhan kode etik. Pernyataan-pernyataan di atas juga didukung oleh pernyataan dari Auditor Senior yang menyatakan bahwa Kode Etik Akuntan Indonesia dapat dijadikan pedoman dalam kegiatan berprofesi, sehingga KAP pun tidak memiliki urgensi untuk membuat peraturan tertulis mengenai batas kewajaran atas penerimaan hadiah dan keramahamahan dari klien.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian atas perilaku auditor eksternal ditinjau dari Kode Etik Akuntan Indonesia Seksi 340 tentang bujukan termasuk hadiah dan keramahamahan yang dilakukan dengan pendekatan fenomenologi melalui wawancara semi-terstruktur, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- Pada praktiknya, penerapan Kode Etik Akuntan Indonesia Seksi 340 sudah terlaksana meskipun masih banyak klien yang memberikan hadiah dan keramahamahan kepada auditor. Penerimaan hadiah yang dianggap melanggar kode etik adalah jika hadiah diterima dengan mengancam hilangnya sikap integritas, profesionalisme, ataupun sikap lain yang terkandung dalam Prinsip Dasar Etika Akuntan. Hal itu akan mengurangi kualitas auditnya, karena jika AP menerima hadiah dari klien dengan catatan klien mempengaruhi AP dalam melaksanakan

prosedur audit, maka kualitas auditnya bisa dikatakan kurang. Kualitas audit dianggap baik jika seluruh prosedur audit terlaksana sesuai dengan standar yang berlaku.

- Auditor harus dapat menunjukkan integritasnya. Jika memang penawaran hadiah muncul ketika telah diumumkan temuan-temuan audit yang material dan klien menyinggung isu temuan audit tersebut, maka auditor harus dengan tegas menolak hadiah yang diberikan oleh klien. Selain itu, uang yang ditawarkan oleh klien di luar dari yang tercatat dalam kontrak kerja tidak boleh diterima. Auditor boleh menerima *fee* tambahan dari klien hanya jika memang ada pekerjaan tambahan seperti tambahan periode audit, dan pastikan kontrak telah diperbaharui dengan nilai *fee* terbaru agar tidak dianggap melanggar kode etik
- Pada praktiknya, tidak ada aturan tertulis atau formal selain dari kode etik ataupun peraturan perundang-undangan yang berlaku mengenai batas kewajaran dari hadiah yang boleh diterima. Maka dari itu penting bagi auditor untuk memiliki integritas yang tinggi agar tidak tergiur oleh bujukan dari klien.

DAFTAR PUSTAKA

- Agoes, S. (2018). *Auditing: Petunjuk praktis pemeriksaan akuntan oleh akuntan publik* (E. S. Suharsi, Ed.; 5th ed., Vol. 1). Salemba Empat.
- Amelia, L. J. (2018). Benturan budaya dalam etika administrasi negara (Studi kasus tentang gratifikasi). *Jurnal Ilmiah Magister Ilmu Administrasi*, 12(1).
- Arens, A. A., Elder, R. J., Beasley, M. S., & Arens, A. A. (2016). *Auditing and assurance services*.
- Gusti, I., Agung, A., & Dewi, P. (2017). Moderasi sensitivitas etika pada hubungan hierarchical positions dan profesionalisme auditor. *Jurnal Ilmiah Akuntansi & Bisnis*, 2(2). <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/akuntansi/>
- Hadi, F. W., & Handojo, I. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas audit pada perusahaan manufaktur. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 19(2), 209–218. <https://doi.org/https://doi.org/10.34208/jba.v19i2.273>
- Harahap, N. (2020). *Penelitian kualitatif*. Wal ashri.
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2021). *Kode etik akuntan indonesia 2021*.
- Kamayanti, A. (2016). *Metodologi penelitian kualitatif akuntansi: Pengantar religiositas keilmuan*. Yayasan Rumah Peneleh.
- Kemenkeu beberkan tiga kelalaian auditor garuda indonesia. (2019). CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20190628124946-92-407304/kemenkeu-beberkan-tiga-kelalaian-auditor-garuda-indonesia>
- Kusuma, S. S., Jatmiko, T., & Prabowo, W. (2019). Pengaruh independensi dan profesionalisme auditor terhadap kualitas audit dengan *fee* audit sebagai variabel moderasi (Studi empiris pada Kantor Akuntan Publik di Semarang). *Diponegoro Journal of Accounting*, 8(3), 1–14. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Laksita, A. D. (2019). Pengaruh independensi, akuntabilitas, dan objektivitas terhadap kualitas audit. *Jurnal Nominal*, 8(1).
- Putri, A. A., Zahra, M. N., & Supangkat, F. F. (2021, December 10). Menilik pelanggaran kode etik profesi akuntan dalam kasus laporan keuangan PT Garuda Indonesia. *Berita Merdeka Online*. <https://www.beritamerdekaonline.com/2021/12/menilik-pelanggaran-kode-etik-profesi-akuntan-dalam-kasus-laporan-keuangan-pt-garuda-indonesia/>
- Setiawan, N., & Wahyudi, I. (2022). Keramahtamahan: apakah berpengaruh terhadap independensi auditor? *Wacana Equilibrium : Jurnal Pemikiran & Penelitian Ekonomi*, 10(01).

Siahaan, S. B., & Simanjuntak, A. (2019). Pengaruh kompetensi auditor, independensi auditor, integritas auditor dan profesionalisme auditor terhadap kualitas audit dengan etika auditor sebagai variabel moderasi (Studi kasus pada Kantor Akuntan Publik di Kota Medan). *Jurnal Manajemen Vol 5*.

Halaman Persetujuan Artikel dari Dosen Pembimbing

Artikel saya berjudul
Analisis Perilaku Auditor Eksternal Ditinjau Dari Kode Etik Akuntan Indonesia Seksi 340 dalam Menjaga Kualitas Audit (Studi pada Kap X Di Dki Jakarta)

Telah selesai dikoreksi dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk dipublikasikan.

	Tanda tangan	Tanggal
Mahasiswa : Farachmi Amartya Shafira		19 Agustus 2022
Dosen Pembimbing: Ridwan Zulpi Agha, S.E., M.Ak., CPIA		19 Agustus 2022

PENGARUH ETIKA PROFESI DAN SKEPTISISME PROFESIONAL TERHADAP KETEPATAN PEMBERIAN OPINI OLEH AUDITOR EKSTERNAL PADA KANTOR AKUNTAN PUBLIK (STUDI KASUS KAP GIFAR & AMBRI)

Dzulfiqar Mahir Alzufar Molasnov¹⁾, Ridwan Zulpi Agha²⁾

¹⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: dzulfiqar.mahiralzufarmolasnov.ak18@mhs.w.ac.id

²⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: ridwan.zulfiagha@akuntansi.pnj.ac.id

ABSTRACT

This study aims to conduct an empirical study of the influence of Professional Ethics and Professional Skepticism on the Accuracy of Giving Audit Opinions. The population in this study was the auditors of KAP Pro Reliant Gifar & Ambri with a sample of 30 respondents using the saturated sampling method. The type of data is primary data obtained by distributing questionnaires. This research is a quantitative study of multiple splenic regression analysis using the SPSS Ver 23 application. The results of this study indicate that (1) Professional Ethics has no effect on the Accuracy of Giving Audit Opinions, (2) Professional Skepticism does not affect the Determination of Giving Audit Opinions, and (3) Professional Ethics and Professional Skepticism have a simultaneous positive effect on the Accuracy.

Keywords: *Professional Ethics, Professional Skepticism, Accuracy of Giving Audit Opinions*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan studi empiris terhadap pengaruh Etika Profesi dan Skeptisisme Profesional terhadap Ketepatan Pemberian Opini Audit. Populasi dalam penelitian ini adalah auditor KAP Pro Reliant Gifar & Ambri dengan jumlah sampel sebanyak 30 responden dengan menggunakan metode sampling jenuh. Jenis data adalah data primer yang diperoleh dengan melakukan penyebaran kuesioner. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif analisis regresi lienar berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS Ver 23. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Etika Profesi tidak berpengaruh terhadap Ketepatan Pemberian Opini Audit, (2) Skeptisisme Profesional tidak berpengaruh terhadap Ketetapan Pemberian Opini Audit, dan (3) Etika Profesi dan Skeptisisme Profesional berpengaruh positif secara simultan terhadap Ketepatan.

Kata Kunci: Etika Profesi, Skeptisisme Profesional, Ketepatan Pemberian Opini Audit

1. PENDAHULUAN

Berdasarkan *database* yang bersumber dari laman Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengenai status keaktifan KAP, terdapat beberapa KAP yang dicabut izinnya oleh OJK karena melanggar kode etik. KAP tersebut adalah KAP Lydia dan Lin (2020) sesuai dengan Keputusan Nomor: KEP-

54/PM.223/2020 tgl 22 Desember 2020, KAP Robert Ricker (2021) berdasarkan Keputusan Nomor: KEP-02/PM.223/2021 tgl 14 Januari 2021, dan KAP Roni Budianto, Cpa (2021) sesuai KMK Nomor 1067/KM.1/2021 tanggal 13 September 2021. Karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian serupa dengan objek karyawan KAP Pro Reliant Gifar & Ambri dengan alasan KAP Gifar & Ambri masih tergolong KAP skala kecil sehingga keinginan untuk mempertahankan klien masih tinggi. Penjabaran tersebut memberikan motivasi kepada peneliti untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Etika Profesi dan Skeptisisme Profesional Terhadap Ketepatan Pemberian Opini Oleh Auditor Eksternal Pada Kantor Akuntan Publik (Studi Kasus KAP Gifar & Ambri)”**.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Professionalisme

Menurut Khikmah dalam (Gandura et al., 2021) profesionalisme dilihat dari pengertian bahasanya, bisa mempunyai beberapa makna. Pertama, profesionalisme berarti suatu keahlian, mempunyai kualifikasi tertentu, berpengalaman sesuai dengan bidang keahliannya. Kedua, pengertian profesionalisme merujuk pada suatu standar pekerjaan yaitu prinsip-prinsip moral dan etika profesi. Ketiga, profesional berarti moral.

Etika Profesi

Secara umum, pengertian etika profesi ini merupakan suatu sikap etis yang dimiliki seorang profesional yakni sebagai bagian integral dari sikap hidup dalam mengembang tugasnya dan juga menerapkan norma-norma etis umum pada bidang-bidang khusus (profesi) didalam kehidupan manusia (Napisah et al., 2021)

Skeptisisme Profesional

Skeptisisme dapat diartikan sebagai “mencari informasi dengan mempertanyakan”. Karakteristik yang berkaitan dengan sikap skeptis meliputi pertanyaan dan observasi yang cermat, menyelidiki refleksi, mencermati lebih dari apa yang sudah terlihat jelas, dan menekan kepercayaan (Nurkholis, 2020).

Perumusan Hipotesis

Pengaruh Etika Profesi terhadap Ketepatan Pemberian Opini

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Alpi, 2021) yang menyatakan bahwa etika profesi auditor juga berpengaruh signifikan terhadap ketepatan pemberian opini. Karena etika profesi auditor merupakan syarat utama yang dimiliki oleh akuntan publik untuk dijadikan sebagai pedoman sehingga memiliki rasa tanggung jawab dan objektif atas pekerjaannya. Dari teori penjelasan diatas maka hipotesisnya adalah :

H₁ : Terdapat pengaruh Etika Profesi auditor terhadap ketepatan pemberian opini.

Pengaruh Skeptisisme Profesional terhadap Ketepatan Pemberian Opini

Hasil penelitian dari (Satiman dan Suparmin, 2021), (Feriyanto et al., 2022) dan (Wibawa, 2021) yang menyatakan bahwa Skeptisisme Profesional berpengaruh terhadap Ketepatan Pemberian Opini. Dari teori penjelasan diatas maka didapatkan hipotesis :

H₂ : Terdapat pengaruh Skeptisisme Profesional terhadap Ketepatan Pemberian Opini.

Pengaruh Etika Profesi dan Skeptisisme Profesional terhadap Ketepatan Pemberian Opini

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Ullan, Uchi et al., 2022) yang menyatakan bahwa bahwa Etika Profesi dan Skeptisisme Profesional sangat mempengaruhi ketepatan pemberian opini, karena keduanya dapat meningkatkan akurasi dan kualitas opini seorang auditor. Dari penjelasan teori diatas maka didapatkan hipotesis :

H₃ : Terdapat pengaruh Etika Profesi dan Skeptisisme Profesional terhadap Ketepatan Pemberian Opini.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bersifat inferensial dalam arti mengambil kesimpulan berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara statistika, dengan menggunakan data empirik hasil pengumpulan data melalui pengukuran (Djaali,

2021). Penulis menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan data kuesioner menggunakan skala likert, sebagai berikut: Sangat Setuju (SS) diberi nilai skor 5 (lima), Setuju (S) diberi nilai skor 4 (empat), Netral (N) diberi nilai skor 3 (tiga), Tidak Setuju (TS) diberi nilai skor 2 (dua), Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai skor 1 (satu). Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sampling jenuh. Adapun objek penelitian ini yaitu auditor di KAP Gifar & Ambri serta jumlah sample dari penelitian ini adalah 30.

Definisi Operasional Variabel

Variabel Dependen

Menurut Sugiyono dalam Oktafiani et al. (2019) definisi variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, organisasi atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen dan variabel dependen.

Variabel independen merupakan variabel yang dapat mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (Tritjahjo Danny Soesilo dalam (Purwanto, 2019). Variabel independen pada penelitian ini ada 2, yaitu Etika Profesi dan Skeptisisme Profesional. Indikator pernyataan kuesioner Etika Profesi dalam penelitian ini ada 5, yaitu kepribadian, kecakapan profesional, tanggung jawab, pelaksanaan kode etik, dan penafsiran dan penyempurnaan kode etik. Sedangkan pernyataan kuesioner Skeptisisme Profesional memiliki 4 indikator, yaitu melaksanakan tugas dengan sikap tekun dan penuh hati-hati, tidak mudah percaya terhadap bukti audit, selalu mempertanyakan dan mengevaluasi bukti audit serta selalu mengumpulkan bukti audit yang detail dan cukup sesuai dengan audit yang dilakukan.

Variabel dependen pada penelitian ini adalah Ketepatan Pemberian Opini. Variabel dependen sering disebut sebagai variabel terikat, merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen (Sugiyono dalam Oktafiani et al., 2019). Pernyataan kuesioner Ketepatan Pemberian Opini dalam penelitian ini memiliki 5 indikator, yaitu seberapa banyak auditor memberikan respon yang benar, kualitas keputusan yang diambil, kompleksitas kerja, kepatuhan auditor untuk melaksanakan standar yang telah ditetapkan, dan kepatuhan auditor terhadap etika profesionalnya.

Metode Analisis Data

Metode analisis data pada penelitian ini adalah metode analisis deskripti, dan metode analisis linear berganda. Sedangkan untuk pengujiannya menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik dan uji kelayakan model.

Uji instrument

Uji instrumen dalam penelitian ini terbagi menjadi uji validitas, uji Reliabilitas dan uji asumsi klasik. Uji Validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung setiap *item* (*correlated item-total correlations*) dengan nilai r tabel. Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif $\geq 0,3$ Pada penelitian ini uji validitas akan dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 23. Adapun rumus pearson *product moment* adalah sebagai berikut :

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

Keterangan

- r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel x dan variabel y
- n = banyaknya sampel
- X = variabel bebas (*independent*)
- Y = variabel terikat (*dependent*)
- $\sum X$ = Jumlah skor butir (X)
- $\sum Y$ = Jumlah skor butir (Y)

Menurut Notoatmojo dalam (Janna, 2021), reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Sehingga uji reliabilitas dapat digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Alat ukur dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran berkali-kali. Adapun rumus *cronbach alpha* adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right]$$

Keterangan:

- r_{11} = koefisien reliabilitas *alpha*
- k = Banyaknya skor pertanyaan
- $\sum \sigma^2 b$ = Jumlah varian skor
- $\sigma^2 b$ = Varian total

Uji asumsi klasik bertujuan untuk memberi kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, dan konsisten. Pengujian asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri dari uji normalitas menggunakan uji non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov*, uji multikolonieritas menggunakan nilai toleran, dan uji heteroskedastisitas menggunakan grafik *scatterplot*.

Uji Kelayakan Model

Uji kelayakan model bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel. Dalam penelitian ini terdapat 3 uji kelayakan model, yaitu uji f (simultan), uji koefisien determinasi dan hipotesis atau uji t (parsial).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini digunakan 3 variabel yang akan diuji, yaitu variabel Etika Profesi (X1), variabel Skeptisisme Profesional (X2) dan variabel Ketepatan Pemberian Opini (Y).

Analisis Statistik Deskriptif

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat beberapa informasi mengenai data yang digunakan pada penelitian ini pada kolom N, *minimum*, *maximum* dan *mean*.

Tabel 1. analisis statistik deskriptif

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Etika profesi	30	36	55	45,07	5,192
Skeptisisme profesional	30	23	30	26,37	2,371
Ketepatan pemberian opini Audit	30	29	40	34,07	3,453
Valid N (listwise)	30				

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat bahwa jumlah N adalah 30, artinya jumlah responden yang dilakukan pengujian ada 30 yang terdiri dari 2 *partner*, 5 manajer, 9 senior dan 14 *junior*.

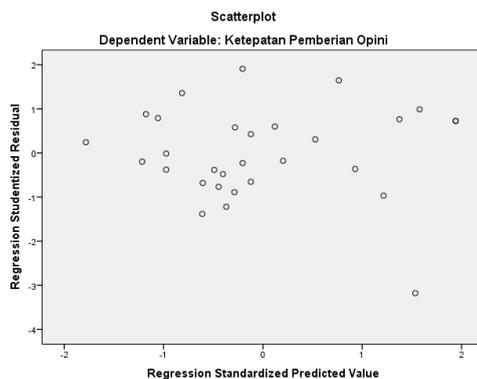
Uji Kualitas Data

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item variabel dinyatakan valid karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sedangkan, hasil uji reliabilitas menyatakan bahwa seluruh variabel sudah dapat dikatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* > 0,6 yaitu 0,843, 0,474 dan 0,832. Artinya, data yang digunakan pada penelitian ini dianggap layak untuk digunakan.

Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil uji *non-parametric Kolmogorov-Smirnov*, data terdistribusi dengan normal yang dibuktikan dengan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* $0,200 > 0,05$. Artinya, model regresi yang diuji telah terdistribusi normal dan menggunakan populasi normal. Sehingga, data ini dapat dinyatakan layak untuk digunakan.

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, nilai *tolerance* kedua variabel adalah $0,623 > 0,1$. Kemudian, nilai *VIF* pada tiap variabel independennya adalah sebesar $1,606 < 10$. Hal tersebut, berartikan bahwa model persamaan regresi tidak ada kolerasi antara setiap variabel independen dan dapat dipakai pada penelitian ini.



Gambar 1. hasil uji heterokedastisitas menggunakan scatterplot

Berdasarkan gambar 1, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara merata baik diatas maupun di bawah sumbu 0. Hal ini menunjukkan bahwa data yang digunakan pada penelitian ini tidak mengindikasikan terjadinya fenomena heterokedastisitas. Sehingga, model regresi ini layak untuk digunakan.

Analisis Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk melihat ada tidaknya pengaruh antara variabel *x* terhadap variabel *y*, berikut hasil uji analisis regresi linear berganda yang dilakukan menggunakan SPSS, yaitu sebagai berikut:

Tabel 2. analisis linear berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	11,545	6,050		1,908	,067
	Etika profesi	,252	,129	,379	1,947	,062
	Skeptisisme profesional	,424	,283	,291	1,494	,147

a. Dependent Variable: Ketepatan pemberian opini

Sebagaimana telah tersaji pada tabel 2, maka dapat diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

$$Y = 11.545 + 0,252x_1 + 0,424x_2$$

Analisis hasil uji regresi antara Etika profesi, Skeptisisme profesional dan Ketepatan pemberian opini dapat dirinci sebagai berikut:

1. Nilai konstanta positif sebesar 11.545 menunjukkan pengaruh positif variabel independent.
2. Variabel Etika Profesional (X1) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,252 menyatakan apabila nilai Etika Profesi (X1) bertambah sebanyak 1x maka berdampak pada naiknya nilai Ketepatan Pemberian Opini Audit (Y) sebesar 0,252 dengan asumsi variabel lain bernilai 0.

3. Variabel Skeptisisme Profesional (X₂) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,424 menyatakan apabila nilai Skeptisisme Profesional (X₂) bertambah sebanyak 1x maka berdampak pada naiknya nilai Ketepatan Pemberian Opini Audit (Y) sebesar 0,424 dengan asumsi variabel lain bernilai 0.

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi

Pengujian ini dilakukan untuk mengukur kemampuan model menafsirkan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi memiliki nilai antara 0 dan 1. Nilai mendekati 1 berarti bahwa variabel x memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan.

Tabel 3. uji koefisien determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.603 ^a	,353	,316	2,856

Tabel 3 menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.316 atau 31,6%, ini berartikan bahwa variabel etika profesi dan skeptisisme profesional secara bersamaan berdampak terhadap variabel Ketepatan Pemberian Opini, sisanya yaitu 68.4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian ini.

Uji t (parsial)

Pada penelitian ini nilai t_{tabel} pada signifikansi 5% adalah sebesar 2,05183, dengan menggunakan persamaan *degree of freedom* (df) = n-k-1 = 30-2-1=27 dimana (n) adalah jumlah sampel yaitu 30, dan (k) adalah variabel independen yaitu 2.

Tabel 4 uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,545	6,050		1,908	,067
	Etika Profesi	,252	,129	,379	1,947	,062
	Skeptisisme Profesional	,424	,283	,291	1,494	,147

a. Dependent Variable: Ketepatan Pemberian Opini

Sebagaimana tersaji pada tabel 4, bahwa nilai *sig.* kedua variabel lebih besar dari 0,05. Variabel Etika Profesi memiliki nilai sebesar 0,062 dan skeptisisme profesional memiliki nilai sebesar 0,147. Maka dapat disimpulkan bahwa H₀ diterima dan H₁ ditolak yang artinya variabel Etika Profesi (X₁) tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel Ketepatan Pemberian Opini (Y). Lalu dapat disimpulkan juga bahwa H₀ diterima dan H₂ ditolak yang artinya variabel Skeptisisme Profesional (X₂) tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel Ketepatan Pemberian Opini (Y).

Uji f (simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara bersamaan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Apabila probabilitas (F statistic) < a maka tidak diterima, berarti variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 5 uji f

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	125,665	2	62,833	7,704	,002 ^b

Residual	220,201	27	8,156		
Total	345,867	29			

a. Dependent Variable: Ketepatan Pemberian Opini

b. Predictors: (Constant), Skeptisisme Profesional, Etika Profesi

F_{hitung} bisa dilihat pada tabel 4.9, distribusi F dengan tingkat signifikansi 0.05 dengan $df_1 = (k - 1) = 3 - 1 = 2$ dan $df_2 = (n - k) = 30 - 3 = 27$, dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel bebas sehingga didapat f_{tabel} nya sebesar 3,354. Dari hasil pengolahan data dapat dilihat bahwa f_{hitung} adalah sebesar 7,704, dengan nilai signifikansi 0,002. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nilai $f_{hitung} 7,704 > 3,354$ dengan signifikansi $0,002 < 0,05$. Keputusannya H_0 ditolak serta H_3 diterima. Artinya, Etika Profesi dan Skeptisisme Profesional secara bersama sama berpengaruh positif terhadap Ketepatan Pemberian Opini Audit.

Pembahasan

Pengaruh Etika Profesi terhadap Ketepatan Pemberian Opini

Hipotesis pertama yaitu Etika Profesi berpengaruh terhadap Ketepatan Pemberian Opini Audit, tidak berhasil didukung oleh data atau dengan kata lain hipotesis tidak diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hanah, 2021) yang menyatakan bahwa Etika Profesi tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap Ketepatan Pemberian Opini serta penelitian yang dilakukan oleh (Kumara, 2022) bahwa auditor menghadapi banyak dilemma etika dalam profesi bisnis mereka, salah satunya adalah dilemma bernegosiasi dengan klien yang mengancam untuk mencari auditor baru jika perusahaan tidak mendapatkan *unqualified opinion*.

Pengaruh Skeptisisme Profesional terhadap Ketepatan Pemberian Opini

Hasil hipotesis kedua yaitu Skeptisisme Profesional berpengaruh terhadap Ketepatan Pemberian Opini Audit tidak dapat diterima, dikarenakan hasil dari pengujian ini secara parsial menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara skeptisisme profesional auditor terhadap ketepatan pemberian opini auditor. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Alpi, 2021) yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara Skeptisisme Profesional terhadap Ketepatan Pemberian Auditor yang disebabkan karena adanya perbedaan karakteristik responden.

Pengaruh Etika Profesi dan Skeptisisme Profesional terhadap Ketepatan Pemberian Opini

Hasil pengujian hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Etika Profesi dan Skeptisisme Profesional terhadap Ketepatan Pemberian Opini Audit. Seluruh variabel independen masing-masing koefisiennya bernilai positif. Hal tersebut berarti terjadi hubungan positif antara tiap variabel independen yaitu Etika Profesi dan Skeptisisme Profesional terhadap variabel independennya yaitu Ketepatan Pemberian Opini Audit. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Nurmala & Purwanti, 2021) yang menyatakan bahwa Etika Profesi dan Skeptisisme Profesional auditor berpengaruh signifikan terhadap Ketepatan Pemberian Opini oleh akuntan publik.

5. KESIMPULAN

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari Etika Profesi dan Skeptisisme Profesional terhadap Ketepatan Pemberian Opini Audit. Responden pada penelitian ini sebanyak 30 auditor KAP Gifar & Ambri. Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa Etika Profesi dan Skeptisisme Profesional tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap Ketepatan Pemberian Opini, tetapi Etika Profesi dan Skeptisisme Profesional secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap Ketepatan Pemberian Opini.

Saran

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, pertama adalah sampel yang digunakan pada penelitian ini kurang luas dan hanya fokus pada satu KAP saja yang tergolong KAP kecil. Kedua, hasil dari uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel Etika Profesi dan Skeptisisme Profesional

hanya membahas sebesar 31,6% variabel Ketepatan Pemberian Opini. Maka, diharapkan bagi penelitian serupa selanjutnya untuk menggunakan jumlah sampel yang lebih luas jangkauannya sehingga dapat memberikan hasil yang lebih akurat serta menggunakan variabel bebas lainnya yang diprediksi memiliki pengaruh kuat terhadap variabel Ketepatan Pemberian Opini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alpi, M. F. (2021). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Ketepatan Pemberian Opini Auditor. *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Ketepatan Pemberian Opini Auditor*, 2(1), 690–699.
- Djaali. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.
https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Kuantitatif/wY8fEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Feriyanto, O., Susilawati, & Dadang. (2022). Pengaruh Profesionalisme Auditor Dan Pertimbangan Tingkat Materialitas Terhadap Ketepatan Pemberian Opini. *Diponegoro Journal of Accounting*. ISSN (Online): 2337-3806, XIV(1), 13–26.
- Gandura, N., Rasyid, A., Yunus, Y. A., & Jusuf, A. H. (2021). *Pengaruh Profesionalisme Terhadap Kepuasan Kerja Melalui Kinerja Pegawai Pada Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kota Jayapura*.
- Hanah, D. K. S. (2021). *Pengaruh Keahlian Audit, Etika Profesi Dan Pengalaman Auditor Terhadap Ketepatan Pemberian Opini Oleh Auditor*. 1, 111–132.
- Janna, N. M. (2021). *Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan spss*. 18210047.
- Kumara, Y. S. (2022). *Pengaruh Skeptisisme Profesional, Situasi Audit, Etika, Pengalaman dan Keahlian terhadap Ketepatan Pemberian Opini oleh Auditor*. <http://e-journal.uajy.ac.id/id/eprint/23912>
- Napisah, D. J., & Meta Nursita, Khusnul Khuluqi, N. W. P. (2021). ETIKA PROFESI AKUNTANSI PROBLEMATIKA DI ERA KOMPETITIF. *Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2019/12), 179. <https://doi.org/10.33498/louu-2019-12-179>
- Nurkholis, N. (2020). Pengaruh Pendidikan, Pelatihan, Dan Pengalaman Terhadap Skeptisisme Profesional Auditor. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 4(2), 246–265. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2020.v4.i2.4376>
- Nurmala, R., & Purwanti, D. (2021). Pengaruh Etika Profesi dan Skeptisisme Profesional Auditor terhadap Ketepatan Pemberian Opini oleh Akuntan Publik pada Eksternal Auditor di Kantor Akuntan Publik Wilayah Tangerang Selatan. *Jurnal Neraca Peradaban*, 1.
- Oktafiani, S. P., AKUNTANSI, 154020156 PROGRAM STUDI, BISNIS, F. E. D., PASUNDAN, U., BANDUNG, & 2019. (2019). pengaruh risiko bisnis, non- debt tax shield dan tangibility asset terhadap struktur modal pada perusahaan sub sektor otomotif dan komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2013-2017. *Ekonomi Bisnis*, 1.
- Purwanto, N. (2019). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Teknodik*, 6115, 196–215. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>
- Satiman, & Suparmin. (2021). Pengaruh Skeptisisme Profesional, Independensi, Dan Pengalaman Auditor Terhadap Ketepatan Pemberian Opini Audit. *RJABM (Research Journal of Accounting and Business Management)*, 5(1), 1–16.
- Ullan, Uchi, R., Maulana, A., & Fahria, R. (2022). *THE EFFECT OF PROFESSIONAL SKEPTICISM , ETHICS AND COMPETENCE ON THE ACCURACY OF GIVING AN AUDIT OPINION*. 07(01), 95–112. <https://doi.org/10.20473/baki.v7i1.31908>

Wibawa, A. (2021). *PENGARUH SKEPTISISME PROFESIONAL, INDEPENDENSI, ETIKA PROFESI, KOMITMEN PROFESIONAL, DAN KEAHLIAN AUDITOR TERHADAP KETEPATAN PEMBERIAN OPINI AUDIT*. 1(69), 9–25.

Halaman Persetujuan Artikel dari Dosen Pembimbing

Artikel saya berjudul

Pengaruh Etika Profesi dan Skeptisisme Profesional terhadap Ketepatan Pemberian Opini oleh Auditor Eksternal (Studi Kasus KAP Gifar & Ambri)

Telah selesai dikoreksi dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk dipublikasikan.

	Tanda Tangan	Tanggal
Mahasiswa : Dzulfiqar Mahir Alzufar Molasnov		20 Agustus 2022
Dosen Pembimbing : Ridwan Zulpi Agha, S.E., M.Ak., CPIA		19 Agustus 2022

Analisis Dampak Sebelum dan Sesudah Berlakunya PSAK 72 pada Penjualan Bangunan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Subsektor Properti dan Real Estat yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020

Azzahra Mitsla Pradanti¹⁾, Utami Puji Lestari²⁾

¹⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: azzahra.mitslapradanti.ak18@mhs.pnj.ac.id, 16425, Depok, Indonesia

²⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: utami.lestari@akuntansi.pnj.ac.id, 16425, Depok, Indonesia

ABSTRACT

PSAK 72 officially enacted and replaces all previous standards used to recognize revenue in 2020. The purpose of this study was to analyze the impact before and after the enactment of PSAK 72 on building sales against the financial performance of property and real estate sub-sector companies. This type of study is quantitative descriptive comparative research with property and real estate sub-sector companies listed on IDX as the population. The results of this study indicate that PSAK 72 has an impact on building sales. The difference presented occurs due to differences in the timing of revenue recognition. The financial performance presented may be better or not due to differences in the settlement time of obligations and revenue recognition. However, the enactment of PSAK 72 makes the presentation of financial performance more transparent, making it easier for investors to make decisions.

Keywords: PSAK 72; Revenue Recognition; Building Sales; Financial Performance; Financial Ratios.

ABSTRAK

PSAK 72 resmi berlaku dan menggantikan seluruh standar sebelumnya yang digunakan untuk mengakui pendapatan pada tahun 2020. Penelitian ini bertujuan untuk melihat dampak sebelum dan sesudah berlakunya PSAK 72 pada penjualan bangunan terhadap kinerja keuangan subsektor properti dan real estat. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif komparatif dengan perusahaan subsektor properti dan real estat yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagai populasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PSAK 72 berdampak pada penjualan bangunan. Selisih yang disajikan terjadi akibat perbedaan waktu saat pengakuan pendapatan. Kinerja keuangan yang disajikan dapat lebih baik maupun tidak karena perbedaan waktu penyelesaian kewajiban serta pengakuan pendapatan. Namun berlakunya PSAK 72 membuat penyajian kinerja keuangan lebih transparan, sehingga memudahkan investor dalam mengambil keputusan.

Kata-Kata Kunci: PSAK 72; Pengakuan Pendapatan; Penjualan Bangunan; Kinerja Keuangan; Rasio Keuangan.

¹ Corresponding author. E-mail: someone@akuntansi.pnj.ac.id

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan di Indonesia umumnya membuat laporan keuangan agar dapat melihat bagaimana kondisinya. Dalam pelaporannya, pendapatan merupakan komponen yang tak bisa ditinggalkan karena baik peningkatan atau penurunannya dapat digunakan untuk menilai perusahaan di masa lalu dan ke depan (Qolbi, 2021). Apabila pendapatan tercatat lebih tinggi dari beban, maka perusahaan dinilai untung dan sebaliknya, jika pendapatan dinilai lebih kecil dari beban, maka perusahaan mengalami kerugian (Nurjanna, 2020).

Permasalahan utama yang sering terjadi dalam mencatat pendapatan yaitu pada saat pengakuan dan pengukurannya (Yulianti, 2021). Pengakuan pendapatan merupakan syarat berkenaan dengan transaksi, kapan dan bagaimana pendapatan tersebut timbul atau terbentuk (Aghogho, Kalangi, dan Kindangen, 2021). Kesalahan dalam mencatat pengakuan pendapatan akan menyebabkan laporan laba rugi yang tersaji menjadi tidak sesuai dengan jumlah yang diakui (Siddik, Morasa, dan Weku, 2021). Untuk mendapatkan laporan keuangan yang substansial, perlu tolok ukur yang harus terpenuhi dalam memilih pengakuan pendapatan (Tama dan Firmansyah, 2021).

Pada tahun 2020, mulai berlaku tiga pedoman baru yang dirilis pada tahun 2017, salah satunya adalah PSAK 72 tentang Pendapatan dari Kontrak dengan Pelanggan. Standar ini merupakan adopsi penuh dari International Financial Reporting Standard (IFRS) 15: *Revenue from Contracts with Customers* yang secara resmi menjadi standar tunggal untuk mengatur pengakuan pendapatan. PSAK 72 menggantikan seluruh standar terkait dengan pengakuan pendapatan yang sebelumnya, yaitu PSAK 23: Pendapatan, PSAK 34: Kontrak Kontruksi, PSAK 44: Akuntansi Aktivitas Pengembangan Real Estate, ISAK 10: Program Loyalitas Pelanggan, ISAK 21: Perjanjian Konstruksi Real Estat, dan ISAK 27: Pengalihan Aset Dari Pelanggan (IAI, 2017).

Menurut *International Accounting Standards Board* (IASB) perubahan standar ini akan memberikan dampak yang relatif besar pada sektor yang memiliki transaksi berupa kontrak jangka panjang dan produk gabungan, salah satunya adalah subsektor properti dan real estat (Veronica, Lestari, dan Metekohy, 2019). Dengan diberlakukannya PSAK 72 dinilai akan membebankan dan menjadi tantangan bagi subsektor properti dan real estat karena sebelum terjadinya proses serah terima unit, pendapatan tidak dapat diakui sekalipun biaya pengerjaan konstruksi dari pengembang telah dibayarkan (Khairunnisa, 2021). Hal ini dinilai akan memberikan dampak negatif pada penjualan bangunan terutama pada proyek berstruktur tinggi yang menghabiskan waktu lama dalam pembangunannya (Budhiman, 2020). Dengan permasalahan tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dampak sebelum dan sesudah berlakunya PSAK 72 pada penjualan bangunan perusahaan subsektor properti dan real estat.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Industri Properti dan Real Estat

Properti dan real estat merupakan salah satu subsektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 5 Tahun 1974 dalam pasal 6 ayat 1, industri real estat merupakan suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang penyediaan, pengadaan dan pematangan tanah bagi keperluan usaha-usaha industri, termasuk industri pariwisata, yang merupakan suatu lingkungan yang dilengkapi dengan prasarana-prasarana umum yang diperlukan. Menurut perkembangannya usaha tersebut dapat meliputi selain penyediaan tanahnya, juga bangunan-bangunan yang diperlukan oleh para pengusaha industri yang bersangkutan. Sedangkan pengertian properti dijelaskan dalam Surat Keputusan Menteri Negara Perumahan Rakyat Nomor: 06/KPTS/BPK4N/1995 pasal 1 ayat 4 sebagai tanah hak dan atau

bangunan permanen yang menjadi obyek pemilikan dan pembangunan. Dengan pengertian tersebut, industri properti dan real estat dapat diartikan sebagai perusahaan yang melakukan penjualan atau pemasaran atas kepemilikannya.

2.2 Pendapatan

Pendapatan ialah sirkulasi aset masuk yang terhubung menggunakan aliran fisis berupa pengalihan kepemilikan produk perusahaan (Rini, 2021). Dalam PSAK No. 23 paragraf 7 tertera bahwa pendapatan merupakan keuntungan yang masuk atas manfaat ekonomi yang berasal dari aktivitas utama perusahaan yang meningkatkan ekuitas, kecuali peningkatan yang bersumber dari kontribusi pemilik modal. Aktivitas yang dilakukan perusahaan tersebut dapat berupa penjualan produk, penghasilan jasa, bunga, penerimaan dividen, royalti, dan sewa. Aktivitas yang dilakukan industri properti dan real estat untuk menghasilkan pendapatan salah satunya adalah penjualan bangunan. Bangunan yang dimaksud dalam industri ini dapat berupa rumah tinggal, kondominium, apartemen, dan bangunan lainnya.

2.3 Standar Pengakuan Pendapatan

PSAK 72 merupakan standar akuntansi keuangan baru untuk mengakui pendapatan dari kontrak dengan pelanggan yang mulai berlaku sejak 1 Januari 2020. Dengan diberlakukannya PSAK 72, diharapkan informasi yang disediakan entitas tentang pendapatan dan arus kas dapat lebih berguna dalam hal sifat, jumlah, waktu dan ketidakpastiannya (Febriani, 2020). IAI menyatakan bahwa ruang lingkup pendapatan yang tertera dalam PSAK 72 dapat digunakan untuk semua kontrak dengan pelanggan, kecuali kontrak sewa, kontrak asuransi, instrumen keuangan dan hak atau kewajiban yang bersifat kontraktual, serta pertukaran non-moneter antara perusahaan dalam bisnis yang sama untuk melaksanakan penjualan dengan pelanggan atau pelanggan potensial (Khairunnisa, 2021). IAI (2017) menyebutkan bahwa standar pengakuan pendapatan yang baru mengharuskan perusahaan untuk menganalisis transaksi berdasarkan kontrak dengan lima tahapan, yaitu:

1. Mengidentifikasi kontrak dengan pelanggan
2. Mengidentifikasi kewajiban pelaksanaan yang terdapat dalam kontrak
3. Menentukan harga transaksi
4. Mengalokasikan harga transaksi ke kewajiban pelaksanaan dalam kontrak
5. Mengakui pendapatan ketika (atau selama) entitas menyelesaikan kewajiban pelaksanaan

2.4 Kinerja Keuangan

Menurut Casnila dan Nurfitriana (2020), kinerja keuangan merupakan pencapaian kerja yang dilakukan oleh perusahaan dan tersaji dalam laporan keuangan. Sedangkan menurut Orniati (2009), kinerja keuangan suatu perusahaan dapat diartikan sebagai prospek atau kinerja masa depan, pertumbuhan dan potensi perkembangan yang baik bagi perusahaan. Kinerja keuangan diukur dengan melakukan analisis dan penilaian atas laporan keuangan di masa lalu dan digunakan untuk memperkirakan posisi keuangan yang berisikan kinerja keuangan di masa depan (Putra, Darwis, dan Priandika, 2021).

Untuk mengetahui apakah kinerja perusahaan tersebut meningkat atau bahkan menurun, diperlukan alat analisis keuangan yang salah satunya adalah menggunakan rasio-rasio keuangan (Sofyan, 2019). Rasio keuangan merupakan hasil yang didapat dari perbandingan suatu angka dengan angka lainnya pada laporan keuangan (Harahap, 2016). Perbandingan angka tersebut dapat dilakukan antara satu komponen maupun antarkomponen yang berada dalam laporan keuangan (Kasmir, 2019). Analisis rasio keuangan yang dapat digunakan untuk menilai kondisi keuangan adalah rasio likuiditas, rasio solvabilitas, rasio profitabilitas, dan rasio aktivitas (Arsita, 2021).

Rasio likuiditas adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menuntaskan kewajiban jangka pendeknya (Harahap, 2016). Rasio likuiditas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa likuidnya suatu perusahaan (Kasmir, 2019). Rasio likuiditas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah rasio lancar, yaitu rasio yang mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang akan jatuh tempo pada saat penagihan keseluruhan (Kasmir, 2019). Rasio ini dipilih karena pengakuan pendapatan berkaitan dengan piutang dan liabilitas kontrak, dimana kedua akun tersebut termasuk ke dalam *current asset* dan untuk liabilitas kontraknya dapat berupa *current* maupun *non-current liability*, sehingga rasio ini merupakan rasio yang tepat untuk menilai kinerja keuangan setelah penerapan PSAK 72.

Rasio solvabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan perusahaan dalam membiayai kewajiban jangka panjang maupun kewajiban apabila perusahaan dilikuidasi (Harahap, 2016). Hasil penilaian rasio ini membedakan perusahaan menjadi *solvable*, yaitu perusahaan yang memiliki aset yang cukup untuk membayar liabilitas jangka panjangnya, dan sebaliknya yaitu *insolvable*. Rasio solvabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *debt to asset ratio* (DAR), yaitu rasio utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aset perusahaan (Kasmir, 2019). Rasio ini dipilih karena dapat menyajikan perbandingan antara total liabilitas dan total aset sehingga dapat diketahui apakah aset perusahaan cukup (*solvable*) atau tidak cukup (*insolvable*) untuk membayar semua liabilitasnya (Veronica et al., 2019).

Rasio aktivitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mengelola aset yang dimilikinya (Kasmir, 2019). Rasio aktivitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah perputaran total aset (TATO), yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur perputaran segala jenis aset yang dimiliki perusahaan serta mengukur jumlah penjualan yang diperoleh tiap rupiahnya (Kasmir, 2019). TATO dipilih karena dapat melihat seberapa efektif perputaran aset terhadap volume penjualan untuk memperoleh laba yang maksimal (Pongrangga, Dzulkirom, dan Saifi, 2015). Penelitian ini menggunakan penjualan bangunan untuk diteliti, sehingga rasio ini dapat digunakan sebagai penilai dalam kinerja keuangan.

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan (Kasmir, 2019). Rasio profitabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *net profit margin* (NPM), yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur laba bersih yang didapat terhadap pendapatan yang diperoleh dari penjualan (Kasmir, 2019). NPM dipilih karena dapat menunjukkan banyaknya laba yang dapat dihasilkan perusahaan dari setiap rupiah penjualan (Siregar, Rambe, dan Simatupang, 2021). Karena penelitian ini melihat dampak terhadap penjualan bangunan, maka rasio ini menjadi salah satu rasio yang tepat untuk menilai kinerja keuangan setelah PSAK 72.

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif komparatif. Metode kuantitatif digunakan karena penelitian ini meneliti data numerik berupa data dari laporan keuangan yang akan diuji dengan rasio. Sedangkan jika berdasarkan tujuannya, jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif komparatif karena bertujuan untuk menggambarkan dampak sebelum dan sesudah berlakunya standar baru yaitu PSAK 72.

3.2 Objek Penelitian

Penelitian dilakukan pada perusahaan subsektor properti dan real estat yang telah *listing* maksimal tahun 2020. Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan tahun 2020 yang sudah diaudit pada perusahaan subsektor properti dan real estat yang

terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Laporan keuangan tahun 2020 dijadikan objek penelitian karena perubahan standar pengakuan pendapatan mulai efektif berlaku pada tahun tersebut.

3.3 Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Metode ini dipilih karena sampel yang digunakan dalam penelitian ini akan melewati proses penyeleksian dengan kriteria yang sudah dipertimbangkan terlebih dahulu. Setelah melewati seleksi berdasarkan kriteria, dipilih lima perusahaan yang memiliki pendapatan bersih tertinggi. Berikut pada Tabel 3.1 merupakan perusahaan sampel yang digunakan dalam penelitian:

Tabel 3.1 Daftar Perusahaan Sampel

No	Kode	Nama Perusahaan	Pendapatan Bersih Tahun 2020 (dalam Rupiah)
1	CTRA	PT Ciputra Development	8.070.737.000.000
2	BSDE	PT Bumi Serpong Damai	6.180.589.086.059
3	SMRA	PT Summarecon Agung	5.029.984.099.000
4	APLN	PT Agung Podomoro Land	4.956.324.696.000
5	PWON	PT Pakuwon Jati	3.977.211.311.000

Sumber: data diolah

3.4 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kuantitatif yang menggunakan sumber data sekunder. Data kuantitatif yang digunakan berupa angka dalam laporan keuangan yang sudah dipublikasikan oleh perusahaan. Angka yang diambil berasal dari akun dalam laporan laba rugi khususnya akun pendapatan laporan posisi keuangan dan angka yang berhubungan dengan rasio yang akan diuji dan pada perusahaan subsektor properti dan real estat. Data ini bersumber dari pihak tertentu yaitu data yang sudah diolah dalam situs resmi BEI (www.idx.co.id).

3.5 Metode Pengumpulan Data Penelitian

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini adalah pengumpulan data melalui dokumentasi. Hal tersebut dikarenakan penelitian ini memanfaatkan catatan, transkrip, buku, koran, majalah, agenda, laporan, dan sejenisnya sebagai sumber data (Siyoto & Sodik, 2015). Sumber dokumentasi yang digunakan berupa laporan keuangan dan catatan atas laporan keuangan yang bersumber dari *website* resmi BEI.

3.6 Metode Analisis Data

Analisis data merupakan proses mengelompok dan menafsirkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, dan melakukan perhitungan (Sugiyono, 2017). Perhitungan tersebut dilakukan untuk menjawab rumusan masalah, dan menguji hipotesis yang telah diajukan. Terdapat sejumlah teknik analisis data yang harus dipilih oleh peneliti berdasarkan jenis datanya (Siyoto & Sodik, 2015). Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kuantitatif komparatif. Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini terbagi menjadi beberapa tahap, yaitu:

3.6.1 Analisis Ketika Pengumpulan Data

Pada tahap ini, dilakukan pengumpulan data sampel pada industri yang terdampak dengan perubahan standar yaitu PSAK 72. Dalam pengumpulan data, tahapan yang dilakukan sebagai berikut:

1. Mengumpulkan perusahaan real estat sub sektor properti dan real estat dengan batas *listing* pada tahun 2020 melalui website BEI yaitu www.idx.co.id, kemudian menarik laporan

keuangan yang sudah dipublikasi. Terdapat 77 perusahaan yang sudah *listing* hingga tahun 2020.

2. Setelah laporan keuangan terkumpul, dilanjutkan dengan menganalisis apakah sudah sesuai dengan kriteria yang telah disebutkan dalam pengambilan sampel.
3. Diambil lima perusahaan yang memiliki pendapatan bersih tertinggi untuk dijadikan sampel dalam penelitian.

3.6.2 Analisis Setelah Pengumpulan Data

Setelah melalui proses pengumpulan data, dilakukan analisis pada data dan perhitungan pendapatan yang sudah sesuai dengan standar terbaru yaitu PSAK 72, kemudian diujikan dengan rasio keuangan untuk melihat kinerja keuangan. Langkah yang dilakukan untuk melihat perubahan pendapatan setelah PSAK 72 adalah:

1. Langkah pertama, mendata jenis pendapatan kontrak dengan pelanggan yang terdapat pada perusahaan terkait dilihat dari laporan keuangan tahun 2020.
2. Kemudian menganalisis standar pengakuan pendapatan yang digunakan perusahaan sebelum berlakunya PSAK 72
3. Selanjutnya, dilakukan pengidentifikasian sesuai dengan prinsip pengakuan pendapatan yang ada pada PSAK 72, yaitu dengan menggunakan lima tahap pengakuan pendapatan.
4. Setelah itu, bandingkan hasil tersebut dengan tahun yang sama kemudian tafsirkan dalam bentuk analisis dampak sebelum dan sesudah berlakunya PSAK 72 untuk membuktikan hasil penelitian sebelumnya pada tahun 2018 saat penerapan.

Setelah dilakukan perbandingan pendapatan, dilanjutkan dengan penilaian kinerja keuangan dengan rasio keuangan dengan langkah sebagai berikut:

1. Langkah pertama, mencatat data dalam laporan keuangan perusahaan yang dibutuhkan untuk menghitung dengan rasio yang sudah dipilih yaitu rasio lancar, DAR, TATO dan NPM.
2. Selanjutnya, hitung sesuai dengan rumus rasio
3. Setelah didapatkan hasilnya, lakukan kembali dengan data perusahaan yang dibuat seolah belum menggunakan PSAK 72.
4. Kemudian bandingkan kedua hasil perhitungan rasio tersebut.
5. Langkah terakhir yaitu menafsirkan hasil perbandingan rasio tersebut dalam bentuk analisis dampak berlakunya PSAK 72 terhadap kinerja keuangan pada perusahaan real estat sub sektor properti dan real estat lalu menarik kesimpulan sebagai hasil dari penelitian.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Pengakuan Pendapatan Sebelum PSAK 72

Standar pengakuan pendapatan yang digunakan perusahaan subsektor properti dan real estat sebelum berlakunya PSAK 72 adalah PSAK 44. Pada PSAK 44, cara pengakuan pendapatan dilakukan dengan menggunakan metode yang berbeda-beda yaitu akrual penuh, persentase penyelesaian, dan pengakuan saat barang atau jasa sudah berada ditangan pembeli. Pengakuan pendapatan yang sebelumnya digunakan pada penjualan bangunan rumah, ruko dan bangunan sejenisnya adalah dengan metode akrual penuh, sedangkan untuk penjualan bangunan *high-rise* seperti apartemen, perkantoran, dan sejenisnya menggunakan persentase penyelesaian.

4.2 Pengakuan Pendapatan Sesuai PSAK 72

Berdasarkan PSAK 72, pengakuan pendapatan baru dapat dilakukan setelah melalui lima tahapan. Perusahaan perlu mengawalinya dengan pengidentifikasian kontrak dengan pelanggan, kemudian menentukan kewajiban pelaksanaan, lalu menentukan harga transaksi, dilanjutkan dengan mengalokasikan harga tersebut terhadap kewajiban pelaksanaan, barulah perusahaan dapat mengakui pendapatan. Berikut merupakan hasil analisis yang dilakukan sesuai PSAK 72.

1. Mengidentifikasi Kontrak dengan Pelanggan

Dalam PSAK 72 paragraf 09, tertera bahwa semua pihak yang terlibat sudah menyetujui kontrak dan berkomitmen dalam menjalankan kewajiban masing-masing, dapat menentukan hak dalam pengalihan barang atau jasa, mengetahui jangka pembayaran barang atau jasa yang dialihkan, mengetahui perubahan risiko, waktu, jumlah arus kas yang diakibatkan oleh kontrak, serta probabilitas dalam penagihan imbalan yang menjadi hak dalam pertukaran barang atau jasa saat pengalihan kepada pelanggan. Setelah dilakukan analisis pada CALK, kelima perusahaan yang termasuk dalam sampel sudah memenuhi kriteria yang disebutkan pada standar PSAK 72 untuk mengakui pendapatannya.

Dalam paragraf 17 PSAK 72, disebutkan bahwa kombinasi kontrak yang dilakukan perusahaan dapat tercipta apabila kombinasi dua atau lebih kontrak tersebut dapat disepakati pada waktu yang berdekatan atau dengan pelanggan yang sama. Namun untuk kontrak tunggal, harus memenuhi satu atau lebih kriteria yaitu kontrak tersebut dinegosiasikan sebagai suatu paket dengan komersial tunggal, pembayaran imbalannya bergantung pada harga atau terlaksana dari kontrak lain, dan barang atau jasa yang disebutkan dalam kontrak merupakan kewajiban pelaksanaan tunggal. Berdasarkan kriteria tersebut, penjualan bangunan beserta tanahnya merupakan kontrak gabungan yang dapat diidentifikasi sebagai kontrak tunggal, karena terlihat bahwa kontrak tersebut dinegosiasikan sebagai suatu paket komersial tunggal.

Kontrak yang tercatat dalam perusahaan terkadang memiliki durasi yang berubah, dapat dihentikan ataupun dilakukan modifikasi oleh salah satu pihak pada saat tertentu. Modifikasi dalam kontrak terjadi apabila terdapat dua kondisi pada PSAK 72 paragraf 18. Modifikasi kontrak tersebut dapat diidentifikasi sebagai kontrak terpisah apabila terdapat penambahan barang atau jasa yang dapat dibedakan dan jika harga kontrak meningkat akibat imbalan dengan harga jual berdiri sendiri. Jika kontrak dicatat sebagai kontrak terpisah akan menyebabkan kewajiban pelaksanaan terpenuhi secara terpisah pula. Pada penelitian ini, diasumsikan kelima sampel tidak melakukan modifikasi kontrak sampai akhir tahun 2020 sehingga pendapatan yang akan diteliti tetap tercatat sebagai kontrak tunggal.

2. Mengidentifikasi Kewajiban Pelaksanaan

Untuk melakukan pengidentifikasian kewajiban pelaksanaan, perusahaan perlu menilai barang atau jasa atau sepaket barang dan jasa yang tertulis dalam perjanjian kontrak baik itu yang dapat dibedakan, atau serangkaian barang atau jasa yang dibedakan secara substansial sama dan pola pengalihan kepada pelanggannya sama. Untuk barang atau jasa yang dapat dibedakan perlu memenuhi kriteria PSAK 72 paragraf 27. Penjualan bangunan pada kelima perusahaan sampel sudah termasuk dengan penjualan tanahnya, sehingga manfaat dari tanah dan bangunan tersebut tidak dapat terpisah. Hal tersebut tidak memenuhi kriteria pada paragraf 27, sehingga penjualan bangunan diidentifikasi sebagai kewajiban pelaksanaan tunggal.

Perusahaan dapat mengakui pendapatan ketika atau selama kewajiban pelaksanaannya terpenuhi dengan melakukan pengalihan kendali barang atau jasa yang dijanjikan kepada pelanggan baik sepanjang waktu atau pada waktu tertentu. Untuk kewajiban pelaksanaan yang diakui sepanjang waktu, harus memenuhi salah satu kriteria dalam PSAK 72 paragraf 35. Jika tidak dapat memenuhi satupun kriteria tersebut, maka perusahaan memenuhi kewajiban tersebut pada waktu tertentu, yaitu pada saat pelanggan memperoleh pengendalian aset. Pendapatan dari penjualan bangunan dapat terpenuhi pada waktu tertentu karena tidak memenuhi seluruh kriteria yang terdapat pada PSAK 72 paragraf 35.

3. Menentukan Harga Transaksi

Harga transaksi merupakan imbalan yang perlu ditinjau dan akan dihitung menjadi hak perusahaan saat pengalihan barang atau jasa yang dijanjikan kepada pelanggan. Dalam menentukan harga transaksi, terdapat syarat yang perlu dipertimbangkan sesuai dengan kontrak dan praktik bisnis umum perusahaan. Pada penelitian ini, diasumsikan bahwa kelima perusahaan sampel menentukan harga transaksi dan mengalihkan barang atau jasa kepada pelanggan sesuai dengan perjanjian kontrak dan praktik bisnis umum yang dilakukan perusahaan.

4. Mengalokasikan Harga Transaksi ke Kewajiban Pelaksanaan Kontrak

Pada PSAK 72 paragraf 73, dinyatakan bahwa perusahaan mengalokasikan harga transaksi pada setiap kewajiban pelaksanaan dalam jumlah imbalan yang diperkirakan menjadi hak perusahaan dalam pertukaran untuk mengalihkan barang atau jasa. Untuk itu, perusahaan perlu melakukan alokasi harga transaksi dengan menggunakan dasar harga jual berdiri sendiri, namun tidak dapat diterapkan apabila perusahaan hanya memiliki satu kewajiban pelaksanaan. Penjualan bangunan dari kelima sampel merupakan kontrak tunggal dengan kewajiban pelaksanaan yang tidak dapat dibedakan karena telah diidentifikasi hanya memiliki satu kewajiban pelaksanaan.

5. Mengakui Pendapatan

Setelah keempat tahap dalam five step model PSAK 72 terpenuhi, perusahaan dapat mengakui pendapatan yang diterima. Berdasarkan tahap kedua, pengakuan pendapatan dari penjualan bangunan dapat dilakukan pada saat tertentu, yaitu saat perusahaan memenuhi kewajibannya dan pelanggan telah memperoleh pengendalian aset yang dijanjikan. Setelah menganalisis CALK kelima perusahaan sampel, terdapat pendapatan yang sudah dapat diakui maupun yang masih belum dapat diakui. Berikut pada Tabel 4.1 merupakan rincian perubahan yang diberikan perusahaan setelah menerapkan PSAK 72 pada laporan keuangan tahun 2020.

Tabel 4.1 Rincian Perubahan Pendapatan pada Penjualan Bangunan Sampel

Nama Perusahaan	Sebelum PSAK 72	Perubahan	Setelah PSAK 72
PT Ciputra Development	6.248.443.000.000	348.008.000.000	6.596.451.000.000
PT Bumi Serpong Damai	4.510.814.113.380	445.798.611.382	4.956.612.724.762
PT Summarecon Agung	3.792.511.434.000	(122.609.333.000)	3.669.902.101.000
PT Agung Podomoro Land	5.229.710.308.000	(1.317.306.875.000)	3.912.403.433.000
PT Pakuwon Jati	1.717.713.963.000	(40.687.899.000)	1.677.026.064.000

Sumber: Data diolah

Pada Tabel 4.2 terlampir jumlah pendapatan dari penjualan bangunan kelima perusahaan sampel atas PSAK 72 yang dibandingkan dengan sebelum berlakunya standar tersebut. Nilai penjualan yang terdapat dalam tabel tersebut dengan rinci telah dijabarkan pada CALK perusahaan sampel. Dalam Tabel 4.2 terlihat kenaikan dan penurunan yang disajikan setelah perusahaan menerapkan PSAK 72. Pada PT Ciputra Development terdapat peningkatan sebesar Rp348.008.000.000 yang tercatat dalam penyesuaian pendapatan dari kontrak dengan pelanggan perusahaan. Peningkatan disebabkan oleh terpenuhinya kewajiban pelaksanaan yang dilakukan perusahaan, sehingga pendapatan yang diterima PT Ciputra Development sudah dapat diakui. PT Bumi Serpong Damai juga mengalami peningkatan sebesar Rp445.798.611.382 atas pengakuan kontrak terhadap pelanggan yang belum diselesaikan pada tahun sebelumnya.

Sedangkan hal sebaliknya terjadi pada PT Summarecon Agung, PT Agung Podomoro Land, dan PT Pakuwon Jati. PT Summarecon Agung mengalami penurunan sebesar Rp122.609.333.000 sesuai dengan koreksi pendapatan yang terjadi setelah penerapan PSAK 72. Setelah dianalisis lebih lanjut, penurunan tersebut terjadi akibat belum terselesaikannya kewajiban pelaksanaan yang dilakukan perusahaan, sehingga pendapatan tersebut belum dapat diakui. PT Agung Podomoro Land juga mengalami penurunan yang signifikan sebesar Rp1.317.306.875.000,

karena pendapatan dari penjualan bangunan yang sebelumnya diakui menggunakan metode persentase penyelesaian, sehingga pendapatan tersebut belum dapat diakui sesuai dengan PSAK 72. Kemudian pada PT Pakuwon Jati, terjadi penurunan sebesar Rp40.687.899.000 dengan rincian penjualan kondominium dan perkantoran yang sudah selesai sebesar Rp342.688.454.000 dan masih dalam proses pembangunan sebesar Rp383.376.753.000, sehingga selisih yang didapat menjadi penurunan pada pendapatan.

4.3 Pengukuran Kinerja Keuangan dengan Rasio Keuangan

Setelah menganalisis pengakuan pendapatan berdasarkan PSAK 72, dilakukan analisis pada kinerja keuangan kelima sampel berdasarkan sebelum dan sesudah berlakunya standar tersebut. Penilaian kinerja keuangan yang digunakan pada penelitian ini menggunakan empat rasio keuangan. Perhitungan dilakukan untuk menilai kinerja keuangan perusahaan saat sebelum dan sesudah berlakunya PSAK 72. Data keuangan yang digunakan berasal dari laporan keuangan masing-masing perusahaan sampel tahun 2020 dan perhitungan pendapatan yang dilakukan pada tahap kelima. Berikut pada tabel 4.2 merupakan hasil perhitungan rasio keuangan.

Tabel 4.2 Hasil Perhitungan Rasio Keuangan

Nama Perusahaan	Rasio	Sebelum PSAK 72	Sesudah PSAK 72
PT Ciputra Development	<i>Current Ratio</i>	1,762	1,778
	<i>Debt To Asset Ratio</i>	55,8%	55,5%
	<i>Total Asset Turnover</i>	15,9%	16,8%
	<i>Net Profit Margin</i>	18,1%	20,8%
PT Bumi Serpong Damai	<i>Current Ratio</i>	2,285	2,370
	<i>Debt To Asset Ratio</i>	94,6%	93,0%
	<i>Total Asset Turnover</i>	7,4%	8,1%
	<i>Net Profit Margin</i>	0,9%	9,8%
PT Summarecon Agung	<i>Current Ratio</i>	1,449	1,422
	<i>Debt To Asset Ratio</i>	62,9%	63,5%
	<i>Total Asset Turnover</i>	15,2%	14,7%
	<i>Net Profit Margin</i>	9,7%	6,7%
PT Agung Podomoro Land	<i>Current Ratio</i>	2,412	1,896
	<i>Debt To Asset Ratio</i>	62,9%	63,5%
	<i>Total Asset Turnover</i>	17,2%	12,9%
	<i>Net Profit Margin</i>	28,6%	4,6%
PT Pakuwon Jati	<i>Current Ratio</i>	2,000	1,981
	<i>Debt To Asset Ratio</i>	33,3%	33,5%
	<i>Total Asset Turnover</i>	6,5%	6,3%
	<i>Net Profit Margin</i>	67,5%	66,7%

Sumber: Data diolah

Pada Tabel 4.2 ditunjukkan hasil perhitungan rasio keuangan yang sudah dilakukan kepada kelima sampel. Hasil menunjukkan adanya perubahan nilai pada kelima perusahaan. Untuk perusahaan yang mengalami peningkatan *current ratio*, yaitu PT Ciputra Development dan PT Bumi Serpong Damai yang disebabkan oleh turunnya liabilitas kontrak yang dimiliki perusahaan karena perusahaan sudah menyelesaikan kewajiban dalam menjual bangunan. Untuk perusahaan

yang mengalami penurunan *current ratio*, yaitu PT Summarecon Agung, PT Agung Podomoro, dan PT Pakuwon Jati, disebabkan oleh naiknya liabilitas perusahaan karena perusahaan tersebut belum menyelesaikan penjualan bangunannya.

Untuk perhitungan *debt to asset ratio*, terjadi peningkatan pada PT Summarecon Agung, PT Agung Podomoro, dan PT Pakuwon Jati. Peningkatan tersebut disebabkan oleh naiknya liabilitas kontrak perusahaan karena belum menyelesaikan kewajiban untuk mengakui pendapatan. Sedangkan penurunan rasio terjadi pada PT Ciputra Development dan PT Bumi Serpong Damai, Penurunan disebabkan oleh berkurangnya liabilitas kontrak yang telah dilakukan perusahaan dan pendapatan dapat diakui. Peningkatan dan penurunan *debt to asset ratio* memiliki arti yang berbanding terbalik. Penurunan justru menampilkan kemampuan perusahaan dalam menutupi liabilitas dengan aset yang dimilikinya.

Pada perhitungan aktivitas dengan rasio TATO, peningkatan terjadi pada PT Ciputra Development dan PT Bumi Serpong Damai karena naiknya jumlah pendapatan yang diakui setelah perusahaan menyelesaikan penjualannya. Sedangkan Penurunan rasio TATO terjadi pada PT Summarecon Agung, PT Agung Podomoro, dan PT Pakuwon Jati karena perusahaan menghapuskan penjualan yang tidak dapat diakui sesuai dengan PSAK 72. Hasil yang ditunjukkan lebih baik saat perusahaan selesai melakukan penjualannya.

Pada perhitungan NPM, PT Ciputra Development dan PT Bumi Serpong Damai mengalami peningkatan karena perusahaan berhasil menyelesaikan kewajiban yang sebelumnya tertunda dan mengakui pendapatan dari penjualan bangunan. Sedangkan penurunan terjadi pada PT Summarecon Agung, PT Agung Podomoro, dan PT Pakuwon Jati. Perubahan disebabkan adanya penyesuaian pada pendapatan dari penjualan bangunan sesuai dengan PSAK 72. Peningkatan pada NPM menunjukkan bahwa perusahaan berkemampuan dalam menghasilkan laba dari penjualannya.

5. KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan terhadap kinerja keuangan pada perusahaan subsektor properti dan real estat, perubahan standar yang digunakan pada pengakuan pendapatan menjadi PSAK 72 dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dengan berlakunya PSAK 72 memberikan dampak pada perusahaan yang melakukan penjualan bangunan berstruktur tinggi seperti apartemen, perkantoran dan gedung sejenis lainnya yang belum selesai pengerjaannya. Untuk penjualan bangunan rumah, ruko, dan jenis bangunan lainnya beserta kaveling tidak mengalami dampak kecuali bangunan tersebut masih belum selesai dikerjakan pada akhir periode laporan keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa penjualan bangunan yang dilakukan sesudah berlakunya PSAK 72 cenderung sama, hanya berbeda pada lambatnya waktu pengakuan pendapatan yang dilakukan oleh perusahaan.
2. Peningkatan *current ratio* dialami oleh perusahaan yang menyelesaikan penjualan/kontraknya, sedangkan penurunannya terjadi saat perusahaan mengalami kenaikan kontrak karena belum terselesaikan. *Current ratio* terlihat lebih baik saat mengalami peningkatan setelah berlakunya PSAK 72.
3. Peningkatan pada *debt to asset ratio* dialami oleh perusahaan yang tertunda kewajibannya, sedangkan penurunannya terjadi saat perusahaan melakukan pelunasan kewajiban pada periode sebelumnya. *Debt to asset ratio* yang ditunjukkan lebih baik saat terjadi penurunan setelah berlakunya PSAK 72.
4. Peningkatan *total asset turnover ratio* dialami perusahaan yang sudah dapat mengakui penjualannya, sedangkan penurunannya dialami oleh perusahaan yang terhambat saat

mengakui pendapatan dari penjualan. Setelah berlakunya PSAK 72, *total asset turnover ratio* yang ditunjukkan lebih baik saat terjadi peningkatan.

5. Peningkatan *net profit margin ratio* dialami oleh perusahaan yang sudah mengakui pendapatan, sedangkan penurunan dialami oleh perusahaan yang tidak dapat mengakui pendapatan. Setelah berlakunya PSAK 72, *net profit margin ratio* yang ditunjukkan lebih baik saat peningkatan.
6. Perubahan pada rasio dapat menyebabkan kinerja keuangan yang disajikan pada laporan keuangan menurun. Namun jika dilihat secara langsung, penerapan PSAK 72 sebagai standar baru justru membuat laporan keuangan menjadi lebih transparan karena pengakuan pendapatan yang dilakukan menggambarkan situasi sebenarnya dalam perusahaan.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Untuk perusahaan subsektor properti dan real estat, saat melakukan penjualan bangunan atau pendapatan dari kontrak dengan pelanggan lain yang terdampak, perusahaan disarankan dapat dengan cepat menyelesaikan kewajiban untuk menghindari telatnya pengakuan pendapatan. Perusahaan yang memfokuskan dalam penjualan bangunan sebaiknya memperbanyak kontrak penjualan bangunan dengan struktur kecil seperti rumah, ruko dan sejenisnya. Hal ini dianjurkan karena setelah diteliti lebih lanjut, penjualan bangunan dengan struktur kecil dapat cepat diselesaikan sehingga pendapatannya dapat lebih cepat diakui. Selain itu perusahaan juga dapat menambahkan pendapatan dengan jenis lain agar pendapatan yang diakui bisa lebih tinggi dan meningkatkan kinerja keuangan.
2. Untuk penelitian berikutnya, diharapkan untuk melakukan penelitian pada sektor dengan variasi pendapatan yang berbeda agar terlihat dampak keseluruhan yang diberikan PSAK 72, menggunakan jenis pendapatan kontrak yang sekiranya terdampak PSAK 72 seperti pendapatan jasa/barang lain yang memerlukan waktu untuk sampai ke pelanggan, serta diharapkan dapat melihat dampak berlakunya PSAK 72 terhadap aspek lain seperti perpajakan.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Aghogho, M. M., Kalangi, L., & Kindangen, W. D. (2021). Evaluasi Penerapan PSAK No.72 Atas Pengakuan dan Pengukuran Pendapatan pada PT Bitung Cemerlang. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(1), 1003–1010.
<https://doi.org/10.35794/emba.v9i1.32665>
- Arsita, Y. (2021). Analisis Rasio Keuangan Untuk Mengukur Kinerja Keuangan Pt Sentul City, Tbk. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2(1), 152–167.
- Budhiman, I. (2020). *Berita Ekonomi dan Bisnis*. Ekonomi.Bisnis.Com. Diakses Pada 23 April 2022.
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20200225/47/1205564/emiten-properti-khawatirkan-dampak-penerapan-psak-72>
- Casnila, I., & Nurfitriana, A. (2020). Analisis Dampak Kinerja Keuangan Sebelum dan Sesudah Penerapan PSAK 72 Pada Perusahaan Telekomunikasi yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Riset Akuntansi Dan Perbankan*, 14(1), 220–240.
- Febriani, D. P. (2020). *Dampak Pengakuan Pendapatan Berdasarkan PSAK 72 Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Real Estat*.
- Harahap, S. S. (2016). *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- IAI. (2017). *PSAK 72 Pendapatan dari Kontrak dengan Pelanggan*. IAI Global.
<http://www.iaiglobal.or.id/v03/standar-akuntansi-keuangan/pernyataan-sak-83-psak-72-pendapatan-dari-kontrak-dengan-pelanggan>
- Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan Edisi Revisi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Keputusan Menteri Negara Perumahan Rakyat Nomor: 06/KPTS/BPK4N/1995 tentang Pedoman Pembuatan Akta Pendirian, Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Perhimpunan Penghuni Rumah Susun.* (n.d.).
- Khairunnisa, N. H. (2021). Analisis Komparatif Dampak Penerapan PSAK 72 Terhadap Kinerja Keuangan Menggunakan Economic Value Added (EVA) Pada Perusahaan Subsektor Properti dan Real Estat yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2019. In *Politeknik Negeri Jakarta*.
- Nurjanna. (2020). Pengakuan dan Pengukuran Pendapatan Berdasarkan Psak No. 23 Pada Kalla Toyota Makassar. *PAY Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 2507(February), 1–9.
- Orniati, Y. (2009). Laporan Keuangan sebagai Alat untuk Menilai Kinerja Keuangan. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 14(03), 206.
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 5 Tahun 1974 tentang Ketentuan-Ketentuan Mengenai Penyediaan dan Pemberian Tanah untuk Keperluan Perusahaan.* (n.d.).
- Pongrangga, R. A., Dzulkirom, M., & Saifi, M. (2015). Pengaruh Current Ratio, Total Asset Turnover Dan Debt To Equity Ratio Terhadap Return On Equity (Studi pada Perusahaan Sub Sektor Property dan Real Estate yang Terdaftar di BEI periode 2011-2014). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 25(2), 1–8.
- Putra, M. W., Darwis, D., & Priandika, A. T. (2021). Pengukuran Kinerja Keuangan Menggunakan Analisis Rasio Keuangan Sebagai Dasar Penilaian Kinerja Keuangan (Studi Kasus: Cv Sumber Makmur Abadi Lampung Tengah). *Jurnal Ilmiah Sistem ...*, 1(1), 48–59.
<http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/jimasia/article/view/889>
- Qolbi, B. A. (2021). *Analisis Dampak Sebelum dan Sesudah Penerapan PSAK 72 Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Perindustrian yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)*.
- Rini, P. (2021). Analisis Pengaruh Pengakuan Pendapatan pada Perhitungan Akuntansi. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(April), 62–71.
- Siddik, A. S. A., Morasa, J., & Weku, P. (2021). Analisis Pengakuan dan Pengukuran Pendapatan Berdasarkan PSAK No . 72 pada Swiss Bellhotel Maleosan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(72), 999–1007.
- Siregar, Q. R., Rambe, R., & Simatupang, J. (2021). Pengaruh Debt to Equity Ratio, Net Profit Margin dan Return On Equity Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)*, 2(1), 17–31.
- Siyoto, D. S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metode Penelitian*. Sleman: Literasi Media Publishing.
- Sofyan, M. (2019). Rasio Keuangan Untuk Menilai Kinerja Keuangan. *Jurnal WIGA*, 17(2), 115–121.
- Sugiyono, D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tama, S. B., & Firmansyah, A. (2021). Perbedaan Perlakuan Pendapatan dari Kontrak Dengan Pelanggan Sebelum Dan Sesudah Penerapan PSAK 72 di Indonesia. *Bilancia: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 5(3), 270–280.
- Veronica, Lestari, U. P., & Metekohe, E. Y. (2019). Analisis Dampak Penerapan Pengakuan Pendapatan Berdasarkan PSAK 72 Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Real Estat di Indonesia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 10(1), 965–973. www.idx.co.id.
- Wisnantiasri, S. N. (2018). Pengaruh PSAK 72: Pendapatan dari Kontrak dengan Pelanggan terhadap Shareholder Value (Studi pada Perusahaan Sektor Property, Real Estate and Building Construction). *Widyakala Journal*, 5(1), 60–65.
- Yulianti, R. E. (2021). *Analisis Dampak Penerapan PSAK 72 Atas Pengakuan Pendapatan Penjualan Ekspor Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan LQ45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019 (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi)*.

Analisis Pengaruh Kondisi Keuangan dan Kebijakan Insentif Pajak terhadap Kepatuhan Perpajakan UMKM Jak Preneur di Wilayah Kecamatan Kalideres pada Masa Pandemi Tahun 2020-2021

Nia Alawiyah¹⁾, Hayati Fatimah²⁾

¹⁾ Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: nia.alawiyah.ak18@mhs.w.pnj.ac.id

²⁾ Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: hayati.fatimah@akuntansi.pnj.ac.id

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic has caused an economic downturn in Indonesia. This resulted in a drastic reduction in state tax revenues in 2020. The MSMEs sector in Indonesia, which plays a major role in Gross Domestic Circulation (GDP) is also experiencing poor financial conditions due to the pandemic. The government seeks to help MSMEs by issuing tax incentive policies. Therefore, a study was conducted to determine the effect of financial conditions and tax incentive policies on MSMEs tax compliance. The population of this research is the Jak Preneur MSMEs in the Kalideres District, West Jakarta Administration City with 50 entrepreneurs and the number of research samples as many as 44 respondents. This study uses quantitative methods and multiple linear regression analysis techniques. The results of this study are financial conditions have no significant effect on MSMEs tax compliance. Meanwhile, the tax incentive policy has a significant effect on MSMEs tax compliance. The results of this study also show that financial conditions and tax incentive policies simultaneously have a significant effect on MSMEs tax compliance.

Keywords: *Covid-19 Pandemic, Financial Conditions, Tax Incentive Policies, Tax Compliance.*

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 telah membuat kemerosotan ekonomi di Indonesia. Hal tersebut membuat penerimaan pajak negara berkurang drastis di Tahun 2020. Sektor UMKM di Indonesia yang berperan besar dalam Peredaran Domestik Bruto (PDB) juga mengalami kondisi keuangan yang buruk akibat pandemi. Pemerintah berupaya membantu UMKM dengan mengeluarkan kebijakan insentif pajak. Oleh karena itu dilakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh kondisi keuangan dan kebijakan insentif pajak terhadap kepatuhan perpajakan UMKM. Populasi penelitian ini adalah UMKM Jak Preneur di wilayah Kecamatan Kalideres Kota Administrasi Jakarta Barat sebanyak 50 wirausaha dan jumlah sampel penelitian sebanyak 44 responden. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini adalah kondisi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan perpajakan UMKM. Sedangkan kebijakan insentif pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan perpajakan UMKM. Hasil penelitian ini juga menunjukkan kondisi keuangan dan kebijakan insentif pajak secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan perpajakan UMKM.

Kata-Kata Kunci: Pandemi Covid-19, Kondisi Keuangan, Kebijakan Insentif Pajak, Kepatuhan Perpajakan

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pajak adalah kontribusi wajib dari warga negara maupun badan usaha. Pada tahun 2018 diketahui bahwa *tax ratio* Indonesia hanya sebesar 11,5%, artinya dari total kegiatan ekonomi di Indonesia hanya 11,5% porsi pajak yang dipungut negara. Hal tersebut juga menunjukkan tingkat kepatuhan masyarakat dalam membayar pajak belum sesuai harapan. Keadaan kemudian bertambah buruk ketika pandemi Covid-19 melanda Indonesia sejak Maret 2020. Pemerintah berupaya mencegah penyebaran virus Covid-19 di Indonesia dengan mengeluarkan kebijakan pembatasan sosial. Kegiatan pembatasan sosial ternyata menyebabkan penurunan sektor ekonomi dan penurunan kemampuan masyarakat untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Pada bulan Mei 2020 penerimaan pajak mengalami penurunan 10,82% (Riyanti & Sudarmawanti, 2022). Salah satu sektor penting dalam ekonomi Indonesia yang paling terdampak akibat pandemi adalah sektor UMKM. Pandemi menyebabkan sebagian besar pelaku UMKM mengalami penurunan pendapatan dari penjualan, sehingga kondisi keuangan UMKM juga ikut menurun (Pakpahan, 2020). Kondisi keuangan merupakan kemampuan finansial seseorang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya berdasarkan pendapatannya. Menurut Ardayanti & Jati (2019) seseorang dalam memenuhi kewajiban perpajakannya dipengaruhi oleh keadaan keuangannya. Selama pandemi Covid-19 kondisi keuangan cenderung menurun sehingga wajib pajak UMKM berpotensi untuk tidak memenuhi kewajiban perpajakannya.

Kemenkop UKM menyatakan bahwa penyumbang terbesar Produk Domestik Bruto di Indonesia adalah sektor UMKM. Sangat penting bagi pemerintah Indonesia untuk menjaga kelangsungan ekonomi UMKM pada masa pandemi (Sitinduan & Bandiyono, 2021). Salah satu upaya pemerintah untuk mengatasi penurunan ekonomi UMKM akibat pandemi adalah dengan mengeluarkan kebijakan insentif pajak. Adanya insentif pajak diharapkan mampu membantu ekonomi UMKM dan menjaga kepatuhan UMKM saat pandemi. Wajib pajak UMKM yang memanfaatkan insentif pajak tidak perlu membayarkan pajak terhutangnya karena telah ditanggung oleh pemerintah melalui APBN (Rahmawati & Apriliasari, 2021). Insentif pajak UMKM berlaku bagi wajib pajak yang telah terkonfirmasi sebagai wajib pajak penghasilan sesuai Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018. Wajib pajak UMKM yang memanfaatkan insentif pajak ditanggung pemerintah berkewajiban untuk melaporkan realisasi insentifnya setiap tanggal 20 bulan berikutnya (Lahay, Kantohe & Marunduh, 2022). Kebijakan insentif pajak UMKM mulai berlaku pada bulan April 2020 hingga Desember 2021, namun serapan insentif pajak UMKM pada dua tahun tersebut masih tergolong rendah hal tersebut disebabkan karena kondisi perekonomian yang masih lemah dan kurangnya kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajibannya sebagai penerima manfaat insentif dalam melaporkan realisasi insentif pajak.

Berdasarkan latar belakang masalah mengenai kepatuhan perpajakan UMKM selama pandemi dan keterkaitannya dengan kondisi keuangan serta kebijakan insentif pajak yang diberikan pemerintah, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian skripsi mengenai pengaruh kondisi keuangan dan kebijakan insentif pajak terhadap kepatuhan perpajakan UMKM pada masa pandemi. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah objek penelitiannya yaitu UMKM Jak Preneur. Wilayah Kecamatan Kalideres dipilih sebagai populasi UMKM dalam penelitian ini karena merupakan kecamatan dengan luas wilayah terbesar di Jakarta Barat. Periode 2020-2021 digunakan karena tahun tersebut adalah masa puncaknya pandemi dan periode diberlakukannya insentif pajak UMKM.

1.2 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan penjelasan latar belakang masalah penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya, penelitian ini memiliki tujuan yaitu:

1. Menganalisis pengaruh kondisi keuangan terhadap kepatuhan perpajakan UMKM.
2. Menganalisis pengaruh kebijakan insentif pajak terhadap kepatuhan perpajakan UMKM.
3. Menganalisis pengaruh kondisi keuangan dan kebijakan insentif pajak terhadap kepatuhan perpajakan UMKM.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pajak atas Penghasilan Wajib Pajak Pelaku Usaha dengan Peredaran Bruto Tertentu

Pajak atas penghasilan wajib pajak pelaku usaha dengan peredaran bruto tertentu termasuk pajak penghasilan final. Pajak penghasilan final tidak dapat dikurangkan dari total pajak penghasilan terhutang pada akhir tahun pajak karena pengenaan pajaknya telah berakhir. Objek pajak ini adalah peredaran bruto yang diterima wajib pajak pelaku usaha yang jumlahnya kurang dari 4,8 miliar rupiah dalam satu tahun pajak. Peredaran bruto yang menjadi dasar pengenaan pajak ini adalah imbalan atau nilai pengganti berupa uang yang diterima pelaku usaha sebelum dikurangi oleh potongan penjualan, potongan tunai, dan/atau potongan lainnya (Resmi, 2019). Adapun tarif pajak atas penghasilan ini adalah sebesar 0,5% dari peredaran bruto sebulan sebagaimana dijelaskan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018.

2.2 Kondisi Keuangan

Kondisi keuangan adalah kemampuan seseorang dalam pemenuhan seluruh kebutuhan hidupnya (Hendrawati, Pramudianti & Abidin, 2021). Orang yang mampu memenuhi kebutuhan primer, sekunder, dan tersiernya dengan pendapatannya sendiri tanpa mendapatkan bantuan dari pihak luar maka dapat dikatakan memiliki kondisi keuangan yang sangat baik. Kondisi keuangan seseorang memiliki pengaruh terhadap hubungan antar sikap dan perilaku kepatuhan seseorang (Marlyna, Mareta & Yufantria 2022). Penurunan kondisi keuangan seseorang akan mempengaruhi perilakunya dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

2.3 Kebijakan Insentif Pajak

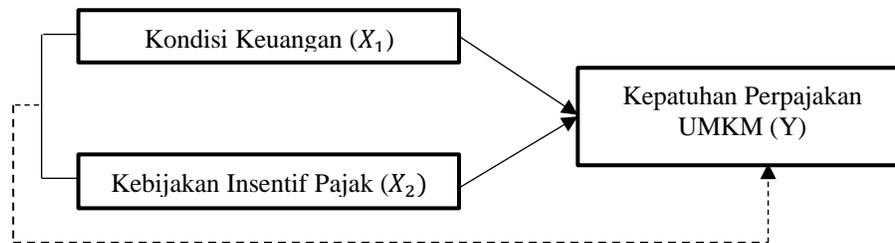
Kebijakan insentif pajak adalah salah satu bentuk keringanan dan sarana yang diberikan oleh pemerintah kepada wajib pajak yang memiliki tujuan untuk mengurangi jumlah beban pajak yang disetorkan ke negara (Indahsari & Fitriandi, 2021). Insentif pajak dapat bermacam-macam bentuknya, salah satu diantaranya adalah pengecualian pajak yaitu pajak terhutangnya ditanggung oleh pemerintah melalui APBN. Kebijakan pajak ditanggung pemerintah tersebut diterapkan pemerintah terhadap UMKM yang terdampak pandemi Covid-19. Wajib pajak UMKM yang berhak memanfaatkan insentif harus memiliki Surat Keterangan sebagai wajib pajak yang dikenakan tarif sesuai PP 23/2018 dan menyampaikan laporan realisasi insentif PPh final PP 23/2018 setiap masa pajak paling lambat tanggal 20 bulan berikutnya setelah masa pajak berakhir (Rahmawati & Apriliasari, 2021). Pemanfaatan kebijakan insentif bagi pelaku UMKM dilakukan secara daring. Mulai dari proses pengajuan sampai dengan pelaporan realisasi insentif dapat dilakukan melalui laman resmi www.pajak.go.id.

2.4 Kepatuhan Perpajakan

Menurut Safitri (2021) kepatuhan perpajakan merupakan kesadaran wajib pajak terhadap kewajiban pajaknya yang harus diselesaikan dengan suka rela atau tanpa paksaan dan dituntaskan dengan benar serta tepat waktu sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku. Secara sederhana kepatuhan perpajakan seseorang dimulai ketika seseorang yang telah berpenghasilan mendaftarkan dirinya sebagai wajib pajak. Saat wajib pajak telah terdaftar dan memiliki NPWP maka berkewajiban untuk melakukan penyetoran dan pelaporan pajak. Kepatuhan pajak menurut Pradnyani & Utthaviv (2020) terbagi dua yaitu kepatuhan formal dan kepatuhan material. Kepatuhan formal adalah kondisi ketika wajib pajak telah memenuhi kewajiban pajaknya sesuai ketentuan yang berlaku, contohnya adalah ketepatan waktu dalam menyetorkan dan melaporkan pajak serta ketepatan dalam jumlah pajak yang disetorkan. Kepatuhan pajak material adalah kondisi wajib pajak secara substansial sesuai ketentuan perpajakan seperti bersedia untuk memberikan informasi perpajakan jika diperlukan dan bersikap kooperatif saat melakukan proses administrasi perpajakan.

2.5 Kerangka Pemikiran

Berikut ini adalah model analisis pada kerangka pemikiran yang menjadi gambaran mengenai hubungan antar variabel-variabel yang diteliti:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Data diolah

Keterangan:

- > : Secara Parsial
- - - - -> : Secara Simultan

2.6 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran yang menggunakan dua variabel independen yaitu kondisi keuangan (X_1), kebijakan insentif pajak (X_2), dan satu variabel dependen kepatuhan perpajakan UMKM (Y) dapat dibuat tiga hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₁: Kondisi keuangan berpengaruh terhadap kepatuhan perpajakan UMKM.

H₂: Kebijakan insentif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan perpajakan UMKM.

H₃: Kondisi keuangan dan kebijakan insentif pajak berpengaruh secara simultan terhadap kepatuhan perpajakan UMKM.

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, datanya dikumpulkan dengan instrumen penelitian, dan analisis datanya bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah dibuat (Darna & Herlina, 2018). Hipotesis pada

penelitian ini digunakan untuk mengetahui hubungan variabel kondisi keuangan (X_1) dan kebijakan insentif pajak (X_2) terhadap kepatuhan perpajakan UMKM (Y).

3.2 Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini merupakan UMKM yang menjadi binaan program Pemerintah Provinsi DKI Jakarta yaitu Jak Preneur. Jak Preneur adalah wadah yang memfasilitasi kreasi, kolaborasi, dan pengembangan UMKM melalui lingkungan wirausaha. UMKM yang bergabung dengan Jak Preneur akan memperoleh pelatihan tingkat dasar dan lanjutan, pendampingan usaha, perizinan, pemasaran, pelaporan keuangan berbasis aplikasi, dan permodalan.

3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu peneliti menentukan kriteria tertentu dalam memilih sampel, yaitu UMKM yang telah terdaftar dalam program Jak Preneur dan berada di wilayah Kecamatan Kalideres Kota Administrasi Jakarta Barat. Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 50 Wirausaha. Jumlah ukuran sample dari populasi dalam penelitian ini ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan batas toleransi kesalahan 5% sebagai berikut:

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

Keterangan:

n : Jumlah Sampel

N: Jumlah Populasi

e : Batas toleransi kesalahan

Berdasarkan rumus Slovin di atas, maka besar jumlah sampel penelitian adalah:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + N(e)^2} \\ n &= \frac{50}{1 + 50(0,05)^2} \\ n &= \frac{50}{1,125} \\ n &= 44,444 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan dengan rumus menunjukkan jumlah sampel berjumlah 44,444 maka dapat dibulatkan menjadi 44 responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini

3.4 Variabel Penelitian

Pada penelitian ini terdapat dua variabel independen yaitu kondisi keuangan dan kebijakan insentif pajak, serta satu variabel dependen yaitu kepatuhan perpajakan UMKM.

3.4.1 Variabel Independen

1. Kondisi Keuangan

Kondisi keuangan adalah kemampuan wajib pajak UMKM dalam memenuhi semua kebutuhannya hidup dengan pendapatan yang diterimanya (Hendrawati et al., 2021). Kondisi keuangan UMKM yang sehat dapat terlihat dari kepuasan omset, laba, atau dari kelancaran arus kas yang dimilikinya. Wajib pajak dengan kondisi keuangan yang sehat cenderung mematuhi kewajiban perpajakannya (Riyanti & Sudarmawanti, 2022).

2. Kebijakan Insentif Pajak

Kebijakan insentif pajak bagi UMKM merupakan keringanan yang diberikan pemerintah selama pandemi Covid-19 yang bertujuan untuk membantu membangkitkan ekonomi UMKM dan menjaga kepatuhan perpajakan UMKM selama pandemi. Bentuk insentif pajak bagi UMKM selama pandemi adalah pengecualian pajak berupa insentif pajak ditanggung pemerintah. Pemerintah mengalokasikan anggaran APBN untuk menanggung pajak terhutang UMKM, nilai pajak yang ditanggung pemerintah akan dicatat sebagai penerimaan pajak sekaligus pengeluaran pajak berupa subsidi dengan nilai yang sama sehingga anggaran negara tidak berubah (Rahmawati & Apriliasari, 2021).

3.4.2 Variabel Dependen

Variabel dependen pada penelitian ini adalah kepatuhan perpajakan. Dijelaskan dalam penelitian Putri & Iqbal (2020) kepatuhan perpajakan adalah kepatuhan wajib pajak secara sukarela terhadap kepatuhan perpajakannya dan wajib pajak secara akurat dan tepat melakukan pembayaran dan pelaporan pajaknya. Berdasarkan PMK Nomor 209/MK.03/2021 wajib pajak yang memenuhi kriteria patuh terhadap perpajakannya adalah wajib pajak yang menyampaikan SPT tepat waktu, tidak memiliki angsuran pajak yang belum dibayar, laporan keuangan telah diaudit dan mendapatkan opini wajar tanpa pengecualian selama tiga tahun berturut-turut dari akuntan publik, dan tidak melakukan tindak pidana pada bidang perpajakan dalam kurun waktu lima tahun terakhir.

3.5 Metode Pengumpulan Data Penelitian

Metode pengumpulan data yang digunakan berupa kuesioner dengan skala likert 1 sampai dengan 5. Skala likert dirancang untuk menguji seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan pada lima poin skala dengan keterangan Sangat Tidak Setuju (1), Tidak Setuju (2), Netral (3), Setuju (4) dan Sangat Setuju (5) (Sekaran & Bougie, 2016).

3.6 Metode Analisis Data

Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis linear berganda dengan bantuan aplikasi *Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 25. Analisis dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Penulis sebelum melakukan analisis linear berganda telah melakukan uji validitas, uji realibilitas, dan uji asumsi klasik terlebih dahulu.

3.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk membuktikan pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen (Ningsih & Dukalang, 2019). Model ini memperkirakan terdapat hubungan lurus/linear antara variabel dependen dengan masing-masing variabel independennya. Model persamaan analisis regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e \quad (2)$$

Keterangan:

- Y = Kepatuhan Perpajakan UMKM
- a = Konstanta
- b_{1,2} = Koefisien Regresi
- X₁ = Kondisi Keuangan UMKM
- X₂ = Insentif Pajak UMKM
- e = Error (Kesalahan Pengganggu)

3.6.2 Uji Hipotesis

Pengujian ini bertujuan untuk menilai ketepatan hipotesis penelitian yang telah dibuat dapat diterima atau ditolak. Uji hipotesis dalam penelitian ini terdiri dari tiga pengujian yaitu:

1. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)
Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Hasil uji t dapat diketahui melalui nilai probabilitas signifikansi atau membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} . Menurut Suyono (2018) hipotesis dapat diterima dan dikatakan memiliki pengaruh yang signifikan apabila signifikansinya $< 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Apabila hasil yang didapatkan adalah sebaliknya maka hipotesis ditolak.
2. Uji Kelayakan Model (Uji F)
Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersamaan (simultan). Variabel independen dikatakan berpengaruh terhadap variabel dependen secara simultan apabila hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi $< 0,05$ atau nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ (Amelia, 2018).
3. Uji Koefisien Determinasi
Menurut (Ghozali, 2018) hasil pengujian koefisien determinasi ditunjukkan melalui nilai *adjusted R Square*. Pengujian ini dilakukan untuk mengukur seberapa jauh variable independen dalam menjelaskan variabel dependen.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Deskripsi Responden

Gambaran karakteristik responden yang memberikan informasi atau data pada penelitian ini ditunjukkan dalam tabel 4.1 berikut:

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden

Uraian	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin		
1. Laki-laki	7 orang	16%
2. Perempuan	37 orang	84%
Pendidikan Terakhir		
1. SD	1 orang	2%
2. SMP	5 orang	12%
3. SMA	22 orang	50%
4. D3	4 orang	9%
5. S1	11 orang	25%
6. S2	1 orang	2%
Jenis Usaha		
1. Makanan dan Minuman	40 orang	91%
2. Lainnya	4 orang	9%
Omzet pertahun kurang dari 4,8 Miliar	44 orang	100%
Kelurahan		
1. Kalideres	17 orang	39%
2. Semanan	11 orang	25%
3. Pegadungan	10 orang	23%
4. Tegal Alur	4 orang	9%
5. Kamal	2 orang	4%

Sumber: Data diolah

Berdasarkan hasil pengolahan data diketahui bahwa sebagian besar UMKM Jak Preneur di Kecamatan Kalideres yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah perempuan, tingkat pendidikannya terakhirnya paling banyak adalah SMA, jenis usahanya adalah produk makanan dan minuman buatan rumah, dengan jumlah omset pertahun kurang dari 4,8 miliar, dan berasal dari seluruh kelurahan yang ada di Kecamatan Kalideres.

4.1.2 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS V.25 pada penelitian ini ditunjukkan dalam tabel 4.2 berikut:

Tabel 4. 2 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	6.937	4.801
	Kondisi Keuangan	-.059	.204
	Kebijakan Insentif Pajak	.812	.251

Sumber: SPSS V.25

Berdasarkan tabel hasil output SPSS di atas maka bentuk persamaan yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

$$Y = 6,937 - 0,059X_1 + 0,812X_2 + e$$

1. Besarnya konstanta pada persamaan di atas adalah 6,937 yang berarti apabila kondisi keuangan (X_1) dan kebijakan insentif pajak (X_2) bernilai nol atau tetap, maka kepatuhan perpajakannya akan bernilai 6,937.
2. Kondisi keuangan (X_1) memiliki koefisien negatif yaitu sebesar -0,059, nilai tersebut berarti bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel kondisi keuangan maka kepatuhan perpajakan akan turun sebesar 0,059.
3. Kebijakan insentif pajak (X_2) memiliki koefisien positif yaitu sebesar 0,812, nilai tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel kebijakan insentif pajak maka kepatuhan perpajakan akan meningkat sebesar 0,812.

4.1.3 Uji Hipotesis

Berikut ini adalah beberapa pengujian hipotesis penelitian yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen:

1. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Tabel 4. 3 Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6.937	4.801		1.445	.156
	Kondisi Keuangan	-.059	.204	-.045	-.289	.774
	Kebijakan Insentif Pajak	.812	.251	.501	3.232	.002

a. Dependent Variable: Kepatuhan Perpajakan

Sumber: SPSS V.25

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, variabel kepatuhan perpajakan yang diukur melalui kondisi keuangan dan kebijakan insentif pajak memiliki nilai sigifikansi 0,774 dan 0,002. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel kondisi keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap

kepatuhan perpajakan UMKM. Sedangkan variabel kebijakan insentif pajak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepatuhan perpajakan UMKM.

2. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Tabel 4. 4 Hasil Uji Kelayakan Model

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	278.660	2	139.330	6.192	.004 ^b
	Residual	922.499	41	22.500		
Total		1201.159	43			

a. Dependent Variable: Kepatuhan Perpajakan

b. Predictors: (Constant), Kebijakan Insentif Pajak, Kondisi Keuangan

Sumber: SPSS V.25

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui nilai signifikansinya sebesar 0,004 yang berarti bahwa terdapat pengaruh secara bersamaan (simultan) antara variabel independen kondisi keuangan dan kebijakan insentif pajak terhadap variabel dependen kepatuhan perpajakan UMKM.

3. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4. 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.482 ^a	.232	.195	4.74341

a. Predictors: (Constant), Kebijakan Insentif Pajak, Kondisi Keuangan

Sumber: SPSS V.25

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,195 atau (19,5%). Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen kondisi keuangan dan kebijakan insentif pajak dapat memengaruhi sebesar 19,5% terhadap variabel dependen kepatuhan perpajakan UMKM, dan sisanya sebesar 80,5% dipengaruhi oleh variabel independen lainnya.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Kondisi Keuangan terhadap Kepatuhan Perpajakan UMKM

Berdasarkan hasil uji t, variabel independen kondisi keuangan memiliki nilai t_{hitung} sebesar $-0,289 < t_{tabel} 2,020$ sehingga kondisi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan perpajakan UMKM dan hipotesis pertama ditolak. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian (Riyanti & Sudarmawanti, 2022) yang hasil penelitiannya menunjukkan kondisi keuangan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Kondisi keuangan UMKM akan menentukan besar kecilnya jumlah pajak yang harus dibayarkan. Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan teori atribusi yang menyatakan wajib pajak akan mematuhi kewajiban pajaknya apabila arus kasnya sehat. Namun pada masa pandemi seperti saat ini yang sebagian besar kondisi keuangan menurun, wajib pajak UMKM akan tetap mentaati kewajiban perpajakannya sehingga dapat dibantah bahwa hanya arus kas dan laba sebelum pajak yang menjadi faktor utama kepatuhan perpajakan UMKM. Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian (Marlyna et al., 2022)

4.2.2 Pengaruh Kebijakan Insentif Pajak terhadap Kepatuhan Perpajakan UMKM

Sesuai dengan hasil uji t yang telah dilakukan sebelumnya, variabel kebijakan insentif pajak memiliki nilai t_{hitung} sebesar $3,232 > t_{tabel} 2,020$ sehingga kebijakan insentif pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan perpajakan UMKM dan hipotesis kedua diterima. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Aryawan, Karmana & Wijana 2022). Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Susyanti & Askandar, 2019)

Pemberian insentif pajak bagi UMKM diperkirakan tidak dapat membantu meningkatkan ekonomi UMKM, namun pemberian insentif dimungkinkan dapat membantu wajib pajak untuk tetap mematuhi kewajiban perpajakannya. Hal tersebut karena dengan adanya insentif pajak ditanggung pemerintah maka UMKM tidak perlu membayar pajak dan mengeluarkan uang sehingga tidak merasa dibebani dengan biaya pajak dan tetap dapat mematuhi pajak saat pandemi (Riyanti & Sudarmawanti, 2022).

4.2.3 Pengaruh Kondisi Keuangan dan Kebijakan Insentif Pajak terhadap Kepatuhan Perpajakan UMKM

Berdasarkan uji F yang telah dilakukan sebelumnya, variabel kondisi keuangan dan kebijakan insentif pajak memiliki nilai F_{hitung} sebesar 6,192 > F_{tabel} 3,226 dan nilai signifikansi sebesar $0,004 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kondisi keuangan dan kebijakan insentif pajak secara simultan berpengaruh terhadap kepatuhan perpajakan UMKM, sehingga hipotesis ketiga diterima. Selanjutnya pada pengujian koefisien determinasi diketahui bahwa variabel independen dalam penelitian ini dapat menjelaskan 19,5% terhadap variabel dependen, dan sisanya sebesar 80,5% dijelaskan oleh variabel-variabel lain.

5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Sesuai dengan hasil uji hipotesis dan pembahasan penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian variabel kondisi keuangan tidak berpengaruh secara positif terhadap kepatuhan perpajakan UMKM. Kondisi keuangan yang menurun saat pandemi tidak menghalangi wajib pajak UMKM untuk mematuhi kewajiban perpajakannya.
2. Berdasarkan hasil penelitian kebijakan insentif pajak berpengaruh secara positif terhadap kepatuhan perpajakan UMKM. Kebijakan insentif pajak meringankan beban pajak UMKM sehingga membantu UMKM mematuhi kewajibannya selama pandemi Covid-19.
3. Berdasarkan hasil penelitian variabel kondisi keuangan dan kebijakan insentif pajak berpengaruh secara simultan terhadap kepatuhan perpajakan UMKM. Kondisi keuangan yang berangsur membaik dan kebijakan insentif pajak membantu UMKM untuk memenuhi kewajiban perpajakannya pada masa pandemi Covid-19 Tahun 2020-2021.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, berikut ini saran yang dapat diberikan untuk pemerintah, pelaku UMKM, dan penelitian selanjutnya:

1. Saran bagi pemerintah khususnya Direktorat Jenderal Pajak dan Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi Usaha Kecil Menengah adalah melakukan kerjasama dan sosialisasi dalam bentuk pelatihan perpajakan kepada UMKM Jak Preneur dengan jangka waktu yang lama agar wajib pajak lebih memahami peraturan perpajakan sehingga kesadaran wajib pajak UMKM dapat terbangun.
2. Saran bagi UMKM adalah terus tingkatkan kesadaran untuk memahami peraturan dan kebijakan perpajakan agar dapat berkontribusi dalam pembangunan negara melalui perpajakan.
3. Bagi penelitian selanjutnya dapat menambah cakupan wilayah dan responden penelitian serta menambahkan variabel independen lainnya seperti tarif pajak, *self assessment system*, sistem administrasi pajak modern, tingkat kepercayaan pada sistem hukum pemerintah, sanksi pajak, dan lainnya.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Amelia. (2018). *PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI Tahun 2014-2016)*.
- Ardayanti, P. V. N., & Jati, I. K. (2019). Pengaruh Tax Amnesty dan Kondisi Keuangan pada Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 26.
- Aryawan, Karmana, & Wijana. (2022). PENGARUH KEBIJAKAN EKONOMI BERBASIS INSENTIF PAJAK DAN SISTEM ADMINISTRASI PAJAK MODERN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI KOTA DENPASAR PADA MASA PANDEMI. *Jurnal Pajak Indonesia*, 6(1).
- Darna, N., & Herlina, E. (2018). MEMILIH METODE PENELITIAN YANG TEPAT: BAGI PENELITIAN BIDANG ILMU MANAJEMEN. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hendrawati, Pramudianti, & Abidin. (2021). PENGETAHUAN PAJAK, SANKSI PAJAK, MODERNISASI SISTEM, KONDISI KEUANGAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM SELAMA PANDEMI COVID-19. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 04(01), 214–230.
- Indahsari, D. N., & Fitriandi, P. (2021). PENGARUH KEBIJAKAN INSENTIF PAJAK DI MASA PANDEMI COVID-19 TERHADAP PENERIMAAN PPN. *Jurnal Pajak Dan Keuangan Negara*, 3(1), 24–36.
- Lahay, Kantohe, & Marunduh. (2022). ANALISIS PENERAPAN INSENTIF PAJAK BAGI WAJIB PAJAK UMKM YANG TERDAMPAK COVID-19 DI KOTA MANADO. *Jurnal Akuntansi Manado*, 3(1).
- Marlyna, D., Mareta, A. R., & Yufantria, F. (2022). Evaluasi kepatuhan pajak UMKM selama pandemi covid 19. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(1).
- Ningsih, S., & Dukalang, H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linear Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1).
- Pakpahan, A. K. (2020). Covid-19 Dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*.
- Putri, N. J. P., & Iqbal, S. (2020). ANALISIS KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM TERKAIT PEMBERIAN INSENTIF PAJAK DALAM PP NOMOR 23 TAHUN 2018. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*.
- Rahmawati, E., & Apriliasari, V. (2021). INSENTIF PPH FINAL DITANGGUNG PEMERINTAH SELAMA PANDEMI COVID-19 BAGI UMKM YANG MEMILIKI PEREDARAN BRUTO TERTENTU. *Jurnal Pajak Dan Keuangan Negara*, 3(1), 81–97.
- Resmi, S. (2019). *Perpajakan Teori & Kasus* (11th ed.). Salemba Empat.
- Riyanti, B., & Sudarmawanti, E. (2022). Meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak UMKM paa era New Normal melalui pemberian insentif pajak, peningkatan kondisi keuangan dan Kesadaran Pajak. *Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 6(2).
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business* (7th ed.). John Wiley and Sons Ltd.
- Sitindoan, R. S. L., & Bandiyono, A. (2021). PENERAPAN INSENTIF PAJAK PENGHASILAN FINAL BAGI UMKM DI KPP PRATAMA BALIGE PADA MASA PANDEMI COVID-19. *EDUCORETAX*, 1(2).
- Susyanti, J., & Askandar, N. S. (2019). Why is Tax Knowledge and Tax Understanding Important? *Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi Dan Manajemen*, 16(2).
- Suyono. (2018). *Analisis Regresi untuk Penelitian*. Deepublish.

Halaman Persetujuan Artikel dari Dosen Pembimbing

Artikel saya berjudul

Analisis Pengaruh Kondisi Keuangan dan Kebijakan Insentif Pajak terhadap Kepatuhan Perpajakan UMKM Jak Preneur di Wilayah Kecamatan Kalideres pada Masa Pandemi Tahun 2020-2021

Telah selesai dikoreksi dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk dipublikasikan.

		Tanda tangan	tanggal
Mahasiswa	: Nia Alawiyah		22/08/2022
Dosen Pembimbing	: Hayati Fatimah, S.E., Ak., M.Ak		22/08/2022

Analisis Dampak Penerapan PSAK 71 terhadap Pembentukan Cadangan Kerugian Penurunan Nilai dan Kinerja Keuangan pada Entitas Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Shason Auraluna Tarrega Isma¹⁾, Nedsal Sixpria²⁾

¹⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: shason.auralunatarregaisma.ak18@mhs.w.pnj.ac.id

²⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: nedsal.sixpria@akuntansi.pnj.ac.id

ABSTRACT

Changes in the Statement of Financial Accounting Standards from PSAK 55 to PSAK 71 requires bank to use Expected Credit Loss (ECL) method for the calculation of Allowance for Impairment Losses (CKPN). In ECL Methods, bank calculate CKPN from the beginning of credit recognition, using the forward-looking method on macroeconomic conditions. Coinciding with the early implementation of PSAK 71, the COVID-19 pandemic hit. This study aims to analyze the impact of the implementation of PSAK 71 on the calculation of PSAK 71 and financial performance. Financial performance is measured through the ratio of BOPO, CAR, NPL, ROE, ROA. The sample used in this study is 7 (seven) banks that are included in the BUKU 4 category, which have core capital more than Rp. 30 trillion in 2019. The sampling method is non-probability sampling. This type of study is descriptive quantitative with financial statements as data source. The result shows that the implementation of PSAK 71 and COVID-19 pandemic have an impact on financial statements in 2020 and 2021, namely an increase in CKPN by an average of 90,36% and 14,15%, as well as changes in financial performance that varies, but on average there was a change in BOPO 7,89% and -4.92%, CAR 0.45% and 1.09%, Gross NPL 0.58% and 0.03%, Net NPL 0.45% and 0.07%, ROE -4.92% and 2.19%, and ROA -0.95% and 0.33%, respectively.

Keywords: PSAK 71, CKPN, Financial Performance, BOPO, CAR, NPL, ROE, ROA.

ABSTRAK

Perubahan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan dari PSAK 55 ke PSAK 71 mewajibkan bank menggunakan metode Expected Credit Loss (ECL) untuk pembentukan Cadangan Kerugian Penurunan Nilai (CKPN). Dalam metode ECL bank membentuk CKPN sejak awal pengakuan kredit dengan metode *forward-looking* atas keadaan makroekonomi. Bertepatan pada awal penerapan PSAK 71, pandemi COVID-19 melanda. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak penerapan PSAK 71 terhadap pembentukan CKPN dan kinerja keuangan. Kinerja keuangan diukur melalui rasio BOPO, CAR, NPL, ROE, dan ROA. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 7 (tujuh) perbankan yang termasuk dalam kategori BUKU 4, yaitu perbankan yang memiliki modal inti di atas Rp 30 Triliun pada tahun 2019. Pengambilan sampel menggunakan metode non probability sampling. Jenis penelitian merupakan deskriptif kuantitatif dengan data yang berupa laporan keuangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan PSAK 71 dan pandemi COVID-19 berdampak terhadap laporan keuangan pada 2020 dan 2021, yaitu kenaikan CKPN sebesar rata-rata 90,36% dan 14,15%, serta perubahan kinerja keuangan yang bervariasi, namun secara rata-rata terjadi perubahan pada BOPO 7,89% dan -4,92%, CAR 0,45% dan 1,09%, NPL Gross 0,58% dan 0,03%, NPL Net 0,45% dan 0,07%, ROE -4,92% dan 2,19%, dan ROA -0,95% dan 0,33%.

Kata Kunci: PSAK 71, CKPN, Kinerja Keuangan, BOPO, CAR, NPL, ROE, ROA

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada tanggal 26 Juli 2017, Dewan Standar Akuntansi (DSAK) dan Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) mengesahkan standar pelaporan baru yaitu PSAK 71 untuk menggantikan PSAK 55 yang akan diberlakukan efektif pada 1 Januari 2020. PSAK 55 dianggap menjadi penyebab dari tidak stabilnya sistem perbankan di Indonesia. Hal ini karena PSAK 55 dengan metode *Incurred Loss Method* (ILM) saat krisis ekonomi akan mencatat kerugian yang sangat tinggi karena Non-Performing Loan (NPL) dan CKPN yang lebih tinggi. Dengan penerapan PSAK 71 menggunakan metode *Expected Credit Loss* (ECL) akan menimbulkan potensi untuk memitigasi model prosiklikal yang tidak mencerminkan kinerja keuangan perbankan dan merugikan bagi pemangku kepentingan, khususnya investor.

Pada masa baru diberlakukannya PSAK 71, perbankan harus menghadapi masalah lain yaitu pandemi COVID-19 yang menyebabkan perekonomian melambat secara keseluruhan yang akan mengakibatkan kesulitan debitur dalam membayar hutang-hutangnya di bank. OJK merespon pandemi ini dengan mengeluarkan POJK Nomor 11/POJK.03/2020 tentang Stimulus Perekonomian Nasional Sebagai Kebijakan Countercyclical Dampak Penyebaran Coronavirus Disease 2019, yang memperbolehkan bank untuk melakukan restrukturisasi kredit. Semakin tinggi tingkat restrukturisasi kredit maka semakin rendah pendapatan bank dan sebaliknya (Septriawan, et al., 2021).

Dengan pergantian PSAK 55 ke PSAK 71 dan pandemi, perlu dilakukan penelitian bagaimana hal tersebut berpengaruh terhadap industri perbankan yang dilihat melalui CKPN serta kinerja keuangan yang diukur menggunakan rasio BOPO, CAR, NPL, ROE, dan ROA.

TINJAUAN PUSTAKA

Cadangan Kerugian Penurunan Nilai

Penurunan nilai merupakan kondisi dimana nilai tercatat asset melebihi nilai terpulihkan. Nilai terpulihkan merupakan nilai yang lebih tinggi antara nilai wajar dikurangi dengan biaya penjualan dan nilai pakai. Kerugian penurunan nilai merupakan selisih antara nilai tercatat dikurangi dengan nilai terpulihkan. Cadangan Kerugian Penurunan Nilai (CKPN) adalah jumlah yang telah diturunkan dari nilai yang tercatat sehingga menjadi sama besar dengan nilai yang dapat diperoleh kembali melalui asset tersebut.

Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK)

Standar Akuntansi Keuangan (SAK) adalah format dan prosedur dalam pembuatan laporan keuangan yang digunakan sebagai aturan baku penyajian informasi keuangan dalam suatu kegiatan usaha atau perusahaan. Indonesia mengacu pada standar akuntansi dengan teori skala global, yaitu International Financial Reporting Standards (IFRS). PSAK merupakan standar yang menjadi pedoman prosedur dalam membuat laporan keuangan akuntansi. PSAK membuat dasar-dasar penyajian laporan keuangan dengan tujuan umum, yaitu agar laporan keuangan dapat dibandingkan dengan laporan keuangan sebelumnya ataupun laporan keuangan lainnya, sehingga terjadi keseragaman dalam penyampaian laporan keuangan.

Bank

Menurut Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998, Bank adalah badan usaha yang bertugas untuk menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan kemudian menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dengan tujuan agar masyarakat meningkat taraf hidupnya.

Rasio Keuangan

Menurut Rasio keuangan digunakan oleh investor dan kreditor secara khusus untuk keputusan investasi atau penyaluran dana. Keputusan investasi biasanya dilakukan setelah membandingkan rasio perusahaan dengan industry atau dengan tahun sebelumnya untuk melihat peningkatan. Analisis rasio yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

Beban Operasional terhadap Pendapatan Operasional (BOPO)

Menurut Rasio yang membandingkan beban operasional dengan pendapatan operasional, yang memiliki tujuan mengetahui kemampuan perusahaan dalam mengelola beban khususnya operasional agar tidak terjadi pembengkakan. Rumus perhitungan BOPO sebagai berikut:

$$BOPO = \frac{\text{Beban Operasional}}{\text{Pendapatan Operasional}} \times 100$$

Kriteria peringkat BOPO dapat dilihat dalam Tabel 1.

Tabel 1. Kriteria Peringkat BOPO

Peringkat	Kriteria	Keterangan
1	Sangat Sehat	BOPO ≤ 83%
2	Sehat	83% < BOPO ≤ 85%
3	Cukup Sehat	85% < BOPO ≤ 87%
4	Kurang Sehat	87% < BOPO ≤ 89%
5	Tidak Sehat	BOPO > 89%

Sumber: Kodifikasi Penilaian Bank Indonesia dalam Renjani, 2020.

Capital Adequacy Ratio (CAR)

Rasio kecukupan modal atau biasa disebut *Capital Adequacy Ratio (CAR)* biasa digunakan untuk menampung risiko kerugian yang mungkin akan dihadapi oleh bank. Rumus perhitungan CAR sebagai berikut:

$$CAR = \frac{\text{Modal}}{\text{ATMR}} \times 100$$

Kriteria peringkat CAR dapat dilihat dalam Tabel 2.

Tabel 2. Kriteria Peringkat CAR

Peringkat	Kriteria	Keterangan
1	CAR > 12%	Sangat Sehat
2	9% ≤ CAR < 12%	Sehat
3	8% ≤ CAR < 9%	Cukup Sehat
4	6% < CAR < 8%	Kurang Sehat
5	CAR ≤ 6%	Tidak Sehat

Sumber: Peraturan BI Nomor 13/1/PBI/2011 dalam Mahmudah, 2021.

Non Performing Loan (NPL)

Rasio NPL merupakan jumlah kredit bermasalah yang dimiliki oleh suatu bank. NPL perlu diperhatikan untuk melihat apakah bank dapat mengelola kredit yang disalurkan dengan baik. Dalam dunia perbankan ada dua NPL yaitu NPL Gross dan NPL Net. NPL Gross membandingkan kredit bermasalah (kurang lancar, diragukan, macet) dengan total kredit. Rumus perhitungan NPL Gross sebagai berikut:

$$NPL\ Gross = \frac{\text{Kredit Bermasalah}}{\text{Total Kredit}} \times 100$$

Rasio NPL Net lebih penting untuk diperhatikan karena menunjukkan tagihan kredit macet yang sebenarnya. Rumus perhitungan NPL Net sebagai berikut:

$$NPL\ Gross = \frac{Kredit\ Macet}{Total\ Kredit} \times 100$$

Kriteria peringkat NPL dapat dilihat dalam Tabel 3.

Tabel 3. Kriteria Peringkat NPL

Peringkat	Kriteria	Keterangan
1	NPL < 3%	Sangat Sehat
2	3% < NPL ≤ 5%	Sehat
3	5% < NPL ≤ 8%	Cukup Sehat
4	8% < NPL ≤ 10%	Kurang Sehat
5	NPL > 10%	Tidak Sehat

Sumber: Peraturan BI Nomor 13/1/PBI/2011 dalam Mahmudah, 2021.

Return on Equity (ROE)

ROE adalah rasio yang membandingkan antara laba dan ekuitas, yang akan menunjukkan seberapa menguntungkan laba yang dapat dihasilkan oleh perusahaan terhadap ekuitas yang dimilikinya. Rumus perhitungan ROE sebagai berikut:

$$ROE = \frac{Laba\ Bersih}{Ekuitas} \times 100$$

Kriteria peringkat ROE dapat dilihat dalam Tabel 4.

Tabel 4. Kriteria Peringkat ROE

Peringkat	Kriteria	Keterangan
1	ROE > 15%	Sangat Sehat
2	12,5% < ROE ≤ 15%	Sehat
3	5% < ROE ≤ 12,5	Cukup Sehat
4	0 < ROE ≤ 5%	Kurang Sehat
5	ROE ≤ 0%	Tidak Sehat

Sumber: Kodifikasi Penilaian Kesehatan Bank dalam Herviyani, et al, 2019

Return on Assets (ROA)

ROA adalah rasio yang digunakan untuk melihat perbandingan antara laba bersih yang diperoleh oleh perusahaan dengan total keseluruhan aset yang dimiliki. Hal tersebut akan menunjukkan seberapa baik perusahaan dalam mengelola aset untuk menghasilkan profit. Rumus perhitungan ROA sebagai berikut:

$$ROA = \frac{Laba\ Bersih}{Total\ Aset} \times 100$$

Kriteria peringkat ROA dapat dilihat dalam Tabel 5.

Tabel 5. Kriteria Peringkat ROA

Peringkat	Kriteria	Keterangan
1	ROA > 1,5%	Sangat Sehat
2	1,25% < ROA ≤ 1,5%	Sehat
3	0,5% < ROA ≤ 1,25%	Cukup Sehat
4	0% < ROA ≤ 0,5%	Kurang Sehat
5	ROA ≤ 0%	Tidak Sehat

Sumber: Peraturan BI Nomor 13/1/PBI/2011 dalam Mahmudah, 2021.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan secara deskriptif. Tujuan penelitian deskriptif kuantitatif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan mengenai fakta, sifat, serta hubungan antar fenomena yang diteliti.

Data kuantitatif dalam penelitian ini ditelusuri dari menghitung perubahan CKPN serta rasio kinerja keuangan yang diambil dari laporan keuangan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia kategori BUKU 4 (2019) tahun 2019-2021.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dampak Penerapan PSAK 71 terhadap Laporan Keuangan

Pada 1 Januari 2020, seluruh sampel penelitian menyajikan perubahan-perubahan atas dampak penerapan PSAK 71 terhadap laporan keuangan. Sebagai contoh peneliti mengambil sampel BBKA. Perubahan pada laporan keuangan BBKA dapat dilihat dalam Tabel 6.

Tabel 6. Perubahan Laporan Keuangan BBKA

(dalam jutaan rupiah)

Keterangan	PSAK 55	PSAK 71	Perubahan
CKPN	17.216.741	25.410.751	8.194.010
Aset	918.989.312	914.661.314	(4.327.998)
Liabilitas	740.067.127	742.569.668	2.502.541
Dana Syirkah Temporer	4.779.029	4.779.029	-
Ekuitas	174.143.156	167.312.617	(6.830.539)

Sumber: CaLK PT. Bank Central Asia Tbk, data diolah.

Penyesuaian dilakukan karena adanya perubahan metode pembentukan CKPN serta adanya perubahan dalam klasifikasi aset keuangan dimana perbedaan klasifikasi dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Perubahan Klasifikasi Aset Keuangan

PSAK 55	PSAK 71
Aset keuangan yang diukur pada nilai wajar melalui laba rugi	Aset keuangan yang diukur pada nilai wajar melalui laba rugi (FVPL)
Pinjaman yang diberikan dan piutang	Aset keuangan yang diukur pada biaya perolehan diamortisasi (<i>Amortised cost</i>)
Aset keuangan dimiliki hingga jatuh tempo	Aset keuangan yang diukur pada nilai wajar melalui penghasilan komprehensif lain (FVOCI)
Aset keuangan tersedia untuk dijual	

Sumber: CaLK PT. Bank Central Asia Tbk.

CKPN atas Kredit Sesudah Penerapan PSAK 71

PSAK 71 memiliki pengaruh langsung terhadap besaran CKPN. Perubahan metode dari ILM ke ECL akan menyebabkan pembentukan CKPN lebih besar. CKPN dari 2019-2021 dapat dilihat dalam Tabel 8.

Tabel 8. Cadangan Kerugian Penurunan Nilai Kredit 2019-2021

Kode Perusahaan	CKPN (dalam jutaan rupiah)			Naik/Turun	
	2019	2020	2021	2020	2021
BBRI	38.363.840	65.165.002	84.833.734	69,86%	30,18%
BBKA	14.905.584	26.945.942	32.199.727	80,78%	19,50%

BBNI	16.908.871	44.227.986	50.294.886	161,57%	13,72%
BDMN	3.105.836	5.454.977	6.126.463	75,64%	12,31%
BMRI	29.988.393	62.271.102	68.588.680	107,65%	10,15%
BNGA	5.984.978	11.818.607	13.068.605	97,47%	10,58%
PNBN	3.957.940	5.523.484	5.667.537	39,55%	2,61%

Sumber: CaLK masing-masing perusahaan, data diolah.

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, dapat terlihat bahwa dari 2019 ke 2020 terjadi kenaikan yang signifikan pada pembentukan CKPN, lonjakan yang paling tinggi yaitu pada BBNI sebesar 161,57%. Kenaikan tersebut dikarenakan perubahan metode dalam pembentukan CKPN, dimana CKPN dibentuk pada saat awal pengakuan kredit, sehingga terdapat penyajian atas dampak transisi PSAK 55 ke PSAK 71, ditambah juga karena adanya restrukturisasi kredit pada masa pandemi, yang membuat bank harus berjaga-jaga untuk membentuk CKPN.

Kemudian pada 2021, CKPN masih mengalami kenaikan namun tidak setinggi pada 2020. Kenaikan tersebut beriringan dengan kenaikan kredit yang diberikan. OJK mencatat pada tahun 2021, kredit pada sektor perbankan tumbuh 5,2% didorong oleh pertumbuhan kredit konsumsi, UMKM, dan korporasi yang tumbuh positif. Hal tersebut dikarenakan ekonomi Indonesia tahun 2021 tumbuh sebesar 3,69% dibanding tahun 2020 yang mengalami kontraksi sebesar 2,07% (Badan Pusat Statistik, 2022).

Kinerja Keuangan Sesudah Penerapan PSAK 71

Perusahaan yang baik dapat tercermin dari rasio keuangan yang dimiliki perusahaan. Penghitungan rasio ini untuk mengetahui apakah bank dalam kondisi sehat setelah penerapan PSAK 71.

1. Rasio Beban Operasional dan Pendapatan Operasional (BOPO)

Rasio BOPO dapat menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengelola beban operasionalnya. Semakin tinggi BOPO maka akan menunjukkan beban operasional yang terlalu tinggi. Perhitungan rasio BOPO dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Rasio BOPO 2019-2021

Kode Perusahaan	BOPO			Naik/Turun	
	2019	2020	2021	2020	2021
BBRI	72,08%	82,46%	78,54%	10,37%	-3,91%
BBCA	57,30%	61,15%	55,84%	3,85%	-5,31%
BBNI	75,15%	93,02%	82,30%	17,87%	-10,72%
BDMN	87,29%	90,65%	88,90%	3,36%	-1,75%
BMRI	71,96%	82,02%	73,47%	10,06%	-8,55%
BNGA	80,98%	88,39%	78,07%	7,41%	-10,32%
PNBN	77,51%	79,83%	85,97%	2,32%	6,14%

Sumber: Laporan Laba Rugi masing-masing perusahaan, data diolah.

Dari tahun 2019 ke 2020, BOPO atas 7 perusahaan meningkat, dan peningkatan yang paling signifikan terdapat pada BBNI, dalam kasus BBNI peningkatan BOPO tersebut dikarenakan kenaikan beban operasional yang diiringi dengan penurunan pendapatan, akibatnya rasio BOPO dari BBNI dinilai tidak sehat menurut kriteria yang berlaku. Kenaikan BOPO dipengaruhi oleh beban CKPN yang meningkat karena penerapan PSAK 71, serta penurunan pendapatan akibat pandemi.

Pada 2021, 6 dari 7 perusahaan mengalami penurunan rasio BOPO, dan 1 lainnya mengalami kenaikan. Penurunan pada BOPO dikarenakan oleh pertumbuhan ekonomi karena perusahaan mulai pulih dari pandemi, sehingga menyebabkan pendapatan operasional mengalami peningkatan dan beban operasional mengalami penurunan.

2. Capital Adequacy Ratio (CAR)

Rasio CAR memperlihatkan kemampuan bank untuk menyerap sejumlah kerugian yang wajar sebelum akhirnya bangkrut, semakin besar rasio ini maka akan semakin bagus karena artinya perusahaan memiliki bantalan yang cukup. Perhitungan rasio CAR dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Rasio CAR 2019-2021

Kode Perusahaan	CAR			Naik/Turun	
	2019	2020	2021	2020	2021
BBRI	22,55%	20,61%	22,55%	-1,94%	1,94%
BBCA	24,64%	26,89%	26,85%	2,25%	-0,04%
BBNI	19,73%	16,78%	19,74%	-2,95%	2,96%
BDMN	24,18%	24,98%	26,72%	0,80%	1,74%
BMRI	21,39%	19,90%	19,60%	-1,49%	-0,30%
BNGA	20,92%	21,24%	22,29%	0,32%	1,06%
PNBN	23,41%	29,58%	29,86%	6,18%	0,28%

Sumber: CaLK masing-masing perusahaan, data diolah.

Dari 2019 ke 2020 rasio CAR dari 7 bank masih sama peringkatnya dengan 2019 yaitu sangat sehat, 4 dari 7 bank mengalami kenaikan CAR, yang paling signifikan terdapat pada PNBN yaitu sebesar 6,18%. Kenaikan CAR diiringi dengan penurunan ATMR yang disebabkan oleh penurunan kredit yang diberikan sehingga menyebabkan aset menurun. Penurunan kredit tersebut dipengaruhi oleh pandemi karena terjadi kontraksi pada pertumbuhan kredit, serta penerapan PSAK 71 yang menyebabkan CKPN lebih besar yang berakibat total kredit yang diberikan menurun. Penurunan dialami oleh 3 dari 7 bank, pada BBNI penurunan diakibatkan oleh penurunan modal dan kenaikan ATMR, penurunan modal tersebut dikarenakan oleh laba yang menurun akibat pandemi dan penerapan PSAK 71.

Pada 2021, 5 dari 7 bank mengalami kenaikan rasio CAR, dan yang paling signifikan adalah BBNI yaitu 2,96%. Hal tersebut dikarenakan pulihnya perekonomian setelah pandemi yang mengakibatkan kenaikan modal akibat dari kenaikan laba. Namun, 2 dari 7 bank mengalami penurunan rasio CAR, contohnya pada BMRI, penurunan tersebut diakibatkan oleh kenaikan ATMR.

3. Rasio Net Performing Loan (NPL)

Rasio NPL digunakan untuk melihat apakah bank mengelola kredit yang diberikan dengan baik. Semakin tinggi rasio NPL maka artinya bank memiliki kualitas kredit yang buruk karena tidak dapat menyalurkan kredit ke debitur yang baik. Hasil Perhitungan rasio NPL Gross dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Rasio NPL Gross 2019-2021

Kode Perusahaan	NPL Gross			Naik/Turun	
	2019	2020	2019	2020	2019
BBRI	1,31%	1,28%	1,80%	-0,03%	0,52%
BBCA	1,34%	1,80%	2,16%	0,46%	0,36%

BBNI	2,33%	4,20%	3,70%	1,87%	-0,51%
BDMN	3,23%	3,45%	2,76%	0,23%	-0,70%
BMRI	2,35%	3,12%	2,74%	0,77%	-0,38%
BNGA	2,78%	3,59%	3,48%	0,81%	-0,11%
PNBN	3,07%	2,99%	3,57%	-0,08%	0,58%

Sumber: CaLK masing-masing perusahaan, data diolah.

Dari 2019 ke 2020, 5 dari 7 bank mengalami kenaikan rasio NPL Gross, kenaikan yang paling tinggi dapat terlihat pada BBNI, pada kasus ini kenaikan rasio disebabkan oleh kenaikan kredit bermasalah yang dipicu oleh pandemi, yang membuat peringkatnya turun dari sangat sehat menjadi sehat. Sedangkan, 2 sampel lainnya yaitu BBRI dan PNBN mengalami penurunan yang tidak signifikan. Penurunan pada BBRI disebabkan oleh kenaikan total kredit, sedangkan penurunan pada PNBN disebabkan oleh penurunan kredit bermasalah.

Pada 2021 terdapat 4 penurunan dan 3 kenaikan dalam rasio NPL Gross. Penurunan rasio dialami oleh BBNI, BDMN, BMRI, dan BNGA. Penurunan rasio disebabkan oleh penurunan kredit bermasalah serta kenaikan pada total kredit. Penurunan dari rasio tersebut mengindikasikan bahwa sudah terjadinya pemulihan dari masa pandemi.

Selanjutnya adalah rasio NPL Net. Hasil perhitungan rasio NPL Net dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Rasio NPL Net 2019-2021

Kode Perusahaan	NPL Net			Naik/Turun	
	2019	2020	2019	2020	2019
BBRI	0,75%	0,96%	1,30%	0,20%	0,35%
BBCA	1,00%	1,25%	1,76%	0,25%	0,51%
BBNI	1,30%	2,02%	2,59%	0,72%	0,57%
BDMN	2,15%	2,28%	1,58%	0,13%	-0,70%
BMRI	1,43%	2,62%	1,84%	1,19%	-0,78%
BNGA	2,21%	3,09%	2,58%	0,88%	-0,51%
PNBN	2,37%	2,19%	2,25%	-0,19%	0,06%

Sumber: CaLK masing-masing perusahaan, data diolah.

Rasio NPL Net lebih penting untuk diperhatikan disbanding NPL Gross, karena menunjukkan persentase tagihan kredit macet yang sesungguhnya. Dari 2019 ke 2020 6 dari 7 bank mengalami kenaikan dan 1 lainnya mengalami penurunan rasio NPL Net. Kenaikan rasio NPL tertinggi terdapat pada BMRI, hal tersebut disebabkan oleh kenaikan kredit macet yang disertai oleh penurunan total kredit.

Pada 2021, 3 bank mengalami penurunan dan 4 lainnya mengalami kenaikan pada rasio NPL Net. Penurunan rasio yang positif dialami oleh BDMN, BMRI, dan BNGA. Pada ketiga bank tersebut, penurunan diakibatkan oleh penurunan kredit macet yang diikuti pula oleh kenaikan total kredit. Penurunan yang terjadi dikarenakan kredit macet yang menurun pada 2021 karena perekonomian mulai pulih.

4. Rasio Return on Equity (ROE)

Rasio ROE akan menunjukkan laba yang dihasilkan perusahaan terhadap ekuitas yang dimilikinya. Semakin tinggi ROE maka semakin bagus karena perusahaan dapat memanfaatkan bantuan modal dengan baik. Hasil perhitungan rasio ROE dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Rasio ROE 2019-2021

Kode Perusahaan	ROE			Naik/Turun	
	2019	2020	2019	2020	2019
BBRI	16,48%	9,33%	10,54%	-7,15%	1,21%
BBCA	16,41%	14,70%	15,50%	-1,71%	0,80%
BBNI	12,41%	2,94%	8,68%	-9,46%	5,73%
BDMN	9,34%	2,50%	3,70%	-6,84%	1,20%
BMRI	13,61%	9,11%	13,75%	-4,51%	4,65%
BNGA	8,41%	4,90%	9,45%	-3,52%	4,55%
PNBN	7,87%	6,58%	3,74%	-1,29%	-2,84%

Sumber: Laporan Laba Rugi dan Posisi Keuangan masing-masing perusahaan, data diolah.

Pada 2020, seluruh sampel penelitian mengalami penurunan. Penurunan yang paling signifikan yaitu pada BBNI mengalami penurunan 9,46%, yang mengakibatkan perubahan peringkat dari cukup sehat menjadi kurang sehat. Penurunan tersebut diakibatkan oleh penurunan laba bersih. Penurunan ROE ini menandakan bahwa perusahaan tidak memanfaatkan bantuan modalnya dengan baik, hal itu disebabkan oleh berkurangnya laba karena penerapan PSAK 71 dan pandemi menyebabkan beban CKPN yang dibentuk besar sehingga laba bersih menjadi berkurang.

Pada 2021, 1 dari 7 bank mengalami penurunan yaitu PNBN sebesar 2,84%. Hal tersebut dikarenakan penurunan laba yang juga diiringi dengan kenaikan ekuitas, yang menyebabkan peringkat ROE turun dari cukup sehat menjadi kurang sehat. Namun, 6 bank lainnya mengalami peningkatan, dan peningkatan yang paling signifikan yaitu pada BBNI. Hal tersebut dikarenakan adanya kenaikan laba bersih. Peningkatan tersebut dikarenakan ekonomi mulai pulih, dan bank sudah mulai beradaptasi dengan penerapan PSAK 71.

5. Rasio Return on Assets

ROA merupakan rasio untuk menunjukkan kemampuan perusahaan untuk mengelola aset yang dimilikinya untuk menghasilkan profit. Semakin besar ROA maka akan semakin baik. Hasil perhitungan ROA dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 13. Rasio ROA 2019-2021

Kode Perusahaan	ROA			Naik/Turun	
	2019	2020	2019	2020	2019
BBRI	2,43%	1,23%	1,83%	-1,19%	0,60%
BBCA	3,11%	2,52%	2,56%	-0,58%	0,04%
BBNI	1,83%	0,37%	1,14%	-1,46%	0,77%
BDMN	2,19%	0,54%	0,87%	-1,65%	0,33%
BMRI	2,16%	1,23%	1,77%	-0,92%	0,54%
BNGA	1,33%	0,72%	1,32%	-0,61%	0,60%
PNBN	1,66%	1,43%	0,89%	-0,22%	-0,54%

Sumber: Laporan Laba Rugi dan Posisi Keuangan masing-masing perusahaan, data diolah.

Perubahan CKPN dan Kinerja Keuangan

Rata-rata perubahan CKPN dan kinerja keuangan pada 2020 merupakan penurunan kualitas. Hal tersebut dikarenakan perubahan metode dari ILM ke ECL, yang menyebabkan CKPN yang dibentuk besar, sehingga akan menurunkan nilai aset dikarenakan kredit yang diberikan berkurang jumlahnya. Pandemi juga turut mempengaruhi hal tersebut karena pandemi menyebabkan kredit macet meningkat sehingga beban pembentukan CKPN juga akan besar, yang kemudian mengakibatkan beban operasional meningkat. Beban operasional yang besar akan berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan, yang kemudian berpengaruh juga

terhadap laporan perubahan ekuitas. Hal-hal tersebutlah yang menyebabkan kinerja keuangan pada tahun 2020 mengalami pertumbuhan yang negatif. Disamping perubahan yang negatif tersebut, terdapat satu rasio yang rata-ratanya menunjukkan pertumbuhan yang positif yaitu CAR. Hal tersebut dapat disebabkan oleh penurunan ATMR yang disebabkan oleh kredit yang diberikan menurun karena kredit macet pada saat pandemi ditambah lagi dengan penerapan PSAK 71, yang menyebabkan pembentukan CKPN menjadi besar.

Pada 2021 kenaikan CKPN yang tidak terlalu tinggi menandakan sudah adanya adaptasi atas penerapan PSAK 71, serta pulihnya ekonomi setelah pandemi, yang dapat dilihat dari kinerja keuangan yang mengalami pertumbuhan positif dibandingkan dengan 2020 karena beban operasional mulai berkurang, laba bersih mulai bertambah diiringi dengan peningkatan ekuitas, serta kredit bermasalah mulai berkurang karena para debitur sudah mulai bangkit yang terlihat dari pertumbuhan ekonomi sebesar 3,69% menurut BPS. Rata-rata kenaikan atau penurunan CKPN dan Kinerja Keuangan dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 14. Rata-rata Kenaikan/Penurunan CKPN dan Kinerja Keuangan

Keterangan	2019-2020	2020-2021
CKPN	90,36%	14,15%
BOPO	7,89%	-4,92%
CAR	0,45%	1,09%
NPL Gross	0,58%	-0,03%
NPL Net	0,45%	-0,07%
ROE	-4,92%	2,19%
ROA	-0,95%	0,33%

Sumber: Tabel 8, Tabel 9, Tabel 10, Tabel 11, Tabel 12, Tabel 13, data diolah

Dari tabel di atas, dapat dilihat rata-rata dari masing-masing perubahan pada CKPN dan rasio kinerja keuangan. Dalam rasio BOPO, dapat terlihat bahwa pada 2020 mengalami kenaikan rata-rata 7,89%, yang mengindikasikan beban operasional yang tinggi. Hal tersebut dikarenakan beban CKPN yang besar karena penerapan PSAK 71 menyebabkan beban operasional juga ikut besar. Namun, pada 2021 rasio rata-rata BOPO sudah mengalami pemulihan dengan penurunan sebesar 4,92%. Hal tersebut disebabkan oleh kenaikan pendapatan.

Selanjutnya CAR pada 2020 mengalami kenaikan sebesar rata-rata 0,45%, kenaikan ini tidak sesuai dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa penerapan PSAK 71 akan menyebabkan penurunan pada CAR. Ketidaksiharian ini dikarenakan factor selain PSAK 71 yaitu pandemi. Pandemi menyebabkan penurunan pada kredit yang diberikan serta pembentukan CKPN yang besar karena kredit macet. Hal tersebut menyebabkan aset berkurang sehingga ATMR ikut turun. Kemudian pada 2021 CAR mengalami rata-rata peningkatan yang lebih besar yaitu 1,09%. Hal tersebut dikarenakan kenaikan pada modal sebab laba perusahaan sudah mengalami kenaikan.

Sementara itu, perubahan NPL Gross dan NPL Net pada 2020 masing-masing naik sebesar 0,58% dan 0,45%, hal tersebut mengindikasikan penurunan terhadap kualitas kredit karena semakin tinggi rasio NPL maka bank dianggap bank tidak dapat mengelola kredit yang disalurkan dengan baik. Kualitas kredit yang buruk disebabkan oleh pandemi yang mengakibatkan peningkatan pada kredit bermasalah dan kredit macet, serta penurunan total kredit. Kemudian pada 2021 NPL Gross dan NPL Net masing-masing mengalami penurunan

sebesar 0,03% dan 0,07%. Penurunan pada NPL Net tersebut dikarenakan sudah adanya kenaikan dari total kredit daripada tahun sebelumnya.

Selanjutnya ROE dan ROA pada 2020 masing-masing turun sebesar 4,92% dan 0,95%. Hal tersebut menunjukkan penurunan pada kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari bantuan modal dan asetnya dengan baik. Penurunan tersebut dikarenakan PSAK 71 dan pandemi menyebabkan laba bersih menurun. Namun seiring pulihnya ekonomi dan adaptasi perusahaan terhadap PSAK 71, pada 2021, rasio ROE dan ROA mulai menunjukkan kenaikan yaitu masing-masing sebesar 2,19% dan 0,33%. Kenaikan tersebut disebabkan oleh kenaikan laba bersih.

Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan analisis data dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dengan adanya pandemi serta perubahan pada standar akuntansi untuk pembentukan CKPN dari PSAK 55 ke PSAK 71 yang berlaku efektif pada 1 Januari 2020 mengharuskan bank untuk mengubah metode penghitungan CKPN dari metode ILM ke ECL. Hal tersebut menyebabkan jumlah CKPN meningkat pada 2020 dengan rata-rata peningkatan sebesar 90,36%. Peningkatan masih berlanjut sampai 2021 dengan rata-rata peningkatan sebesar 14,15%. Bank juga harus merubah klasifikasi aset keuangannya sesuai dengan PSAK 71, sehingga terdapat perubahan terhadap total aset perusahaan.
2. Perubahan pembentukan CKPN pada 2020 berdampak terhadap laporan posisi keuangan bank dimana CKPN yang meningkat akan membuat penurunan pada aset karena jumlah dari kredit yang diberikan menjadi lebih sedikit. Perubahan pembentukan CKPN juga akan berdampak terhadap laporan laba rugi, dimana beban CKPN menjadi lebih besar dan laba bersih menjadi lebih kecil, yang akan berpengaruh juga terhadap laporan perubahan ekuitas. Kemudian pada 2021, peningkatan CKPN yang sudah mulai stabil karena sudah ada penyesuaian penerapan PSAK 71 pada 2020, serta ekonomi yang mulai pulih dari pandemi, menyebabkan laporan keuangan perusahaan turut membaik.
3. Perubahan pada laporan keuangan tersebut mempengaruhi rasio kinerja keuangan perbankan:
 - a. BOPO merupakan rasio yang paling terpengaruh dilihat dari rata-rata perubahannya yaitu kenaikan 7,89% pada 2020 dan penurunan sebesar 4,92% pada 2021.
 - b. ROE, dengan rata-rata penurunan pada 2020 sebesar 4,92% dan terdapat kenaikan sebesar rata-rata 2,19% pada 2021.
 - c. ROA dengan rata-rata penurunan sebesar 0,95% pada 2020, dan kenaikan rata-rata 0,33% pada 2021.
 - d. NPL Gross dan NPL Net yang masing-masing mengalami kenaikan sebesar rata-rata 0,58% dan 0,45% pada 2020, dan pada 2021 terdapat penurunan atas NPL Gross dan NPL Net sebesar masing-masing 0,03% dan 0,07%.
 - e. CAR, dengan rata-rata kenaikan pada 2020 dan 2021 masing-masing sebesar 0,45% dan 1,09%.

Saran

1. Bank harus memperhatikan bagaimana nasabah yang akan diberikan kredit, karena CKPN pada PSAK 71 mengharuskan pembentukan CKPN di awal. Dengan pemberian kredit yang baik akan mencegah dampak negatif yang ditimbulkan oleh pembentukan CKPN terhadap laporan keuangan, sehingga kinerja keuangan juga dapat terjaga.
2. Bagi peneliti selanjutnya untuk memperluas penelitian terhadap sektor-sektor lain sehingga dampak penerapan PSAK 71 dapat terlihat secara lebih luas, serta menambah analisis rasio-rasio yang belum dianalisis oleh peneliti sehingga dampak penerapan PSAK 71 dapat terlihat lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (2021, Februari 5). Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan IV-2020. Mei 5, 2022. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/02/05/1811/ekonomi-indonesia-2020-turun-sebesar-2-07-persen--c-to-c-.html>.
- Badan Pusat Statistik (2022, Februari 7). Pertumbuhan Ekonomi (Produk Domestik Bruto). Agustus 2, 2022. https://www.bps.go.id/website/materi_ind/materiBrsInd-20220207114513.pdf
- Herviyani, et al. (2019). Komparasi Bank Umum Syariah di Indonesia dan Malaysia Ditinjau dari RBBR dan *Islamicity Performance*. Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan
- Mahmudah, N. (2021). Analisis Dampak Penerapan Cadangan Kerugian Penurunan Nilai (CKPN) Aset Keuangan berdasarkan PSAK 71 terhadap Kinerja Keuangan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019. Skripsi, Politeknik Negeri Jakarta.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020). Ringkasan Eksekutif Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 11/POJK.03/2020 tentang Stimulus Perekonomian Nasional Sebagai Kebijakan Countercyclical Dampak Penyebaran Coronavirus Disease 2019 (POJK Stimulus Dampak COVID-19). Mei 10, 2022. <https://www.ojk.go.id/id/regulasi/Documents/Pages/Stimulus-Perekonomian-Nasional-Sebagai-Kebijakan-Countercyclical-Dampak-Penyebaran-Coronavirus-Disease-2019/Ringkasan%20Eksekutif%20POJK%2011%20-%202020.pdf>
- Ramly, R. (2022, Januari 1). Kredit Perbankan Tumbuh 5,2 Persen pada 2021, Lebih Tinggi dari Proyeksi OJK. Kompas. <https://money.kompas.com/read/2022/01/20/125615626/kredit-perbankan-tumbuh-52-persen-pada-2021-lebih-tinggi-dari-proyeksi-ojk>
- Renjani, R. (2020). Analisis Pengaruh Current Account Saving Account, Operating Efficiency Ratio, dan Fee Based Income terhadap Profitabilitas pada Bank Umum Syariah Devisa Periode 2015-2019. Skripsi thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Septriawan, M., dkk. (2021). Pengaruh Restrukturisasi Kredit di Masa Pandemi COVID-19 terhadap Pendapatan pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. LPPM Universitas Batanghari Jambi: Journal of Economics and Business, 5(1), 94-98.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tentang Perubahan atas Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. (1998). *Undang-undang No 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan atas Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan*.

Halaman Persetujuan Artikel dari Dosen Pembimbing

Artikel saya berjudul

Analisis Dampak Penerapan PSAK 71 terhadap Pembentukan Cadangan Kerugian Penurunan Nilai dan Kinerja Keuangan pada Entitas Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Telah selesai dikoreksi dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk dipublikasikan.

		Tanda tangan	Tanggal
Mahasiswa	: Shason Auraluna Tarrega Isma	()	22/08/2022
Dosen Pembimbing	: Nedsal Sixpria, S.E., Ak., M.M.	()	22/08/2022

Penilaian Kinerja Keuangan Pemerintah Provinsi Sumatera Barat Tahun Anggaran 2016-2020.

Yusrina Darneli¹⁾, Herbirowo Nugroho²⁾

¹⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: Yusrina.darneli.ak17@mhs.w.pnj.ac.id

²⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: d4akuntansi.pnj@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to assess and determine the financial performance of the West Sumatra Provincial Government as measured by the ratio of regional financial independence, the ratio of the degree of decentralization, the ratio of effectiveness, the ratio of efficiency and the economic ratio. This study uses descriptive quantitative methods using documentation techniques for data collection. The data used is secondary data in the form of a Report on the Realization of the Regional Government Revenue and Expenditure Budget for the Province of West Sumatra for the 2016-2020 Fiscal Year. The results showed that the assessment of the financial performance of the West Sumatra Provincial Government as measured using (1) the ratio of regional financial independence was in the medium category with a participatory relationship pattern, (2) the degree of decentralization ratio was in the medium category, (3) the effectiveness ratio was in the category effective, (4) the efficiency ratio is in the less efficient category, (5) the economic ratio is in the economic category.

Keywords: *Regional Financial Performance, Regional Financial Independence Ratio, Decentralization Degree Ratio, Effectiveness Ratio, Efficiency Ratio, Economic Ratio.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menilai dan mengetahui kinerja keuangan Pemprov Sumatera Barat yang diukur dengan menggunakan rasio kemandirian keuangan daerah, rasio derajat desentralisasi, rasio efektivitas, rasio efisiensi dan rasio ekonomis. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan menggunakan teknik dokumentasi untuk pengumpulan data. Data yang digunakan merupakan data sekunder berupa Laporan Realisasi Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Pemerintah Provinsi Sumatera Barat Tahun Anggaran 2016-2020. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penilaian terhadap kinerja keuangan Pemerintah Provinsi Sumatera Barat yang diukur menggunakan (1) rasio kemandirian keuangan daerah berada pada kategori sedang dengan pola hubungan partisipatif, (2) rasio derajat desentralisasi berada di kategori sedang, (3) rasio efektivitas berada pada kategori efektif, (4) rasio efisiensi berada di kategori kurang efisien, (5) rasio ekonomis berada pada kategori ekonomis.

Kata-Kata Kunci: Kinerja Keuangan Daerah, Rasio Kemandirian keuangan Daerah, Rasio Derajat Desentralisasi, Rasio Efektivitas, Rasio Efisiensi, Rasio Ekonomis.

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Semenjak diberlakukannya sistem pemerintahan otonomi daerah sesuai dengan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Otonomi Daerah adalah hak, wewenang, dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri Urusan Pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia. Salah satu ciri daerah yang mampu melaksanakan otonomi daerahnya yaitu daerah tersebut harus memiliki kemampuan dan kewenangan untuk menggali sumber-sumber keuangan dan mengelola keuangan tersebut untuk membiayai penyelenggaraan pemerintahannya dan sudah mengurangi ketergantungan terhadap pemerintah pusat agar dapat mengoptimalkan pendapatan daerah khususnya PAD yang menjadi sumber keuangan terbesar. Berdasarkan hal tersebut, maka peranan pemerintah daerah menjadi lebih besar.

Kinerja keuangan sangat penting untuk dikaji dalam organisasi sektor publik. Penganggaran berbasis kinerja menuntut semua pemerintah daerah untuk mampu menghasilkan kinerja keuangan pemerintah daerahnya secara baik. Semakin meningkatnya tuntutan pelaksanaan akuntabilitas publik diharapkan dapat mengurangi terjadinya pemborosan, kebocoran dana dan mendeteksi program-program yang tidak layak secara ekonomi (Kurniawati, 2016).

Tabel 1 Tren APBD Pemerintah Provinsi Sumatera Barat Tahun 2016-2020 (dalam Rupiah)

	2016	2017	2018	2019	2020
Pendapatan	4.624.674.545.939,55	6.066.826.853.956,41	6.292.287.631.025,90	6.390.337.204.584,19	6.364.065.756.244,41
Belanja	4.504.037.258.760,43	5.759.818.392.400,62	6.267.376.231.091,09	6.551.278.880.635,32	6.408.293.788.337,93
Surplus (Defisit)	120.637.287.179,12	307.008.461.555,79	24.911.399.934,81	(160.941.676.051,13)	(44.228.032.093,52)

Sumber : Badan Keuangan Daerah Provinsi Sumatera Barat

Berdasarkan tabel diatas terlihat tren APBD Pemerintah Provinsi Sumatera Barat pada tahun 2016 sampai dengan tahun 2019 mengalami surplus terhadap pendapatan sedangkan di tahun 2020 mengalami penurunan dari tahun 2019. Namun terjadi defisit dari tahun 2019 sampai dengan tahun 2020. Pada tahun 2019 pendapatan masih mengalami kenaikan dari tahun 2018 akan tetapi mengikuti meningkatnya belanja daerah yang melampaui pendapatannya. Hal ini disebabkan meningkatnya belanja operasi dan belanja transfer. Di tahun 2020 pendapatan mengalami penurunan dibandingkan tahun 2019, penurunan terjadi pada Pendapatan Asli Daerah terdiri dari pajak daerah, pajak retribusi daerah, pendapatan hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan karena kebijakan selama Covid-19 untuk membatasi pergerakan masyarakat dan masih kurangnya pengawasan atas pelaksanaan pemungutan pajak daerah dan retribusi daerah. Belanja daerah pada tahun 2020 juga mengalami peningkatan yang melebihi pendapatannya yang disebabkan meningkatnya belanja operasi yaitu pada akun belanja hibah dan belanja tidak terduga terkait adanya *refocusing* dan realokasi anggaran belanja untuk penanganan Covid-19 pada Belanja Tak Terduga. Kinerja keuangan pemerintah daerah berguna dalam pengambilan keputusan dan pelaporan atas sumber daya yang dikelola pemerintah. Bentuk dari penilaian kinerja tersebut berupa analisis rasio keuangan yang berasal dari Laporan Realisasi Anggaran.

Hasil laporan pertanggungjawaban kinerja keuangan pemerintah akan di laporkan dalam Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (LKPD) yang kemudian akan diperiksa lebih lanjut oleh Badan Pemeriksa Keuangan (BPK) untuk memastikan kinerja keuangan sudah digunakan dengan semestinya dan dengan target yang sudah ditetapkan.

Rumusan Masalah

Penilaian kinerja keuangan daerah harus memuat data dan informasi yang relevan dan bermanfaat bagi pembuat keputusan seperti pihak internal maupun pihak eksternal agar dapat menginterpretasikan keberhasilan dan kegagalan secara lebih luas dan mendalam. Pemerintah Provinsi Sumatera Barat pada tahun 2019 sampai 2020 masih mengalami defisit terhadap APBD karena masih belum mengontrol dan membatasi penggunaan belanja daerah yang berlebihan dan masih belum mengoptimalkan pendapatan daerahnya yang disebabkan lemahnya pengawasan atas pelaksanaan pemungutan pajak daerah dan retribusi daerah, penerimaan deviden Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) dan sumbangan dari pihak ketiga, serta masih ada beberapa Organisasi Perangkat Daerah (OPD) yang mengirim laporan keuangan tidak sesuai dengan standar akuntansi dan belum tepat waktu serta belum menuntaskan penyelesaian tindak lanjut Laporan Hasil Pemeriksaan (LHP) Badan Pemeriksa keuangan (BPK) atas pengelolaan keuangan daerah terutama terkait temuan-temuan yang merekomendasikan pengembalian uang negara.

Tujuan

Berkaitan dengan permasalahan tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengukur kinerja keuangan pemerintah daerah Provinsi Sumatera Barat yang dinilai berdasarkan rasio kemandirian keuangan daerah, rasio derajat desentralisasi, rasio efektivitas, rasio efisiensi, dan rasio ekonomis pada tahun anggaran 2016-2020.
2. Untuk menginterpretasikan hasil dari pengukuran kinerja keuangan pemerintah daerah Provinsi Sumatera Barat Tahun Anggaran 2016-2020.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Keuangan Daerah

Menurut Halim et al. (2010) menyatakan bahwa keuangan daerah dapat diartikan sebagai semua hak dan kewajiban yang dapat dinilai dengan uang, demikian pula segala sesuatu baik berupa uang maupun barang yang dapat dijadikan kekayaan daerah sepanjang belum dimiliki oleh negara atau daerah yang lebih tinggi serta pihak-pihak lain sesuai peraturan perundangan yang berlaku.

Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah

Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 13 Tahun 2006 tentang Pedoman Pengelolaan Keuangan Daerah menyebutkan bahwa Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah, selanjutnya disingkat APBD adalah rencana keuangan tahunan pemerintahan daerah yang dibahas dan disetujui bersama oleh pemerintah daerah dan DPRD, dan ditetapkan dengan peraturan daerah. Adapun struktur APBD berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 13 Tahun 2006, terdiri dari 3 (tiga) bagian yaitu pendapatan daerah, belanja daerah dan pembiayaan daerah.

Laporan Realisasi Anggaran

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2010 tentang Standar Akuntansi Pemerintahan menyebutkan bahwa Laporan Realisasi Anggaran (LRA) adalah salah satu komponen laporan keuangan pemerintah yang menyajikan informasi tentang realisasi dan anggaran entitas pelaporan secara tersanding untuk suatu periode tertentu. LRA menyajikan ikhtisar sumber, alokasi, dan pemakaian sumber daya keuangan yang dikelola oleh pemerintah pusat/daerah, yang menggambarkan perbandingan antara anggaran dan realisasinya dalam satu periode pelaporan.

Pengukuran Kinerja Sektor Publik

Pengukuran kinerja sektor publik adalah suatu yang bertujuan untuk membantu manajer publik menilai capaian suatu strategi melalui tolok ukur kinerja yang ditetapkan. Tolok ukur kinerja tersebut dapat berupa pengukuran kinerja keuangan. Pengukuran kinerja keuangan ini sangat penting untuk menilai akuntabilitas organisasi dan manajer dalam menghasilkan pelayanan publik yang baik. Akuntabilitas bukan sekedar kemampuan menunjukkan bagaimana uang publik dibelanjakan, tetapi meliputi kemampuan menunjukkan bahwa uang publik tersebut telah dibelanjakan secara ekonomis, efisiensi dan efektif. Halim & Kusufi (2014).

Penilaian Kinerja Keuangan Pemerintah Daerah

Salah satu cara yang digunakan untuk mengukur dan menilai kinerja keuangan sektor publik adalah dengan menggunakan rasio keuangan terhadap Laporan Realisasi Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah yang telah ditetapkan dan dilaksanakan. Pengukuran menggunakan rasio keuangan pada Laporan Realisasi Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah dilakukan dengan membandingkan hasil yang dicapai dari satu periode dengan periode sebelumnya sehingga dapat diketahui kecenderungan yang terjadi. Beberapa rasio yang dapat dikembangkan berdasarkan data keuangan yang bersumber dari APBD menurut Halim & Kusufi (2014) antara lain adalah sebagai berikut :

1. Rasio Kemandirian Keuangan Daerah

Menurut Mahsun (2016) rasio kemandirian keuangan daerah untuk mengukur kemampuan pemerintah daerah dalam membiayai penyelenggaraan pemerintah sendiri, pembangunan dan pelayanan masyarakat yang telah membayar pajak dan retribusi sebagai sumber pendapatan daerah. Semakin tinggi rasio kemandirian keuangan daerah, tingkat ketergantungan terhadap bantuan pihak eksternal (terutama pemerintah pusat dan provinsi) semakin rendah, dan begitu sebaliknya. Semakin rendah tingkat rasio kemandirian berarti bahwa tingkat ketergantungan daerah terhadap bantuan pemerintah pusat dan provinsi semakin tinggi. Rasio Kemandirian Daerah dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{RKKD} = \frac{\text{Pendapatan Asli Daerah}}{\text{Transfer Pemerintah Pusat dan provinsi serta Pinjaman}} \times 100\%$$

Tabel 1 Klasifikasi Rasio Kemandirian dan Kemampuan Keuangan Daerah

Rasio Kemandirian (%)	Kemampuan Keuangan	Pola Hubungan
0 – 25	Rendah Sekali	Instruktif
25 – 50	Rendah	Konsultatif
50 – 75	Sedang	Pastisipatif
75 – 100	Tinggi	Delegatif

Sumber : Kepmendagri No.600.900-327

2. Rasio Derajat Desentralisasi

Menurut Mahmudi (2016) Rasio derajat desentralisasi adalah ukuran yang menunjukkan tingkat kewenangan dan tanggung jawab yang diberikan pemerintah pusat terhadap pemerintah daerah untuk melaksanakan pembangunan. Rasio Derajat desentralisasi dihitung berdasarkan perbandingan antara jumlah Pendapatan Asli Daerah (PAD) dengan total penerimaan daerah. Rasio ini menunjukan derajat kontribusi PAD terhadap total penerimaan daerah. Semakin tinggi kontribusi PAD maka semakin tinggi kemampuan pemerintah daerah dalam penyelenggaraan desentralisasi. Rasio Derajat Desentralisasi dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$RDD = \frac{\text{Pendapatan Asli Daerah}}{\text{Total Pendapatan Dearh}} \times 100\%$$

Tabel 2 Klasifikasi Rasio Derajat Desentralisasi Keuangan Daerah

Rasio Derajat Desentralisasi (%)	Kategori Derajat Desentralisasi
00,00 - 10,00	Sangat Kurang
10,01 - 20,00	Kurang
20,01 - 30,00	Cukup
30,01 - 40,00	Sedang
40,01 - 50,00	Baik
> 50,00	Sangat Baik

Sumber : Kepmendagri No.600.900-327

3. Rasio Efektivitas

Menurut Mahsun (2016) rasio efektivitas adalah ukuran berhasil tidaknya suatu organisasi mencapai tujuannya. Apabila suatu organisasi berhasil mencapai tujuan, maka organisasi tersebut dikatakan telah berjalan dengan efektif. Hal terpenting yang perlu dicatat adalah bahwa efektivitas tidak menyatakan tentang berapa besar biaya yang telah dikeluarkan untuk mencapai tujuan tersebut. Efektivitas hanya melihat apakah suatu program atau kegiatan telah mencapai tujuan yang telah di tetapkan. Rasio ini dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Rasio Efektivitas} = \frac{\text{Realisasi Penerimaan Pendapatan}}{\text{Anggaran Penerimaan Pendapatan}} \times 100\%$$

Tabel 3 Klasifikasi Rasio Efektivitas Keuangan Daerah

Rasio Efektivitas (%)	Kategori Efektivitas
>100 ke atas	Sangat Efektif
>90 – 100	Efektif
>80 – 90	Cukup Efektif
>60 – 80	Kurang Efektif
<60	Tidak Efektif

Sumber : Kepmendagri No.600.900-327

4. Rasio Efisiensi

Menurut Mahsun (2016) rasio efisiensi adalah rasio yang menggambarkan dan menunjukkan tingkat perbandingan antara besarnya biaya yang telah dikeluarkan untuk realisasi belanja daerah dengan realisasi pendapatan yang telah diterima. Kinerja keuangan pemerintah daerah dalam melakukan serta melaksanakan kegiatan pemungutan pendapatan dikategorikan secara efisien apabila rasio yang hendak dicapai kurang dari 1 (satu) atau dibawah 100 persen. Rasio ini dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Rasio Efisiensi} = \frac{\text{Realisasi Belanja Daerah}}{\text{Realisasi Pendapatan Daerah}} \times 100\%$$

Tabel 4 Klasifikasi Rasio Efisiensi Keuangan Daerah

Kategori Efisiensi	Rasio Efisiensi (%)
Tidak Efisien	> 100 ke atas
Kurang Efisien	90 - 100
Cukup Efisien	80 - 90
Efisien	60 - 80
Sangat Efisien	<60

Sumber : Kepmendagri No.600.900-327

5. Rasio Ekonomis

Menurut Mahsun (2016) rasio ekonomis (kehematan) sebagai tingkat biaya yang dikeluarkan untuk melaksanakan suatu kegiatan atau memperoleh sesuatu. Untuk melihat seberapa besar tingkat ekonomis sebuah anggaran bisa dilihat dari berapa persentase tingkat pencapaian. Untuk mengukur tingkat ekonomi dalam mengelola keuangan dengan melihat perbandingan antara anggaran belanja dengan realisasinya dengan persentase tingkat pencapaiannya. Rasio ini dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Rasio Ekonomis} = \frac{\text{Realisasi Belanja Daerah}}{\text{Anggaran Belanja Daerah}} \times 100\%$$

Tabel 5 Klasifikasi Rasio Ekonomis Keuangan Daerah

Rasio Ekonomis (%)	Kategori Rasio Ekonomis
> 100%	Sangat Ekonomis
90% - 100%	Ekonomis
80% - 90%	Cukup Ekonomis
60% - 80%	Kurang Ekonomis
< 60%	Tidak Ekonomis

Sumber : Kepmendagri No.600.900-327

3. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif-kuantitatif yang dimaksud untuk mendeskripsikan, menggambarkan, dan mengetahui hasil kinerja keuangan Pemerintah Provinsi Sumatera Barat menggunakan data angka yang terdapat dalam Laporan Realisasi Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Tahun Anggaran 2016-2020.

Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, yang akan menjadi objek penelitian adalah Laporan Realisasi Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Provinsi Sumatera Barat Tahun Anggaran 2016-2020.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder, data sekunder penelitian ini berupa dokumen LRA Provinsi Sumatera Barat Tahun Anggaran 2016-2020 yang diperoleh dari *website* Badan Keuangan Daerah Provinsi Sumatera Barat dan menggunakan jenis data kuantitatif berupa angka yang terdapat di Laporan Realisasi Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Provinsi Sumatera Barat Tahun Anggaran 2016-2020.

Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik dokumentasi, yaitu dengan melakukan pengambilan data pada Badan Keuangan Daerah Provinsi Sumatera Barat dalam situs <https://dpkd.sumbarprov.go.id/> berupa Laporan Realisasi Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Pemerintah Provinsi Sumatera Barat Tahun Anggaran 2016-2020 serta Gambaran Umum Provinsi Sumatera Barat dari situs pemerintah daerah di internet.

Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif-kuantitatif. Menurut Sumual et al., (2017) analisis deskriptif-kuantitatif adalah kegiatan dimana tingkat pekerjaannya mencakup cara-cara pengumpulan, menyusun atau mengatur, mengelola, menyajikan dan menganalisis data angka agar dapat memberikan gambaran yang teratur, ringkas dan jelas mengenai keadaan, peristiwa atau gejala tertentu sehingga dapat ditarik makna atau kesimpulan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengukuran Kinerja Keuangan Pemprov Sumatera Barat Menggunakan Rasio

1. Rasio Kemandirian Keuangan Daerah

Tabel 6 Hasil Perhitungan Rasio Kemandirian Daerah Pemerintah Provinsi Sumatera Barat Tahun Anggaran 2016-2020

Tahun	Pendapatan Asli Daerah (Rp)	Pendapatan Transfer Pusat dan Pinjaman (Rp)	Rasio (%)	Kemampuan Keuangan/ Pola Hubungan
2016	1.964.148.975.798,55	2.618.608.271.110,00	75,00	Sedang/Partisipatif
2017	2.134.010.519.503,41	3.917.012.185.168,00	54,48	Sedang/Partisipatif
2018	2.275.090.068.586,90	4.002.064.210.887,00	56,85	Sedang/Partisipatif
2019	2.328.432.873.686,19	4.108.591.363.496,00	56,67	Sedang/Partisipatif
2020	2.255.072.985.427,41	4.056.179.992.936,00	55,60	Sedang/Partisipatif
Rata-rata			59,72	Sedang/Partisipatif

Sumber: LRA Provinsi Sumatera Barat Tahun 2016-2020 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa rasio kemandirian keuangan daerah pada tahun 2016 sampai 2022 berkisaran antara 50%-75% dikategorikan sedang dengan pola hubungan partisipatif hal ini menunjukkan bahwa Pemerintah Provinsi Sumatera Barat sudah mulai mengurangi ketergantungan pendanaan dari Pemerintah Pusat dan mampu meningkatkan kualitas otonomi daerah serta dapat membiayai kegiatan pemerintahan, pembangunan dan pelayanan publik dengan lebih memberdayakan sumber daya Pemerintah Provinsi dengan tingkat kemandirian yang sudah cukup memadai.

2. Rasio Derajat Desentralisasi

Tabel 7 Hasil Perhitungan Rasio Derajat Desentralisasi Pemerintah Provinsi Sumatera Barat Tahun Anggaran 2016-2020

Tahun	Pendapatan Asli Daerah (Rp)	Total Pendapatan Daerah (Rp)	Rasio (%)	Kategori Derajat Desentralisasi
2016	1.964.148.975.798,55	4.624.674.545.939,55	42,47	Baik
2017	2.134.010.519.503,41	6.066.826.853.956,41	35,18	Sedang
2018	2.275.090.068.586,90	6.292.287.631.025,90	36,16	Sedang
2019	2.328.432.873.686,19	6.390.337.204.584,19	36,44	Sedang
2020	2.255.072.985.427,41	6.364.065.756.244,41	35,43	Sedang
Rata-rata			37,13	Sedang

Sumber: LRA Provinsi Sumatera Barat Tahun 2016-2020 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa rasio derajat desentralisasi tahun 2016 berkisar antara 40,01%-50,00% dengan kategori baik artinya pemerintah daerah mampu untuk membiayai setiap kebutuhan daerahnya dan dapat mengatur sumber-sumber pendapatan dan memberdayakan masyarakat dan tidak bergantung banyak kepada pemerintah pusat. Namun di tahun 2017 sampai 2020 mengalami penurunan rasio derajat desentralisasi berada di kisaran 30,01%- 40,01% dikategorikan sedang menunjukkan bahwa pemerintah daerah belum cukup

optimal dalam menjalankan desentralisasi dan belum sepenuhnya bisa dalam membiayai pembangunan daerah setiap tahunnya.

3. Rasio Efektivitas

Tabel 8 Hasil Perhitungan Rasio Efektivitas Pemerintah Provinsi Sumatera Barat Tahun Anggaran 2016-2020

Tahun	Realisasi Penerimaan Pendapatan (Rp)	Anggaran Penerimaan Pendapatan (Rp)	Rasio (%)	Kategori Efektivitas
2016	4.624.674.545.939,55	4.630.406.536.915,00	99,88	Efektif
2017	6.066.826.853.956,41	6.132.481.349.250,00	98,93	Efektif
2018	6.292.287.631.025,90	6.464.256.196.560,00	97,34	Efektif
2019	6.390.337.204.584,19	6.607.003.065.730,00	96,72	Efektif
2020	6.364.065.756.244,41	6.421.814.751.636,00	99,10	Efektif
Rata-rata			98,39	Efektif

Sumber: LRA Provinsi Sumatera Barat Tahun 2016-2020 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa rasio efektivitas Provinsi Sumatera Barat tahun 2016 sampai 2020 ada di persentase 90%-100% dikategorikan efektif walaupun realisasi pendapatan lebih kecil dari anggaran pendapatannya. Hal ini menunjukkan bahwa pencapaian total pendapatan Sumatera Barat sudah optimal dan mampu memobilitas penerimaan pendapatan sesuai dengan tercapainya tujuan program dan kegiatan daerahnya serta kinerja dari pendapatan daerah sudah dijalankan sesuai dengan tujuannya dan cukup optimal.

4. Rasio Efisiensi

Tabel 9 Hasil Perhitungan Rasio Efisiensi Pemerintah Provinsi Sumatera Barat Tahun Anggaran 2016-2020

Tahun	Realisasi Belanja Daerah (Rp)	Realisasi Pendapatan Daerah (Rp)	Rasio (%)	Kategori Efisiensi
2016	4.504.037.258.760,43	4.624.674.545.939,55	97,39	Kurang Efisien
2017	5.759.818.392.400,62	6.066.826.853.956,41	94,94	Kurang Efisien
2018	6.267.376.231.091,09	6.292.287.631.025,90	99,60	Kurang Efisien
2019	6.551.278.880.535,32	6.390.337.204.584,19	102,52	Tidak Efisien
2020	6.408.293.788.337,93	6.364.065.756.244,41	100,69	Tidak Efisien
Rata-rata			99,03	Kurang Efisien

Sumber: LRA Provinsi Sumatera Barat Tahun 2016-2020 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa rasio efisiensi Provinsi Sumatera Barat tahun 2016 sampai 2018 berkisar antara 90%-100% dengan kategori kurang efisien, karena setiap tahun belanja daerah terus meningkat terdiri dari meningkatnya belanja operasi, belanja modal dan transfer yang dapat diartikan masih kurang baik bagi Provinsi Sumatera Barat karena belum menekan jumlah belanja daerahnya. Pada tahun 2019 sampai 2020 rasio efisiensi berada dikisaran lebih dari 100% ini dikategorikan tidak efisien karena di tahun 2019 pendapatan masih lebih tinggi dibanding tahun 2018 akan tetapi diikuti dengan meningkatnya belanja daerah dan di 2020 pendapatan mengalami penurunan karena di masa pandemi Covid-19 pemerintah

mambatasi aktivitas masyarakat dan Pemrpov Sumbar belum mengoptimalkan pendapatan daerahnya serta di belanja daerah juga mengalami penurunan dari tahun 2019 akan tetapi masih melebihi dari pendapatan karena besarnya belanja hibah dan belanja tidak terduga untuk menanggulangi pandemi Covid-19. Dengan tingginya tingkat rasio efisiensi menunjukkan bahwa kinerja dari pendapatan daerah Provinsi Sumatera Barat mengalami penurunan karena besarnya belanja yang dikeluarkan hampir mendekati besarnya pendapatan bahkan sampai melebihi realisasi pendapatan. Dikatakan tidak efisien berarti hasil kinerja selama periode tertentu belum bisa tercapai sesuai target menggunakan sumber daya dan dana yang seefisien mungkin. Untuk kedepannya Provinsi Sumatera Barat dapat meminimalisir jumlah belanjanya disesuaikan dengan pendapatannya sehingga dapat meningkatkan efisiensi belanja daerah.

5. Rasio Ekonomis

Tabel 10 Hasil Perhitungan Rasio Ekonomis Pemerintah Provinsi Sumatera Barat Tahun Anggaran 2016-2020

Tahun	Realisasi Belanja Daerah (Rp)	Anggaran Belanja Daerah (Rp)	Rasio (%)	Kategori Rasio Ekonomis
2016	4.504.037.258.760,43	4.806.903.528.388,86	93,70	Ekonomis
2017	5.759.818.392.400,62	6.356.615.627.902,98	90,61	Ekonomis
2018	6.267.376.231.091,09	6.895.649.672.145,77	90,89	Ekonomis
2019	6.551.278.880.535,32	7.088.398.548.692,72	92,42	Ekonomis
2020	6.408.293.788.337,93	6.730.206.648.425,59	95,22	Ekonomis
Rata-rata			92,57	Ekonomis

Sumber: LRA Provinsi Sumatera Barat Tahun 2016-2020 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa rasio ekonomis pada tahun 2016 sampai 2020 berkisar antara 90%-100% yang dikategorikan ekonomis. Akan tetapi di tahun 2017 mengalami penurunan terhadap rasio ekonomis dan di tahun 2018 sampai 2020 mengalami peningkatan secara fluktuatif dan masih dalam kategori ekonomis. Walaupun demikian jika dilihat dari besarnya realisasi belanja daerah masih banyak anggaran belanja yang tidak terealisasi. Hal ini menunjukkan bahwa pemerintah Provinsi Sumatera Barat telah mengelola anggaran dengan cara yang ekonomis dan cukup optimal dalam pencapaian target belanja daerahnya.

4. PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil penelitian penilaian dan pengukuran kinerja keuangan Provinsi Sumatera Barat dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penilaian kinerja keuangan Provinsi Sumatera Barat Tahun Anggaran 2016-2020 menggunakan rasio kemandirian keuangan daerah pada tahun 2016 sampai 2020 berkisaran antara 50%-75% dikategorikan sedang dengan pola hubungan partisipatif.

2. Hasil penilaian kinerja keuangan Provinsi Sumatera Barat Tahun Anggaran 2016-2020 menggunakan rasio derajat desentralisasi pada tahun 2016 sampai 2020 berkisar antara 30,01%-40,01% dikategorikan sedang.
3. Hasil penilaian kinerja keuangan Provinsi Sumatera Barat Tahun Anggaran 2016-2020 menggunakan rasio efektivitas pada tahun 2016 sampai 2020 kisaran antara 90%-100% dikategorikan efektif.
4. Hasil penilaian kinerja keuangan Provinsi Sumatera Barat Tahun Anggaran 2016-2020 menggunakan rasio efisiensi pada tahun 2016 sampai 2018 berada dikisaran 90%-100% dengan kategori kurang efisien dan di tahun 2019-2020 berada di kisaran lebih dari 100% dikategorikan tidak efisien.
5. Hasil penilaian kinerja keuangan Provinsi Sumatera Barat Tahun Anggaran 2016-2020 menggunakan rasio ekonomis bahwa di tahun 2016 sampai 2020 berkisar antara 90%-100% yang dikategorikan ekonomis.

Saran

1. Pemerintah Provinsi Sumatera Barat diharapkan dapat lebih meningkatkan PAD, maka dari itu Provinsi Sumatera Barat sebaiknya lebih mengoptimalkan Pendapatan Asli Daerah. Hal ini dapat dilakukan dengan cara meningkatkan pengawasan dan pelaksanaan pemungutan pajak daerah maupun retribusi daerah sesuai dengan ketentuan yang berlaku serta melakukan pengawasan kinerja pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan dengan mengelola potensi-potensi daerah seperti penerimaan dividen Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) dan sumbangan dari pihak ketiga.
2. Provinsi Sumatera Barat juga di harapkan memperhatikan penggunaan anggaran belanja daerah terutama belanja operasi seperti belanja pegawai, belanja hibah, belanja barang dan jasa dan belanja transfer sehingga dapat mengefisiensikan anggaran belanjanya dengan baik dan tidak terjadi penggunaan dana yang berlebihan untuk menjalankan program-programnya.
3. Bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan observasi langsung ke pemerintah daerah serta melakukan wawancara dengan pihak-pihak terkait agar mendapat informasi yang lebih rinci dan luas terkait kinerja keuangan pemerintah daerah

DAFTAR PUSTAKA

- Halim, A., & Kusufi, M. S. (2014). Teori, Konsep, dan Aplikasi Akuntansi Sektor Publik. *Jakarta: Salemba Empat.*
- Halim, A., Restianto, Y. E., & Karman, I. W. (2010). *Sistem Akuntansi Sektor Publik.*
- Kurniawati, N. (2016). Analisis Penerapan Konsep Value For Money pada Pemerintah Kabupaten Bantul. *Jurnal Akuntansi Manajemen*, 3(1)
- Mahmudi, M. (2016). Analisis Laporan Keuangan Pemerintah Daerah. *Edisi Ketiga, UPP STIM YKPN, Yogyakarta*
- Mahsun, M. (2016). Pengukuran Kinerja Sektor Publik (Edisi Pert). *BPFYogyakarta.*
- Sumual, C. D., Kalangi, L., & Gerungai, N. Y. T. (2017). Analisis Pengukuran Kinerja Keuangan Pada Pemerintah Kota Tomohon. *GOING CONCERN: JURNAL RISET AKUNTANSI*, 12(2).

Halaman Persetujuan Artikel dari Dosen Pembimbing

Artikel saya berjudul :

“Penilaian Kinerja Keuangan Pemerintah Provinsi Sumatera Barat Tahun Anggaran 2016-2020.”

Telah selesai dikoreksi dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk dipublikasikan.

	Tanda tangan	Tanggal
Mahasiswa		
Yusrina Darneli		(20/8/2022)
Dosen Pembimbing		
Herbirowo Nugroho, S.E., M.Si. Ak., CPAI.		(20/8/2022)

Apakah Pengakuan Pendapatan Perusahaan *E-Commerce* Sudah Sesuai dengan Standar Akuntansi yang Berlaku? (Studi Kasus PT. XYZ)

Jihan Fauruz¹⁾, Yusep Friya Purwa Setya²⁾

¹⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: jihan.fauruz.ak17@mhs.w.pnj.ac.id

²⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: yusep.friya@akuntansi.pnj.ac.id

ABSTRACT

This study is about the suitability of revenue recognition and recording at one of the e-commerce companies in education in Indonesia, namely PT. XYZ with applicable Financial Accounting Standards. This type of study is descriptive qualitative research. The object of this study is the revenue recognition system of PT. XYZ. The data used in this study is primary data in the form of interviews. The conclusion of this study is the income of PT. XYZ consists of two sources, which are individual and collective. The accounting principle of revenue recognition of PT. XYZ is not in accordance with SAK EMKM for individual and collective income from schools because it immediately recognizes income when the service has not been performed. However, it is in accordance with SAK EMKM for collective income from the community because it is recognized when the service has been performed.

Keywords: Revenue recognition; E-Commerce; SAK EMKM

ABSTRAK

Penelitian ini mengenai kesesuaian pengakuan dan pencatatan pendapatan pada salah satu perusahaan *e-commerce* bidang pendidikan di Indonesia, yaitu PT. XYZ dengan Standar Akuntansi Keuangan yang berlaku. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Objek penelitian ini adalah sistem pengakuan pendapatan PT. XYZ. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dalam bentuk wawancara. Kesimpulan dari penelitian ini adalah pendapatan PT. XYZ terdiri dari dua sumber, yaitu individu dan kolektif. Prinsip akuntansi pengakuan pendapatan PT. XYZ belum sesuai dengan SAK EMKM untuk pendapatan individu dan kolektif dari sekolah karena langsung mengakui adanya pendapatan di saat jasa belum dilaksanakan. Namun telah sesuai dengan SAK EMKM untuk pendapatan kolektif dari komunitas karena diakui ketika jasa telah dilaksanakan.

Kata-Kata Kunci: Pengakuan pendapatan; E-Commerce; SAK EMKM

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi memunculkan internet, yang kemudian mendorong adanya transaksi melalui internet di dunia, kemudian disebut sebagai transaksi elektronik atau perdagangan secara elektronik atau *electronic commerce (e-commerce)* (Akhmaddhian & Agustiwi, 2016; Perkasa, Nyoman Serikat, & Turisno, 2016; Puryanto, 2020). Kemudahan yang

ditawarkan oleh *e-commerce* membuat *e-commerce* semakin populer di dunia maupun di Indonesia, sehingga adopsi *e-commerce* terjadi hampir di segala sektor, termasuk bidang pendidikan (Arimbhi, Susanto & Ghany, 2019; Wicaksono & Aminata, 2018).

Setiap transaksi yang terjadi baik secara *offline* maupun *online* erat kaitannya dengan proses akuntansi terutama mengenai bagaimana pengakuan pendapatan dari suatu transaksi, karena hal tersebut dapat menentukan perhitungan laba demi kelangsungan perusahaan (Rosalie & Budiarmo, 2017). Untuk mengakui pendapatan, penting untuk melakukan pembukuan dan pembuatan laporan keuangan sesuai Standar Akuntansi Keuangan (SAK) yang berlaku (Gie, 2021).

PT. XYZ merupakan perusahaan *start-up e-commerce* bidang pendidikan yang produk utamanya adalah *tryout* berbasis *online* untuk jenjang SD, SMP, SMA dan pasca SMA/Sederajat. Untuk melakukan pencatatan akuntansi PT. XYZ berpedoman pada Standar Operasional Perusahaan (SOP), namun belum dapat dipastikan SOP yang digunakan mengacu pada SAK yang mana. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana proses pengakuan pendapat, kesesuaiannya dengan SAK yang berlaku, dan pencatatan pendapatan yang dilakukan PT. XYZ.

2. TINJAUAN PUSTAKA

E-Commerce

Perdagangan elektronik (*e-commerce*) mengacu pada proses pertukaran kepemilikan atau hak dalam penggunaan barang dan jasa melalui perangkat yang terhubung dalam jaringan (VanHoose, 2011). Asokan (1998) dalam Adaji & Vassileva (2017) juga menjelaskan bahwa *e-commerce* adalah tindakan melakukan aktivitas komersial atau tindakan jual-beli yang dilakukan melalui jaringan internet. *Electronic commerce (e-commerce)* juga didefinisikan sebagai kumpulan aktivitas jual-beli produk atau untuk bertukar data yang berharga melalui *platform online* (Kim & Niehm (2009) dalam Faraoni, Rialti, Zollo, & Pellicelli (2019)). Dari penjelasan-penjelasan tersebut, *e-commerce* dapat didefinisikan sebagai kumpulan aktivitas pertukaran kepemilikan atau hak maupun aktivitas jual-beli produk yang dilakukan melalui jaringan internet.

Rerung (2018) menyebutkan karakteristik *e-commerce* sebagai berikut, yaitu transaksi dapat dilakukan di mana pun dan kapan pun, dapat dilakukan tanpa harus bertatap muka, produk yang ditawarkan lebih beragam, dan barang tak berwujud juga diperjualbelikan, yaitu seperti *e-book* dan *software*. Proses bisnis *e-commerce* secara umum yaitu (Prasetio, Ashoer, Hutahaean et al., 2021; Romindo, Muttaqin, Saputra et al., 2019) (1) *information sharing*, penjual mencari dan menjangkau calon pembeli, sedangkan pembeli mencari produk yang dibutuhkan atau diinginkan, (2) mencari informasi sehubungan dengan proses transaksi, (3) terjadi transaksi, (4) pendistribusian ke tangan konsumen.

Terdapat 7 jenis interaksi *e-commerce*, yaitu (Rerung, 2018):

1. *Business-to-Customer (B2C)*
Perdagangan antara perusahaan dengan konsumen akhir secara eceran.
2. *Business-to-Business (B2B)*
Perdagangan antar perusahaan, mencakup pedagang grosir atau pengecer.
3. *Customer-to-Customer (C2C)*
Perdagangan antar konsumen atau individu ke individu melalui pihak ketiga, yaitu *marketplace*.

4. *Customer-to-Business* (C2B)
Perdagangan antara konsumen dengan perusahaan tertentu sebagai pasar tujuannya.
5. *Business-to-Administration* (B2A)
Transaksi antara individu (perusahaan) dengan administrasi publik.
6. *Customer-to-Administration* (C2A)
Transaksi antara individu (perorangan) dengan administrasi publik.
7. *Online-to-Offline* (O2O)
Menarik pelanggan dari saluran *online* untuk ke toko fisik (*offline*).

Pengklasifikasian bisnis *e-commerce* di Indonesia sebagai berikut:

Tabel 1. Klasifikasi bisnis *e-commerce*

No.	Jenis Website E-Commerce	Kelompok Interaksi	Penjelasan	Contoh
1	Listing atau iklan baris	B2C, C2C	Sebuah <i>platform</i> untuk individu dapat memasang barang jualan secara gratis. Cocok untuk penjual yang menjual barang dengan kuantitas kecil.	OLX, berniaga.com
2	Online Marketplace	C2C	Model bisnis yang memfasilitasi individu untuk berjualan, mempromosikan barang dagangannya, dan juga untuk transaksi uang secara <i>online</i>	Tokopedia, Bukalapak, Shopee
3	Shopping Mall	B2B, B2C	Model bisnis ini mirip dengan <i>marketplace</i> , akan tetapi penjualnya berupa perusahaan yang umumnya merupakan <i>brand</i> ternama karena adanya proses verifikasi yang ketat.	Blibli.com, Zalora.com
4	Toko online	B2C	Model bisnis ini mirip dengan <i>marketplace</i> ataupun <i>shopping mall</i> , yang membedakan adalah penjual merupakan sebuah perusahaan yang memiliki alamat <i>website</i> (domain) sendiri untuk menjual produknya secara <i>online</i> kepada konsumen.	Lazada.co.id, bhinneka.com
5	Toko online di media sosial	C2C	Model bisnis ini merupakan segala transaksi yang menggunakan media sosial (seperti <i>facebook</i> , <i>twitter</i> , dan <i>instagram</i>) untuk mempromosikan dan menjual produknya.	Setiap individu yang berjualan dengan media sosial
6	Jenis-jenis website <i>crowdsourcing</i> dan <i>crowdfunding</i>	C2B	Sebuah <i>platform</i> untuk mengumpulkan orang-orang dengan <i>skill</i> yang sama (<i>crowdsourcing</i>) atau untuk penggalangan dana (<i>crowdfunding</i>) secara <i>online</i> .	Freelancer.co.id, Kitabisa.com
7	Education Tech	B2C	Model bisnis yang berfokus pada layanan berbasis pendidikan.	Ruangguru.com, Zenius Education

Sumber: Pradana (2017, p. 171), data sekunder diolah (dengan beberapa perubahan)

Pengakuan Pendapatan

Untuk melakukan pengakuan pendapatan setiap perusahaan tentunya menyesuaikan prinsip akuntansi yang berlaku di negara tempat perusahaan itu berada, di Indonesia terbagi menjadi lima jenis standar dan berdiri sendiri, yaitu sebagai berikut (Bahri, 2020):

1. Standar Akuntansi Keuangan (SAK) Umum

Disusun dari adopsi IFRS dan wajib diterapkan untuk entitas dengan akuntabilitas publik, yang telah mengajukan pernyataan pendaftaran atau sedang dalam proses pengajuan pendaftaran atau sudah terdaftar pada pasar publik dan menguasai aset dalam kapasitas sebagai fidusia bagi sekelompok besar masyarakat.

Laporan keuangan SAK Umum terdiri dari laporan posisi keuangan, laporan laba rugi dan penghasilan komprehensif lainnya, laporan perubahan ekuitas, laporan arus kas, serta catatan atas laporan keuangan.

2. Standar Akuntansi Keuangan – Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP)

Dibuat untuk entitas tanpa akuntabilitas publik, yaitu entitas yang (Ikatan Akuntan Indonesia, 2011) tidak memiliki akuntabilitas publik yang signifikan dan menerbitkan laporan keuangan untuk tujuan umum bagi pengguna eksternal.

Persyaratan untuk pengakuan dan pengukuran aset, kewajiban, penghasilan dan beban dalam SAK ETAP didasarkan pada prinsip pervasif. Suatu pos dalam neraca atau laporan laba rugi, yaitu aset, liabilitas, pendapatan dan beban diakui apabila ada kemungkinan bahwa manfaat ekonomi yang terkait dengan pos tersebut akan mengalir dari atau ke dalam entitas dan mempunyai nilai atau biaya yang dapat diukur dengan andal. Umumnya nilai atau biaya suatu pos diketahui, namun dalam beberapa kasus harus diestimasi. Dasar pengukuran umumnya adalah biaya historis dan nilai wajar.

Laporan keuangan SAK ETAP terdiri dari neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, laporan arus kas, dan catatan atas laporan keuangan. Entitas harus menyusun laporan keuangan menggunakan dasar akrual, kecuali laporan arus kas.

3. Standar Akuntansi Keuangan – Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM)

Dibuat untuk digunakan oleh entitas yang memenuhi definisi entitas tanpa akuntabilitas publik yang signifikan dalam SAK ETAP dan karakteristik Usaha Mikro, Kecil, dan menengah (UMKM) yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, yaitu:

a. Entitas Mikro

Memiliki kekayaan bersih tidak termasuk tanah dan bangunan paling banyak Rp50.000.000 (lima puluh juta rupiah) atau pendapatan selama setahun paling banyak Rp300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).

b. Entitas Kecil

Memiliki kekayaan bersih tidak termasuk tanah dan bangunan lebih dari Rp50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan Rp500.000.000 (lima ratus juta rupiah) atau pendapatan selama setahun Rp300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan Rp2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

c. Entitas Menengah

Entitas dengan aset bersih tidak termasuk tanah dan bangunan lebih dari Rp500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan Rp10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah) atau pendapatan selama setahun lebih dari Rp2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan Rp50.000.000.000 (lima puluh milyar rupiah).

Laporan keuangan minimum SAK EMKM (IAI, 2018) terdiri dari laporan posisi keuangan, laporan laba rugi, dan catatan atas laporan keuangan yang disusun menggunakan asumsi dasar akrual.

4. Standar Akuntansi Keuangan Syariah (SAK Syariah/SAS)

Merupakan pengembangan model SAK dengan berbasis pada konsep-konsep akuntansi umum yang telah disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah sebagai pedoman untuk entitas kebijakan syariah seperti bank syariah, pegadaian syariah, koperasi syariah, badan zakat, dan lain sebagainya.

Laporan keuangan syariah terdiri dari neraca, laporan laba rugi, laporan arus kas, laporan perubahan ekuitas, laporan sumber dan penggunaan dana zakat, laporan sumber dan penggunaan dana kebijakan, serta catatan atas laporan keuangan.

5. Standar Akuntansi Pemerintahan (SAP)

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2010 SAP dinyatakan dalam bentuk Pernyataan Standar akuntansi Pemerintahan (PSAP) yang disusun mengacu kepada Kerangka Konseptual Akuntansi Pemerintahan (KKAP). Laporan keuangan SAP berbasis akrual yang terdiri dari laporan realisasi anggaran, laporan perubahan saldo anggaran lebih (SAL), neraca, laporan operasional, laporan arus kas, laporan perubahan ekuitas, dan catatan laporan keuangan. Laporan desa terdiri dari laporan realisasi anggaran desa, neraca desa, dan catatan atas laporan keuangan desa.

Pengakuan pendapatan di SAK, diatur dalam PSAK 72, yang sudah berlaku mulai tahun 2020. Dalam PSAK 72, untuk pengakuan pendapatan entitas perlu melakukan analisa transaksi berdasarkan dari lima tahapan (IAI, 2020), yaitu: (1) mengidentifikasi kontrak dengan pelanggan, (2) mengidentifikasi kewajiban pelaksanaan yang terapat dalam kontrak, (3) menentukan harga transaksi, (4) mengalokasikan harga transaksi ke kewajiban pelaksanaan dalam kontrak, dan (5) mengakui pendapatan ketika (atas selama) entitas menyelesaikan kewajiban pelaksanaan.

Pencatatan Pendapatan

Terdapat dua cara atau basis pencatatan untuk mengakui pendapatan, yaitu (Weygandt, Kimmel, & Kieso, 2015):

1. Basis akrual (*Accrual basis*)

Entitas mengakui dan melakukan pencatatan pada saat kejadian bukan pada saat uang diterima yang berarti juga mengakui biaya/beban pada saat terjadi bukan dibayar. Pencatatan transaksi dengan dasar akrual adalah sebagai berikut:

a. Ketika uang diterima namun jasa belum dilaksanakan atau barang belum diberikan

Kas	xxx	
Pendapatan diterima di muka		xxx

b. Ketika jasa sudah dilaksanakan atau barang sudah diberikan namun uang belum diterima

Piutang	xxx	
Pendapatan		xxx

Namun dalam beberapa kasus, dapat terjadi kontrak sudah disetujui namun jasa atau barang tidak langsung dilaksanakan ataupun diberikan, sehingga melakukan jurnal sebagai berikut:

Piutang	xxx	
Pendapatan diterima di muka		xxx

2. Basis kas (*Cash basis*)

Berkebalikan dengan basis akrual, basis kas mengakui dan melakukan pencatatan ketika uang diterima baik pendapatan ataupun beban. Basis kas tampak lebih mudah dan sederhana, namun laporan keuangan yang dihasilkan menjadi kurang menggambarkan kejadian yang sesungguhnya. Pencatatan dengan basis kas adalah sebagai berikut:

Kas	xxx
Pendapatan	xxx

3. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan titik perhatian untuk diselidiki adalah sistem pengakuan pendapatan yang dilakukan oleh PT. XYZ. Menggunakan metode penentuan sampel *non-random sampling* dengan cara *purposive sampling*, karena yang berfokus pada bidang pendidikan dan salah satunya saja. Sumber data penelitian ini adalah data primer, yang metode pengumpulannya melalui proses wawancara. Analisis data pada penelitian ini menggunakan langkah-langkah sebagai berikut (Rakanaldy, 2014):

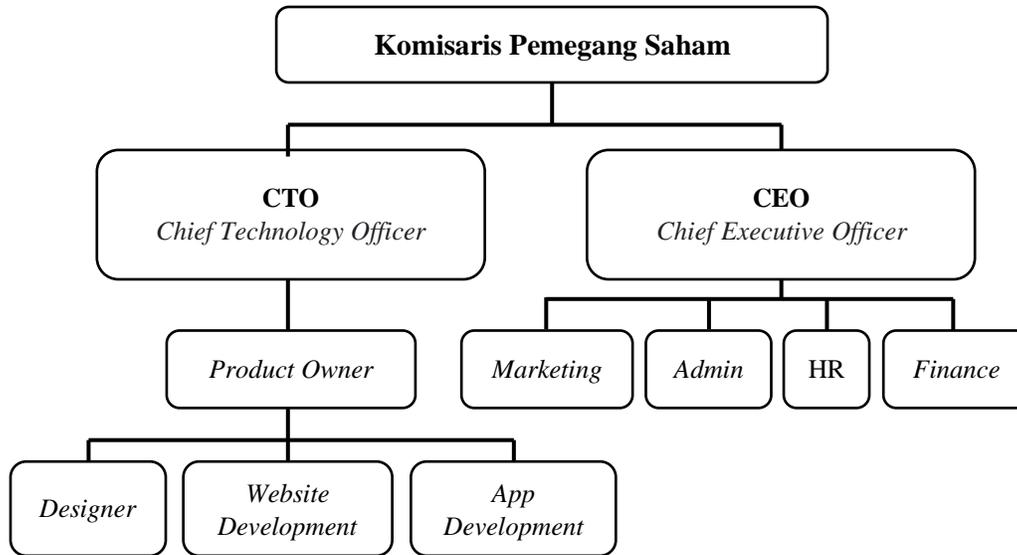
1. Mengumpulkan data mengenai perusahaan untuk mengetahui kondisi umum perusahaan terutama sistem pengakuan pendapatan yang dilakukan,
2. Mempelajari atau memahami sistem pengakuan pendapatan yang dilakukan perusahaan,
3. Melakukan *reliability* dan *validity* dengan menggunakan metode *triangulation*,
4. Melakukan analisis dari data yang sudah didapatkan yaitu yang berkaitan dengan pendapatan, lalu dilakukan pencocokan dengan teori,
5. Mengambil kesimpulan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang diperoleh dari hasil wawancara yang telah dilakukan dengan PT. XYZ di uji keabsahannya untuk menentukan valid dan dapat dipercaya atau tidaknya data yang disampaikan narasumber dengan cara triangulasi dan *member check*.

Gambaran Umum PT. XYZ

PT. XYZ adalah perusahaan *start-up e-commerce* bidang pendidikan dengan produk utamanya adalah aplikasi *tryout* berbasis *online* untuk jenjang SD, SMP, SMA, dan pasca SMA/ sederajat. PT. XYZ berlokasi di Depok, Jawa Barat yang berdiri pada tahun 2018 bermula dari produk aplikasi pada proyek sub departemen suatu perusahaan teknologi, kemudian memutuskan untuk memisahkan diri dan mendaftarkan izin sebagai sebuah Perseroan Terbatas (PT). PT. XYZ memiliki struktur organisasi yang sederhana karena PT. XYZ merupakan perusahaan *start-up*. Berikut struktur organisasi PT. XYZ:



Gambar 1. Struktur Organisasi PT. XYZ

Sumber: PT. XYZ

PT. XYZ dipimpin oleh *Chief Executive Officer* (CEO) dan *Chief Technology Officer* (CTO) yang bertanggung jawab kepada komisaris pemegang saham dalam menjalankan perusahaan. CEO dan CTO merupakan posisi tertinggi dalam perusahaan.

CEO bertanggung jawab atas pengambilan keputusan utama dalam manajemen perusahaan. CEO memimpin departemen *marketing*, *admin*, *human resources* (HR), dan *finance*. CTO berperan untuk mengatur segala kegiatan yang berhubungan dengan teknologi dan informasi dalam perusahaan, serta bertanggung jawab atas kebutuhan penelitian dan pengembangan teknologi perusahaan. CTO memimpin departemen *designer*, *website development* dan *application development* yang dipimpin oleh *product owner*.

Hasil Analisis dan Pembahasan Pengakuan Pendapatan PT. XYZ

Proses pengakuan pendapatan pada PT. XYZ menggunakan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang PT. XYZ miliki. Dari keseluruhan SAK yang berlaku di Indonesia, SOP PT. XYZ paling mendekati dengan persyaratan umum SAK EMKM, yaitu tidak memiliki akuntabilitas publik yang signifikan dan menerbitkan laporan keuangan hanya untuk tujuan umum, serta laporan keuangan yang dibuat oleh PT. XYZ terdiri dari neraca, laporan laba rugi, dan laporan perubahan ekuitas. Pendapatan pada PT. XYZ secara garis besar terdiri dari 2 (dua) sumber, yaitu:

1. Individu

Bersumber dari segala transaksi yang dilakukan perseorangan (individu) secara langsung melalui aplikasi PT. XYZ dan *marketplace*.

a. Aplikasi PT. XYZ

Produk yang dijual melalui Aplikasi terbagi menjadi 2, yaitu:

1) Paket Langganan

Paket langganan berbentuk langganan berjangka waktu yang terbagi menjadi 4 jangka waktu, yaitu 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, dan 1 tahun. Untuk penentuan harga terbagi jadi 2 macam yaitu untuk kelas 4 SD – 11 SMA dan 12 SMA. Konsumen

mendapatkan akses untuk semua fitur sesuai jangka waktu langganan yang dibayar. Adapun fitur yang didapatkan yaitu *tryout*, pembahasan *tryout*, bank soal, video pembelajaran, dan duel.

2) Tiket

Untuk produk ini, terdapat 6 paket tiket yang dapat dibeli oleh konsumen, yaitu 200 tiket, 100 tiket, 20 tiket, 10 tiket, 4 tiket, dan 2 tiket. Tiket yang dibeli tidak memiliki batasan waktu berlaku, dan dapat ditukar untuk memperoleh paket akses fitur aplikasi. Terdapat 2 paket fitur, yang pertama adalah paket yang berisi *tryout*, pembahasan *tryout*, hasil *tryout*, prediksi kelulusan, serta rekomendasi universitas dan jurusan. Untuk paket yang kedua berisi konsultasi dengan pengajar untuk seluruh mata pelajaran dan program studi selama 30 menit. Tiap paket akses dapat diperoleh dengan menukarkan 4 tiket yang dimiliki.

Pembayaran melalui aplikasi ini dapat dilakukan dengan 4 metode, yaitu: OVO, GoPay, LinkAja, dan Bank Syariah Indonesia (BSI/BSM). Setiap pembayaran konsumen yang berhasil, aplikasi otomatis mencatat adanya transaksi penjualan.

b. *Marketplace*

PT. XYZ juga menjual produknya melalui *marketplace*, di antaranya Shopee, Tokopedia, Blibli, dan JD.ID. Produk yang ditawarkan atau dijual hanya produk paket langganan dalam bentuk voucher, yang tersedia untuk kelas 4 SD – 11 SMA dan 12 SMA dalam 4 jenis jangka waktu.

Setelah pembelian dilakukan, konsumen akan diarahkan menuju aplikasi PT. XYZ, untuk melakukan konfirmasi perihal aktivasi voucher paket langganan yang telah dibeli. Setelah aktivasi berhasil aplikasi otomatis mencatat adanya transaksi penjualan. Proses aktivasi melalui aplikasi dan pembelian voucher di *marketplace* tidak selalu terjadi di hari yang sama, maka dari itu terkadang pencatatan penjualan melalui *marketplace* dan aplikasi memiliki perbedaan tanggal.

PT. XYZ melakukan pencatatan untuk pendapatan dari individu di antara tanggal 1-10 bulan berikutnya, berupa akumulasi penjualan yang terjadi selama 1 bulan. Acuan dokumen yang digunakan untuk melakukan pencatatan berasal dari rekapan catatan penjualan yang tercatat secara otomatis dan juga mutasi transaksi dari setiap sumber pembayaran yaitu dari OVO, GoPay, LinkAja, BSI, dan ke 4 *marketplace*. PT. XYZ melakukan pencatatan sebagai berikut:

Tabel 2. Perbandingan Pencatatan Pendapatan dari Individu PT. XYZ dengan yang diatur dalam SAK EMKM

PT. XYZ			SAK EMKM		
<i>Cash in Bank</i>	xxx		<i>Cash in Bank</i>	xxx	
<i>Paid Feature</i>		xxx	<i>Unearned Revenue</i>		xxx

Sumber: PT. XYZ, IAI (2018), Weygandt et al. (2015)

Dari jurnal di atas dapat terlihat bahwa pencatatan yang dilakukan kurang tepat, karena *paid feature* pada PT. XYZ merupakan akun pendapatan bukan *unearned revenue*. Seharusnya PT. XYZ mengakui *unearned revenue* terlebih dahulu baru mengakui pendapatan ketika jasa tersebut sudah selesai dilaksanakan yaitu sudah selesai masa jangka waktunya. Jurnal yang dilakukan oleh PT. XYZ dapat digunakan untuk produk langganan 1 bulan, yang apabila pada saat pencatatan dilakukan sudah terlaksana selama periode 1

bulan tersebut. PT. XYZ dapat membuat jurnal koreksi untuk penyajian nilai *unearned revenue* pada periode berjalan sebagai berikut:

<i>Paid Feature</i>	xxx	
<i>Unearned Revenue</i>		xxx

Dan untuk transaksi-transaksi ke depannya, PT. XYZ dapat menggunakan jurnal sesuai dengan ketentuan pada SAK EMKM.

2. Kolektif

Bersumber dari transaksi kerja sama yang menggunakan kontrak tertulis dengan suatu entitas, umumnya entitas yang berbentuk sekolah ataupun komunitas, yang penjabaran prosesnya adalah sebagai berikut:

a. Sekolah

Produk yang ditawarkan berupa akses untuk siswa menggunakan fitur pada aplikasi PT. XYZ dalam jangka waktu tertentu. Umumnya untuk kontrak dengan sekolah terdapat dua termin pembayaran. Pembayaran termin pertama dilakukan pada saat penandatanganan *Memorandum of Understanding (MoU)* di mana PT. XYZ mengeluarkan *invoice* dan melakukan pencatatan sejumlah total pembayaran yang telah disetujui dalam kontrak. Kemudian ketika memasuki masa pembayaran termin kedua, PT. XYZ memberikan pengingat kepada sekolah untuk melakukan pembayaran.

Tabel 3. Perbandingan Pencatatan Pendapatan dari Sekolah PT. XYZ dengan yang diatur dalam SAK EMKM

PT. XYZ			SAK EMKM		
a. Terbit <i>Invoice</i>					
Piutang Usaha	xxx		Piutang Usaha	xxx	
<i>Revenue</i>		xxx	<i>Unearned Revenue</i>		xxx
b. Sekolah membayar pada tiap termin					
<i>Cash in Bank</i>	xxx		<i>Cash in Bank</i>	xxx	
Piutang Usaha		xxx	Piutang Usaha		xxx
c. Pengakuan pendapatan (dilakukan per bulan karena produk berupa jangka waktu)					
Pendapatan sudah diakui di awal			<i>Unearned Revenue</i>	xxx	
			<i>Revenue</i>		xxx

Sumber: PT. XYZ, IAI (2018), Weygandt et al. (2015)

Dari jurnal di atas dapat terlihat bahwa pencatatan yang dilakukan oleh PT. XYZ kurang tepat karena langsung mengakui pendapatan di saat jasa belum dilaksanakan. Seharusnya PT. XYZ mengakui *unearned revenue* terlebih dahulu baru mengakui pendapatan pada setiap bulannya selama jangka waktu yang telah disetujui dalam kontrak. PT. XYZ dapat membuat jurnal koreksi untuk penyajian nilai *unearned revenue* pada periode berjalan sebagai berikut:

<i>Revenue</i>	xxx	
<i>Unearned Revenue</i>		xxx

Dan untuk transaksi-transaksi ke depannya, PT. XYZ dapat menggunakan jurnal sesuai dengan ketentuan pada SAK EMKM.

b. Komunitas

Kerja sama dengan komunitas berupa produk sekali pakai. Produk berupa paket fitur yang berisi *tryout*, pembahasan *tryout*, hasil *tryout*, dan rekomendasi jurusan. Setelah MoU ditandatangani, maka pihak komunitas akan membuka pendaftaran sampai batas waktu tertentu, di mana jumlah siswa yang terdaftar akan menjadi acuan untuk total harga. Setelah pelaksanaan *tryout* oleh PT. XYZ, maka *invoice* akan diterbitkan dan melakukan pencatatan sejumlah harga biaya paket per orang dikali jumlah peserta. Setelah pembayaran diterima, maka PT. XYZ akan melakukan penyelesaian jasa yaitu memberikan hasil *tryout* kepada komunitas.

Tabel 4. Perbandingan Pencatatan Pendapatan dari Komunitas PT. XYZ dengan yang diatur dalam SAK EMKM

PT. XYZ			SAK EMKM		
a. Terbit <i>Invoice</i> (Sudah dilaksanakan jasanya)					
Piutang Usaha	xxx		Piutang Usaha	xxx	
<i>Revenue</i>		xxx	<i>Revenue</i>		xxx
b. Diterima pembayaran dari Komunitas					
<i>Cash in Bank</i>	xxx		<i>Cash in Bank</i>	xxx	
Piutang Usaha		xxx	Piutang Usaha		xxx

Sumber: PT. XYZ, IAI (2018), Weygandt et al. (2015)

Dari jurnal di atas dapat terlihat bahwa yang dilakukan oleh PT. XYZ sudah benar dan sesuai dengan ketentuan dari SAK EMKM.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian tentang Pengakuan Pendapatan Pada Salah Satu Perusahaan *E-Commerce* Bidang Pendidikan di Indonesia (Studi Kasus PT. XYZ) adalah pendapatan PT. XYZ terdiri dari 2 (dua) sumber, yaitu individu dan kolektif. Pendapatan individu diakui dan dicatat sebagai pendapatan setiap awal bulan berikutnya dari akumulasi transaksi yang terjadi selama satu bulan berdasarkan rekapan catatan penjualan dan mutasi dari setiap sumber pembayaran. Pendapatan kolektif dari kerja sama dengan sekolah diakui dan dicatat bersamaan dengan aset piutang usaha pihak ketiga ketika kontrak kerja sama sudah disetujui oleh kedua belah pihak. Sedangkan pendapatan kolektif dari komunitas, pendapatan diakui dan dicatat bersamaan dengan aset piutang usaha ketika jasa telah dilaksanakan. Peningkatan arus kas (*cash in bank*) untuk pendapatan kolektif baru diakui setelah terjadi pembayaran dari pelanggan.

Dari lima Standar Akuntansi Keuangan (SAK) yang berlaku di Indonesia, SOP PT. XYZ paling mendekati dengan persyaratan umum SAK EMKM. Prinsip pengakuan pendapatan dan pencatatan PT. XYZ belum sesuai dengan SAK EMKM untuk pendapatan individu dan kolektif dari sekolah karena langsung mengakui adanya pendapatan di saat jasa belum dilaksanakan. Namun telah sesuai dengan SAK EMKM untuk pendapatan kolektif dari komunitas.

Saran-saran yang dapat diberikan untuk PT. XYZ ialah pengakuan dan pencatatan pendapatan masih perlu disesuaikan kembali dengan SAK EMKM karena PT. XYZ langsung mengakui sebagai pendapatan untuk pendapatan dari individu dan kolektif dari sekolah, ini berarti PT. XYZ telah melakukan pengakuan dini sehingga membuat pendapatan pada laporan keuangan disajikan lebih tinggi dan kurang sesuai dengan kejadian yang sesungguhnya. Hal ini akan berdampak pada peningkatan besaran pajak yang harus dibayarkan. PT. XYZ dapat membuat

jurnal koreksi seperti yang disarankan agar laporan keuangan yang disajikan sesuai dengan kejadian yang sesungguhnya.

Saran untuk peneliti berikutnya yang dapat diberikan ialah cakupan penelitian dapat diperluas lagi, tidak hanya pada pengakuan pendapatan, tapi juga bisa pengakuan beban, ataupun penyusunan laporan keuangan perusahaan secara keseluruhan. Penelitian juga dapat dilakukan pada jenis bidang perusahaan *e-commerce* yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Adaji, I., & Vassileva, J. (2017). Perceived effectiveness, credibility and continuance intention in e-commerce: a study of Amazon. *International Conference on Persuasive Technology*, 293–306.
- Akhmaddhian, S., & Agustiwi, A. (2016). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara Elektronik Di Indonesia. *UNIFIKASI: Jurnal Ilmu Hukum*, 3(2), 40–60.
- Arimbhi, P., Susanto, I., & Ghany, S. K. (2019). Proses Bisnis Dan Aspek Pemungutan Pajak Atas Transaksi E-commerce Dalam Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Reformasi Administrasi: Jurnal Ilmiah Untuk Mewujudkan Masyarakat Madani*, 6(1), 53–67.
- Bahri, S. (2020). *Pengantar Akuntansi Berdasarkan SAK ETAP dan IFRS (EDISI III)*. Penerbit Andi. <https://books.google.co.id/books?id=W0YQEAAAQBAJ>
- Faraoni, M., Rialti, R., Zollo, L., & Pellicelli, A. C. (2019). Exploring e-loyalty antecedents in B2C e-commerce. *British Food Journal*, 121(2), 574–589.
- Gie. (2021). *SAK ETAP: Pengertian dan Pembahasan Lengkapnya*. <https://accurate.id/akuntansi/sak-etap/>
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2011). *Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik*. Jakarta: Dewan Standar Akuntansi Keuangan.
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2018). *Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah*. Jakarta: Dewan Standar Akuntansi Keuangan.
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2020). *PSAK 72: Pendapatan dari Kontrak dengan Pelanggan*. Jakarta: Dewan Standar Akuntansi Keuangan.
- Perkasa, R. E., Nyoman Serikat, P., & Turisno, B. E. (2016). Perlindungan Hukum Pidana Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual/Beli Online (E-Commerce) Di Indonesia. *Diponegoro Law Journal*, 5(4), 1–13.
- Pradana, M. (2017). *Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia*.
- Prasetio, A., Ashoer, M., Hutahaean, J., Simarmata, J., Samosir, R. S., Nugraha, H., Jamaludin, J., Harmayani, H., Putra, S. H., & Irdawati, I. (2021). *Konsep Dasar E-Commerce*. Yayasan Kita Menulis. <https://books.google.co.id/books?id=xt8hEAAAQBAJ>
- Puryanto. (2020). *Teknologi Pendidikan Era Digital dan Tantangan Indonesia Menghadapi Dinamika Peradaban Milenium Sebagai Era Robotik*. <https://bdkjakarta.kemenag.go.id/berita/teknologi-pendidikan-era-digital-dan-tantangan-indonesia-menghadapi-dinamika-peradaban-milenium-sebagai-era-robotic>
- Rakanaldy, C. B. N. (2014). *Pengakuan Pendapatan Sistem E-Commerce (Studi Kasus Pada PT. Garuda Indonesia)*.
- Republik Indonesia. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*.

- Republik Indonesia. (2010). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2010 tentang Standar Akuntansi Pemerintahan*.
- Rerung, R. R. (2018). *E-Commerce, Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. <https://books.google.co.id/books?id=reFUDwAAQBAJ>
- Romindo, R., Muttaqin, M., Saputra, D. H., Purba, D. W., Iswahyudi, M., Banjarnahor, A. R., Kusuma, A. H. P., Effendy, F., Sulaiman, O. K., & Simarmata, J. (2019). *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya*. Yayasan Kita Menulis. <https://books.google.co.id/books?id=PirGDwAAQBAJ>
- Rosalie, E., & Budiarmo, N. S. (2017). Analisis Pengakuan Pendapatan dan Beban Menurut PSAK No. 28 Pada PT. Asuransi Tri Pakarta Cabang Manado. *ACCOUNTABILITY*, 6(1), 81–91.
- VanHoose, D. (2011). *Ecommerce economics*. New York: Routledge.
- Weygandt, J. J., Kimmel, P. D., & Kieso, D. E. (2015). *Accounting Principles, 12th Edition International Student Version* (Twelfth Ed). Hoboken: John Wiley & Sons.
- Wicaksono, S. A., & Aminata, J. (2018). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan umkm pada marketplace online tokopedia, bukalapak, dan shopee*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis.

Halaman Persetujuan Artikel dari Dosen Pembimbing

Artikel Saya berjudul:

Apakah Pengakuan Pendapatan Perusahaan *E-Commerce* Sudah Sesuai dengan Standar Akuntansi yang Berlaku? (Studi Kasus PT.XYZ)

Telah selesai dikoreksi dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk dipublikasikan.

Tanda tangan

Tanggal

Mahasiswa:



Jihan Fauruz

22 Agustus 2022

Dosen Pembimbing:



Yusep Friya Purwa Setya, S.E., M.Ak.

22 Agustus 2022

Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan Sub Sektor Tekstil dan Garmen yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2019 dengan Analisis Perbandingan antara Rasio Keuangan dan Metode *Economic Value Added* (EVA)

Putri Intan Sari Baharsah¹⁾, Yusep Friya Purwa Setya²⁾

¹⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email:
putri.intansaribaharsah.ak17@mhs.w.pnj.ac.id

²⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email:
yosep.friya@akuntansi.pnj.ac.id

ABSTRACT

Financial statement analysis includes its application to various tools and methods of financial statement analysis in an effort to obtain useful information for making decisions. Financial ratios and Economic Value Added (EVA). This study aims to assess the performance appraisal of textile and garment sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2015-2019 if assessed by ratio and EVA. This research is quantitative research with a descriptive approach. The research data is in the form of secondary data which is the annual financial report. The results of this study, namely that there are differences in financial assessments of textile and garment sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2015-2019. The ratio assesses that the average company has a fairly good financial performance. While EVA assesses the average financial performance of the company is in bad condition.

Keywords: *Financial Performance; Financial Ratios; Economic Value Added*

ABSTRAK

Analisis laporan keuangan mencakup pengaplikasiannya terhadap berbagai alat dan metode analisis laporan keuangan dalam upaya memperoleh informasi yang berguna untuk mengambil keputusan. Rasio keuangan dan *Economic Value Added* (EVA). Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan penilaian kinerja keuangan pada perusahaan sub sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di BEI tahun 2015-2019 jika dinilai dengan rasio keuangan dan EVA. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Data penelitian berupa data sekunder yang merupakan laporan keuangan tahunan. Hasil dari penelitian ini, yakni terdapat perbedaan penilaian kinerja keuangan pada perusahaan sub sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di BEI tahun 2015-2019. Rasio keuangan menilai rata-rata perusahaan tersebut mempunyai kinerja keuangan yang cukup baik. Sedangkan EVA menilai kinerja keuangan rata-rata perusahaan tersebut dalam kondisi buruk.

Kata-Kata Kunci: *Kinerja Keuangan; Rasio Keuangan; Economic Value Added*

1. PENDAHULUAN

Pendirian suatu organisasi tentu mempunyai suatu tujuan yang hendak dicapai. Begitu pula pendirian mengenai suatu perusahaan. Tujuan tersebut dapat berupa jangka pendek dan jangka panjang. Jika tujuan tersebut dipusatkan perhatiannya untuk menciptakan peningkatan laporan kinerja pada periode saat ini, maka dapat disebut sebagai tujuan jangka pendek. Sedangkan jika fokus utamanya terhadap posisi persaingan dalam industri dan memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham, maka disebut tujuan jangka panjang perusahaan (Hajar, 2019; Sumiati & Indrawati, 2019). Sebelum mencapai tujuan untuk mensejahterakan pemegang saham, manajer harus dapat menciptakan nilai perusahaan secara maksimal. Nilai perusahaan adalah persepsi para pemegang saham terhadap tingkat keberhasilan kinerja manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan atas modal yang ditanamkan (Indrarini, 2019:2). Nilai perusahaan dapat diketahui dengan melihat kinerja keuangan perusahaan. Maka dari itu, perlu dilakukan analisis terhadap laporan keuangan. Analisis laporan keuangan beserta interpretasinya pada hakekatnya dilakukan untuk menilai kinerja perusahaan melalui laporan keuangan (Iqbal *et al.*, 2015). Pada intinya analisis laporan keuangan dilakukan untuk mengkonversi data menjadi informasi. Data yang terdapat pada analisis laporan keuangan mengandung informasi untuk memprediksi kondisi keuangan di masa mendatang (*forecasting*).

Untuk mengetahui kinerja keuangan perusahaan diperlukan metode analisis laporan keuangan. Salah satunya yaitu dengan menggunakan metode rasio keuangan. Analisis rasio keuangan merupakan kegiatan membandingkan angka-angka yang terdapat dalam laporan keuangan dengan cara membagi satu angka dengan angka lainnya. Metode selanjutnya yang dapat digunakan adalah dengan menggunakan metode *Economic Value Added* (EVA). EVA juga merupakan tolok ukur fundamental dari tingkat pengembalian modal (*return of capital*) (Adiguna *et al.*, 2017). Penilaian kinerja menggunakan EVA memperhatikan semua komponen dalam penciptaan nilai perusahaan, yaitu dengan menghitung biaya modal.

Perusahaan yang dipilih untuk dijadikan objek penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor tekstil dan garmen. Perusahaan ini dipilih karena dinilai cukup stabil pada tahun 2020 saat terjadinya pandemi Covid-19. Dibuktikan dengan adanya peningkatan nilai utilisasi pada kuartal 3 dan 4 sebanyak 50% menurut Asosiasi Produsen Serat dan Benang Filament Indonesia (APSyFI).

Berdasarkan penjelasan dari penjelasan di atas, sehingga penulis merasa perlu untuk melakukan penelitian yang membandingkan alat analisis laporan keuangan untuk menilai kinerja keuangan, yaitu rasio keuangan dan EVA. Dengan tujuan agar dapat digunakan oleh calon investor untuk memilih metode yang lebih tepat sebelum berinvestasi.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Laporan Keuangan

Laporan keuangan menurut Fahmi (2017) merupakan suatu informasi yang menggambarkan suatu kondisi perusahaan yang kemudian dijadikan suatu informasi untuk menggambarkan kinerja perusahaan. Laporan keuangan menggambarkan dampak keuangan dari transaksi dan peristiwa lainnya yang diklasifikasikan dalam beberapa kelompok menurut karakteristik ekonominya.

Analisis Laporan Keuangan

Analisis laporan keuangan merupakan suatu metode yang membantu para pengambil keputusan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan melalui informasi yang tercantum dalam laporan keuangan (Hery, 2016). Menurut Kasmir (2017) analisis keuangan bertujuan untuk

mengetahui kelemahan-kelemahan yang menjadi kekurangan perusahaan dan alat pembandingan dengan perusahaan sejenis akan hasil yang mereka capai.

Kinerja Keuangan

Menurut Fahmi (2017) kinerja keuangan adalah gambaran dari pencapaian keberhasilan suatu perusahaan yang dapat diartikan sebagai hasil dari aktivitas-aktivitas yang telah dilakukan. Dapat dikatakan bahwa kinerja perusahaan merupakan prestasi yang dicapai perusahaan atas keberhasilannya mengelola sumber daya yang dimilikinya.

Rasio Keuangan

Menurut Kasmir (2017) rasio keuangan secara efektif dan efisien dapat menilai kemampuan manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan. Sehingga dapat dikatakan bahwa analisis rasio keuangan adalah alat yang dapat digunakan untuk melihat kondisi kinerja masa lalu perusahaan dan prospeknya di masa mendatang.

a. Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas atau rasio rentabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada, seperti penjualan, aset, modal, dan jumlah karyawan (Hery, 2016). Rasio profitabilitas terdiri dari:

1. Margin Laba Bersih (*net profit margin*)

Margin laba bersih menunjukkan pendapatan bersih atas penjualan. Diperoleh dengan cara membandingkan laba bersih setelah bunga dan pajak dengan penjualan.

$$\text{NPM} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}}$$

2. *Return on Assets* (ROA)

Rasio ini membandingkan laba bersih dengan total aset. Sehingga menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih.

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

3. *Return on Equity* (ROE)

Rasio ini membandingkan laba bersih dengan total ekuitas. Sehingga menunjukkan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam menciptakan laba bersih.

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$$

b. Rasio Nilai Pasar

Rasio nilai pasar adalah rasio yang digunakan untuk mengukur harga saham suatu perusahaan terhadap nilai dari bukunya (Sutomo & Ardini, 2017). Rasio ini terdiri dari:

1. *Earning Per Share* (EPS)

EPS merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kemampuan per lembar saham dalam menghasilkan laba. Semakin besar EPS menggambarkan baiknya kondisi operasional perusahaan karena semakin besar pula laba yang diterima oleh pemegang saham.

$$EPS = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

2. *Price Earning Ratio* (PER)

PER menggambarkan perbandingan antara harga pasar dengan pendapatan per lembar saham dan menjadi indikator perkembangan perusahaan dimasa depan. Nilai PER yang tinggi menunjukkan harga per lembar saham yang tinggi.

$$PER = \frac{\text{Harga Saham Per lembar}}{EPS}$$

3. *Dividend Payout Ratio* (DPR)

DPR adalah rasio pasar yang membandingkan dividen yang dengan laba bersih yang diperoleh (Arramdhani & Cahyono, 2020). Rasio ini menggambarkan persentase laba yang digunakan untuk membayar dividen.

$$DPR = \frac{\text{Dividen}}{\text{Laba Bersih}}$$

Kriteria Rasio Keuangan

Tabel berikut ini merupakan standar nilai yang baik untuk setiap rasio keuangan dalam menilai kinerja keuangan.

Tabel 1. Kriteria NPM, ROA, ROE, EPS, PER, dan DPR

Indikator	Standar Nilai
Net Profit Margin (NPM)	Minimal 3,92%
Return of Assets (ROA)	Minimal 5,98%
Return of Equity (ROE)	Minimal 8,32%
Earning Per Share (EPS)	Semakin tinggi semakin baik
Price Earning Ratio (PER)	Semakin tinggi semakin baik
Dividend Payout Ratio (DPR)	Semakin tinggi semakin baik

Sumber: Lukviarman (dalam Saefullah *et al.*, 2018) (data diolah)

Economic Value Added

Metode *Economic Value Added* (EVA) pertama kali diperkenalkan oleh G. Bennet Stewart dan Joel M. Stern yang merupakan pekerja analisis keuangan di perusahaan konsultasi Stern Stewart pada 1993. Menurut Young dan O’Byrne (dalam Adiguna *et al.*, 2017) EVA merupakan gagasan dari keuntungan ekonomis yang menyatakan bahwa kekayaan hanya terbentuk jika sebuah perusahaan meliputi biaya operasional dan modal. EVA adalah hasil dari pengurangan antara laba operasi setelah pajak dengan total biaya modal. EVA dianggap dapat memberikan gambaran kondisi kinerja keuangan perusahaan secara lebih tepat. Dalam menghitung EVA diperlukan juga perhitungan mengenai laba perusahaan, modal investasi, dan biaya investasi (Hefrizal, 2018). Berikut ini merupakan tahapan dalam mencari nilai EVA:

1. Menghitung NOPAT (*Net Operating After Tax*)

NOPAT atau laba operasi setelah pajak merupakan tingkat keuntungan yang diperoleh dari modal yang ditanamkan.

$$\text{NOPAT} = \text{EBIT} (1 - \text{Tax})$$

Dimana:

EBIT (*Earning Before Interest and Tax*) atau laba sebelum pajak.

EBIT = Laba Bersih + Beban Bunga + Beban Pajak

$$\text{Tax (tingkat pajak)} = \frac{\text{Beban Pajak}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

2. Menghitung IC (*Invested Capital*)

$$\text{IC} = \text{Total Liabilitas} + \text{Ekuitas} - \text{Liabilitas Jangka Pendek}$$

3. Menghitung WACC (*Weighted Average Cost of Capital*)

$$\text{WACC} = \{D \times r_d (1-T)\} + (E \times r_e)$$

Dimana:

$$D \text{ (tingkat modal dari utang)} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Utang} + \text{Ekuitas}} \times 100\%$$

$$r_d \text{ (biaya utang jangka pendek)} = \frac{\text{Beban Bunga}}{\text{Utang Jangka Panjang}} \times 100\%$$

$$T \text{ (tingkat pajak penghasilan)} = \frac{\text{Beban Pajak}}{\text{Laba Sebelum Pajak}} \times 100\%$$

$$E \text{ (tingkat modal dari ekuitas)} = \frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Total Utang} + \text{Ekuitas}} \times 100\%$$

$$r_e \text{ (tingkat biaya modal)} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

4. Menghitung *Capital Charges*

$$\text{Capital Charges} = \text{Invested Capital} \times \text{WACC}$$

5. Menghitung EVA

$$\text{EVA} = \text{NOPAT} - \text{Capital Charges}$$

Kriteria Penilaian EVA

Tabel berikut ini merupakan standar nilai EVA dalam menilai kinerja keuangan.

Tabel 2. Kriteria Penilaian EVA

Nilai	Keterangan
EVA > 0 (Positif)	Menunjukkan bahwa tingkat pengembalian yang dihasilkan lebih besar daripada biaya modalnya. Kinerja keuangan dinilai baik.
EVA = 0 (Impas)	Menunjukkan bahwa laba yang dihasilkan perusahaan digunakan untuk membayar kewajiban kepada pemilik modal. Kinerja keuangan dinilai cukup.
EVA < 0 (Negatif)	Menunjukkan bahwa nilai perusahaan berkurang karena tingkat pengembalian lebih rendah dari biaya modal. Kinerja keuangan dinilai buruk.

Sumber: (Hefrizal, 2018)

3. METODE PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Jenis data kuantitatif yang digunakan berupa laporan keuangan tahunan yang meliputi laporan posisi keuangan, laporan laba rugi komprehensif, dan laporan perubahan ekuitas. Selanjutnya hasil perhitungan dari data tersebut akan dideskripsikan analisisnya untuk menggambarkan kinerja keuangannya. Sumber data tersebut merupakan data sekunder. Laporan keuangan tahunan diperoleh secara tidak langsung dengan cara mengunduhnya di *website* resmi BEI dan IDN Financials.

Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini merupakan *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, yaitu dengan mempertimbangkan kriteria-kriteria tertentu. Kriteria-kriteria tersebut meliputi: 1) Merupakan perusahaan tekstil dan garmen yang secara aktif terdaftar di BEI hingga pada tahun 2022; 2) Secara rutin menerbitkan laporan keuangan tahunan yang telah diaudit selama periode tahun 2015-2019; 3) Merupakan perusahaan yang sudah melakukan IPO (*Initial Public Offering*) semenjak tahun 2015; dan 4) Mempunyai nilai kapitalisasi (*market capital*) di atas 250 miliar rupiah pada periode tahun 2022. Setelah dilakukan pemilihan berdasarkan kriteria di atas, terpilih 11 perusahaan dari 21 perusahaan sub sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di BEI. Perusahaan tersebut adalah:

Tabel 3. Daftar Perusahaan terpilih

No	Kode	Nama Perusahaan
1	ARGO	PT Argo Pantes Tbk
2	ERTX	PT Eratex Djaja Tbk
3	HDTX	PT Panasias Indo Resources Tbk
4	INDR	PT Indo Rama Synthetics Tbk
5	MYTX	PT Asia Pacific Investama Tbk
6	PBRX	PT Pan Brothers Tbk
7	SRIL	PT Sri Rejeki Isman Tbk
8	SSTM	PT Sunson Textile Manufacturer Tbk
7	STAR	PT Buana Artha Anugerah Tbk
10	TFCO	PT Tifico Fiber Indonesia Tbk
11	TRIS	PT Trisula International Tbk

Sumber: Bursa Efek Indonesia (data diolah)

Metode Analisis Data

1) Membuat ringkasan data keuangan yang bersumber dari laporan keuangan perusahaan yang terpilih menjadi sampel penelitian; 2) Menghitung rasio keuangan, meliputi rasio profitabilitas (NPM, ROA, ROE) dan rasio nilai pasar (EPS, PER, DPR). 3) Menghitung EVA dengan menghitung komponennya terlebih dahulu yang meliputi NOPAT, IC, WACC, dan *Capital Charges*; 4) Menginterpretasi hasil dari perhitungan rasio keuangan dan EVA; 5) Membuat sistem penilaian dengan skala untuk menilai rasio keuangan; 6) Melakukan perbandingan dari hasil kedua metode tersebut; dan 7) Membuat kesimpulan terhadap hasil kinerja keuangan perusahaan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Laporan Keuangan Menggunakan Rasio Keuangan

Berikut ini merupakan hasil dari perhitungan rasio profitabilitas dan rasio nilai pasar.

Tabel 4. *Net Profit Margin* Perusahaan Terpilih Tahun 2015-2019

Perusahaan	<i>Net Profit Margin</i>				
	2015	2016	2017	2018	2019
PT Argo Pantes Tbk	-25,88%	-55,03%	-44,63%	-26,40%	-37,51%
PT Eratex Djaja Tbk	7,69%	2,21%	-2,46%	1,40%	0,97%
PT Panasia Indo Resources Tbk	-25,38%	-23,89%	-42,89%	-43,54%	-784,66%
PT Indo Rama Synthetics Tbk	-1,48%	0,21%	0,29%	7,43%	5,42%
PT Asia Pacific Investama Tbk	-13,95%	-27,49%	-17,46%	-7,31%	-13,05%
PT Pan Brothers Tbk	2,06%	2,76%	1,42%	2,68%	2,56%
PT Sri Rejeki Isman Tbk	8,95%	8,73%	8,96%	8,18%	7,42%
PT Sunson Textile Manufacturer Tbk	-2,07%	-3,34%	-6,90%	0,27%	-4,59%
PT Buana Artha Anugerah Tbk	0,12%	0,36%	0,52%	0,13%	2,49%
PT Tifico Fiber Indonesia Tbk	-0,89%	3,34%	1,51%	0,22%	-2,78%
PT Trisula International Tbk	4,36%	0,28%	1,83%	2,28%	2,81%

Sumber: data diolah

NPM atau margin laba bersih menggambarkan porsi penjualan terhadap laba yang diperoleh. PT Pan Brothers Tbk, PT Sri Rejeki Isman Tbk, PT Buana Artha Anugerah, PT Tifico Fiber Indonesia Tbk, dan PT Trisula International Tbk mempunyai nilai NPM yang positif selama periode 2015-2019. Hal ini menggambarkan konsistensi kemampuan perusahaan tersebut dalam memperoleh laba atas penjualannya.

Tabel 5. *Return of Assets* Perusahaan Terpilih Tahun 2015-2019

Perusahaan	<i>Return of Assets</i>				
	2015	2016	2017	2018	2019
PT Argo Pantes Tbk	-8,99%	-23,06%	-15,10%	-9,27%	-8,56%
PT Eratex Djaja Tbk	10,04%	2,96%	-2,97%	1,69%	1,18%
PT Panasia Indo Resources Tbk	-7,29%	-8,30%	-13,75%	-39,18%	-15,50%
PT Indo Rama Synthetics Tbk	-1,26%	0,17%	0,28%	7,74%	5,52%
PT Asia Pacific Investama Tbk	-13,57%	-21,07%	-8,28%	-4,66%	-6,54%
PT Pan Brothers Tbk	1,95%	2,56%	1,36%	2,83%	2,59%
PT Sri Rejeki Isman Tbk	7,11%	6,09%	5,70%	6,20%	5,62%
PT Sunson Textile Manufacturer Tbk	-1,45%	-2,17%	-3,91%	0,20%	-3,16%
PT Buana Artha Anugerah Tbk	0,04%	0,07%	0,10%	0,03%	0,34%
PT Tifico Fiber Indonesia Tbk	-0,52%	1,93%	0,99%	0,15%	-1,68%
PT Trisula International Tbk	6,52%	3,94%	2,61%	3,11%	3,62%

Sumber: data diolah

Perusahaan sub sektor tekstil dan garmen di Indonesia pada tahun 2015-2019 rata-rata mempunyai nilai ROA yang belum sesuai dengan standar. ROA tertinggi terdapat pada PT Eratex Djaja Tbk tahun 2015. ROA yang tinggi mempunyai arti bahwa efektivitas aset yang digunakan untuk memperoleh laba sudah baik.

Tabel 6. *Return of Equity* Perusahaan Terpilih Tahun 2015-2019

Perusahaan	Return of Equity				
	2015	2016	2017	2018	2019
PT Argo Pantes Tbk	37,02%	46,99%	20,57%	10,22%	8,40%
PT Eratex Djaja Tbk	31,05%	7,80%	-9,86%	5,57%	4,30%
PT Pania Indo Resources Tbk	-25,48%	-33,40%	-166,32%	-168,94%	-15,50%
PT Indo Rama Synthetics Tbk	-3,41%	0,49%	0,79%	17,85%	11,21%
PT Asia Pacific Investama Tbk	46,46%	38,54%	-82,07%	-71,28%	-77,31%
PT Pan Brothers Tbk	3,99%	5,84%	3,33%	6,53%	6,46%
PT Sri Rejeki Isman Tbk	20,11%	17,93%	15,39%	16,38%	14,79%
PT Sunson Textile Manufacturer Tbk	-4,29%	-5,54%	-11,17%	0,52%	-8,12%
PT Buana Artha Anugerah Tbk	0,06%	0,09%	0,12%	0,04%	0,40%
PT Tifico Fiber Indonesia Tbk	-0,57%	2,14%	1,11%	0,17%	-1,81%
PT Trisula International Tbk	11,09%	7,27%	3,99%	5,52%	6,28%

Sumber: data diolah

ROE perusahaan sub sektor tekstil dan garmen di Indonesia pada tahun 2015-2019 rata-rata belum mempunyai nilai yang sesuai dengan standar. ROE tertinggi ditunjukkan oleh PT Argo Pantes Tbk pada tahun 2016 sebesar 46,99%. Angka tersebut menggambarkan persentase dari perolehan laba perusahaan atas modal yang ditanamkan para investor.

Tabel 7. *Earning per Share* Perusahaan Terpilih Tahun 2015-2019

Perusahaan	Earning per Share				
	2015	2016	2017	2018	2019
PT Argo Pantes Tbk	-481,64	-1072,37	-600,44	-353,29	-301,46
PT Eratex Djaja Tbk	456,48	16,29	-18,56	11,93	9,09
PT Pania Indo Resources Tbk	-98,75	-109,28	-154,03	-63,86	-18,24
PT Indo Rama Synthetics Tbk	-213,10	29,91	46,77	1380,21	884,31
PT Asia Pacific Investama Tbk	-179,91	-243,06	-195,33	-116,07	-31,11
PT Pan Brothers Tbk	18,36	27,56	16,35	36,59	36,59
PT Sri Rejeki Isman Tbk	41,30	42,90	49,58	59,87	59,58
PT Sunson Textile Manufacturer Tbk	-8,94	-12,45	-20,25	0,95	-13,89
PT Buana Artha Anugerah Tbk	0,06	0,10	0,12	0,04	0,41
PT Tifico Fiber Indonesia Tbk	-4,68	17,35	9,19	1,49	-15,16
PT Trisula International Tbk	35,82	24,12	13,55	18,77	13,21

Sumber: data diolah

EPS rata-rata perusahaan sub sektor tekstil dan garmen sudah bernilai positif. Rasio ini menggambarkan laba yang terkandung pada setiap lembar saham. PT Indorama Synthetics Tbk mempunyai EPS terbesar di sektornya pada tahun 2018, yaitu sebesar 1.380,21. Angka tersebut mempunyai arti bahwa laba per lembar saham sebesar Rp1.380,2.

Tabel 8. *Price Earning Ratio* Perusahaan Terpilih Tahun 2015-2019

Perusahaan	Price Earning Ratio				
	2015	2016	2017	2018	2019
PT Argo Pantes Tbk	-1,87	-0,84	-1,37	-2,34	-2,74
PT Eratex Djaja Tbk	1,97	10,13	-6,36	10,40	15,40
PT Panasia Indo Resources Tbk	-8,96	-5,31	-3,22	-1,97	-120,81
PT Indo Rama Synthetics Tbk	-3,57	27,08	26,72	4,29	2,75
PT Asia Pacific Investama Tbk	-0,33	-0,25	-0,71	-0,91	-1,80
PT Pan Brothers Tbk	30,50	16,69	32,73	15,03	13,94
PT Sri Rejeki Isman Tbk	9,42	5,36	7,67	5,98	3,69
PT Sunson Textile Manufacturer Tbk	-5,82	-28,91	-18,77	475,93	-38,15
PT Buana Artha Anugerah Tbk	183,47	581,12	799,02	2378,00	376,40
PT Tifico Fiber Indonesia Tbk	-192,48	58,80	85,95	447,48	-31,28
PT Trisula International Tbk	10,02	13,19	24,79	11,72	20,14

Sumber: data diolah

PER menunjukkan besar nilai yang harus dibayar investor untuk membeli saham dari setiap laba yang dihasilkan. Untuk menilai mahal tidaknya harga saham tersebut maka perlu dibandingkan dengan harga saham perusahaan satu sektor. PT Buana Artha Anugerah Tbk mempunyai nilai PER yang rata-rata tinggi selama periode 2015-2019. Jika dibandingkan PER perusahaan sub sektor tekstil dan garmen lainnya, harga saham PT Buana Artha Anugerah Tbk dinilai mahal.

Tabel 9. *Price Earning Ratio* Perusahaan Terpilih Tahun 2015-2019

Perusahaan	Dividend Payout Ratio				
	2015	2016	2017	2018	2019
PT Argo Pantes Tbk	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
PT Eratex Djaja Tbk	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
PT Panasia Indo Resources Tbk	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
PT Indo Rama Synthetics Tbk	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	24,84%
PT Asia Pacific Investama Tbk	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
PT Pan Brothers Tbk	5,26%	10,78%	7,07%	12,55%	0,00%
PT Sri Rejeki Isman Tbk	17,57%	7,22%	20,51%	6,66%	1,67%
PT Sunson Textile Manufacturer Tbk	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
PT Buana Artha Anugerah Tbk	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
PT Tifico Fiber Indonesia Tbk	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
PT Trisula International Tbk	27,63%	22,33%	20,76%	14,75%	23,96%

Sumber: data diolah

Perusahaan yang mencatat keuntungan pada periode berjalan diharapkan akan membagikan labanya atas modal yang ditanamkan oleh investor. Dari tabel 6 dapat dilihat bahwa perusahaan sub sektor tekstil dan garmen tahun 2015-2019 belum dapat memberikan dividen kepada para pemegang sahamnya. Hanya terdapat perusahaan yang tercatat konsisten membagikan dividen selama 5 periode, yaitu PT Sri Rejeki Isman Tbk dan PT Trisula International Tbk. Seperti PT Trisula International Tbk yang mempunyai DPR tahun 2017 sebesar 20,76%. Angka tersebut memberikan arti bahwa sebesar 20,76% laba bersih perusahaan dibagikan kepada pemegang saham dalam bentuk dividen.

Analisis Laporan Keuangan Menggunakan EVA

Berikut ini merupakan hasil dari perhitungan EVA dari perusahaan terpilih

Tabel 10. EVA Perusahaan Terpilih Tahun 2015-2019
(dalam jutaan)

Perusahaan	EVA				
	2015	2016	2017	2018	2019
PT Argo Pantes Tbk	-83.408	-251.506	-138.510	-26.445	-17.154
PT Eratex Djaja Tbk	23.831	3.156	-19.836	-2.158	-1.352
PT Pania Indo Resources Tbk	-63.101	-38.218	-99.745	-98.173	-32.021
PT Indo Rama Synthetics Tbk	453.770	-3.777	167	255.574	63.929
PT Asia Pacific Investama Tbk	-106.309	-131.046	-145.590	-88.586	-109.830
PT Pan Brothers Tbk	5.571	16.087	-9.879	1.865	8.452
PT Sri Rejeki Isman Tbk	150.558	50.508	44.623	96.147	55.248
PT Sunson Textile Manufacturer Tbk	-32.587	-34.544	-13.628	-3.282	-13.902
PT Buana Artha Anugerah Tbk	-44.579	-35.077	-22.073	-5.194	-103.786
PT Tifico Fiber Indonesia Tbk	-51.459	-12.069	1.260	-20.281	-8.230
PT Trisula International Tbk	-52.309	-81.534	-321.670	-492.058	-52.793

Sumber: data diolah

Kinerja keuangan yang baik memiliki nilai EVA yang positif. Seperti PT Sri Rejeki Isman Tbk yang mempunyai nilai EVA positif sepanjang periode tahun 2015-2019. Nilai EVA yang positif ini menunjukkan bahwa perusahaan dapat memberikan nilai tambah ekonomi kepada pemilik modalnya. Nilai EVA yang negatif menunjukkan kinerja keuangan yang tidak baik. Nilai EVA negatif seperti yang terjadi pada PT Argo Pantes Tbk, PT Pania Indo Resources Tbk, PT Asia Pacific Investama Tbk, PT Sunson Textile Manufacturer Tbk, PT Buana Artha Anugerah Tbk, dan PT Trisula International Tbk. Enam perusahaan tersebut mempunyai nilai EVA negatif sepanjang periode tahun 2015-2019. Nilai EVA yang negatif tetap menunjukkan bahwa perusahaan tersebut tidak dapat memberikan tambahan ekonomi seperti yang diharapkan para pemilik modal.

Perbandingan Kinerja Keuangan dengan Rasio Keuangan dan EVA

Sebelum membandingkan hasil dari analisis kedua metode di atas maka diperlukan alat untuk menilai, yaitu dengan menggunakan skala untuk rasio keuangan. Sedangkan EVA dilakukan hanya dengan menggunakan acuan kriterianya saja seperti yang terdapat pada tabel 3. Dalam pembuatan

skala untuk rasio keuangan, nilainya didasarkan kriteria dari masing-masing rasio (tabel 2). Tabel berikut ini merupakan skala yang digunakan untuk menilai rasio keuangan.

Tabel 12. Kriteria Rasio Keuangan

Kriteria	Nilai	NPM	ROA	ROE	EPS	PER	DPR
Buruk	1	0,00-1,95	0,00-2,99	0,00-4,16	0,00	0,00	0,00
Cukup	2	1,96-3,91	3,00-5,97	4,17-8,31	0,01- 690,10	0,01-1189,00	0,01-13,81
Baik	3	> 3,91	> 5,97	> 8,31	690,11-1380,21	1189,01-2378,00	13,82-27,63

Sumber: data diolah

Perhitungan dengan menggunakan skala di atas dilakukan terhadap 11 perusahaan terpilih. Begitu pula dengan EVA, hasil dari tabel 10 dilakukan penilaian dengan menggunakan kriteria seperti yang ada dalam tabel 3. Kemudian untuk mempermudah perbandingan dibuat penilaian sebagai berikut: A = Baik; B = Cukup; dan C = Buruk

Tabel 13. Hasil Perbandingan Kinerja Keuangan dengan Rasio Keuangan dan EVA

Perusahaan	Rasio Keuangan					EVA				
	2015	2016	2017	2018	2019	2015	2016	2017	2018	2019
PT Argo Pantes Tbk	B	B	B	B	B	C	C	C	C	C
PT Eratex Djaja Tbk	A	B	C	C	C	A	C	C	C	C
PT Panasia Indo Resources Tbk	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C
PT Indo Rama Synthetics Tbk	C	B	B	A	A	A	C	A	A	A
PT Asia Pacific Investama Tbk	B	B	C	C	C	C	C	C	C	C
PT Pan Brothers Tbk	B	B	B	B	B	A	A	C	A	A
PT Sri Rejeki Isman Tbk	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
PT Sunson Textile Manufacturer Tbk	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C
PT Buana Artha Anugerah Tbk	B	B	B	B	B	C	C	C	C	C
PT Tifico Fiber Indonesia Tbk	C	B	B	B	C	C	C	A	C	C
PT Trisula International Tbk	A	A	B	A	A	C	C	C	C	C

Sumber: data diolah

Hasilnya menunjukkan terdapat beberapa kali perbedaan dalam penilaian kinerja keuangan pada periode yang sama. Seperti PT Pan Brothers Tbk selama tahun 2015-2019 kinerja keuangannya dinilai stabil pada kriteria cukup jika dinilai dengan rasio keuangan. Sedangkan jika dinilai dengan EVA kinerjanya dinilai dengan kriteria buruk. Perbedaan ini didasarkan pada konsep perhitungannya. EVA menghitung biaya modalnya kemudian mengurangkannya dengan laba setelah pajak. Sedangkan rasio keuangan hanya membandingkan laba perusahaan dengan satu akun tertentu

5. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis laporan keuangan yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Penilaian kinerja keuangan dengan menggunakan rasio keuangan dilakukan dengan cara yang lebih sederhana. Tidak perlu adanya perhitungan terhadap biaya modal. Sehingga perhitungannya lebih mudah dan menghasilkan informasi yang cepat. Namun, hasil dari penilaiannya kurang dapat menggambarkan kondisi keuangan yang sesungguhnya.
2. Penilaian kinerja keuangan dengan EVA dilakukan dengan lebih kompleks dan komprehensif. Dengan adanya perhitungan terhadap biaya modal (*capital charges*). Sehingga penilaian dengan EVA memberikan gambaran yang lebih tepat mengenai perkiraan nilai tambah ekonomi yang dapat diberikan kepada pemilik modalnya.
3. Rasio keuangan menilai kinerja keuangan rata-rata perusahaan sub sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di BEI tahun 2015-2019 berada di kriteria yang cukup baik. Sedangkan EVA menilai bahwa rata-rata perusahaan tersebut memiliki kinerja keuangan yang buruk.

Saran

Atas dasar kesimpulan di atas, berikut ini merupakan saran yang dapat diberikan:

1. Penggunaan rasio keuangan dalam menilai kinerja keuangan lebih disarankan kepada pemegang saham jangka pendek (*trader*) karena dapat melihat kinerja keuangan dengan lebih cepat, mudah, dan spesifik. Sedangkan EVA lebih disarankan kepada investor jangka panjang, baik perorangan maupun entitas. Perhitungan EVA yang lebih kompleks dapat memperlihatkan nilai tambah ekonomi secara lebih aktual.
2. Penelitian ini mempunyai keterbatasan pada rasio keuangan yang digunakan, yaitu hanya menggunakan rasio profitabilitas dan rasio nilai pasar. Sehingga diharapkan untuk penelitian selanjutnya agar menggunakan rasio keuangan yang lainnya dan diterapkan pada sektor industri yang lebih beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiguna, I.N., Sri Murni, & J. Tumiwa. (2017). Analisis Kinerja Keuangan dengan Menggunakan Metode *Economic Value Added* (EVA) pada Perusahaan Plastik dan Kemasan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2011-2015. *Jurnal EMBA*, (5)2, 423-442.
- Arramdhani, Saefrijal & K. E. Cahyono. (2020). Pengaruh NPM, ROA, DER, DPR terhadap Return Saham. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, (9)4.
- Fahmi, Irham. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Hajar, Ibnu. (2019). *Manajemen Strategik- Konsep Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta: ANDI.
- Hefrizal, Muhammad. (2018). Analisis Metode *Economic Value Added* untuk Menilai Kinerja Keuangan pada PT Unilever Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, (4)1, 64-73.
- Hery. (2015). *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: CAPS (*Center for Academic Publishing Service*).
- Kasmir. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Indrarini, Silvia. (2019). *Nilai Perusahaan Melalui Kualitas Laba*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Iqbal, Muhammad., Raden Rustam Hidayat, & Sri Sulasmiyati. (2015). Penilaian Kinerja Keuangan Perusahaan dengan Analisis Rasio Keuangan dan Metode *Economic Value Added* (EVA) (Studi pada PT Jasa Marga (Persero) Tbk dan Anak Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011- 2014). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 25(1), 1-6.
- Saefullah, Encep, Listiawati, & Peggy M. A. (2018). Analisis Kinerja Keuangan Menggunakan Rasio Profitabilitas pada PT XL Axiata Tbk dan PT Indosat Ooredoo Tbk Periode 2011-2016 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal BanqueSyar'i*, (4)1, 15-31.
- Sumiati, Indrawati N. K. (2019). *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Malang: UB Press.
- Sutomo, Lilik & Ardiani, Lilis. (2017). Pengaruh Rasio Profitabilitas dan Rasio Pasar Terhadap Return Saham. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, (6)2, 1-15.

Halaman Persetujuan Artikel dari Dosen Pembimbing

Artikel saya berjudul:

“Analisis Perbandingan antara Rasio Keuangan dan Metode *Economic Value Added* (EVA) dalam Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan Sub Sektor Tekstil dan Garmen yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2019”

Telah selesai dikoreksi dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk dipublikasikan.

Depok, 22 Agustus 2022

Mahasiswa



Putri Intan Sari Baharsah

Dosen Pembimbing



Yusep Friya P S, S.E., M.Ak., CTA, CPIA.

Analisis Pengaruh Penerapan *Good Corporate Governance* Bisnis Syariah Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Perusahaan yang Terdaftar di *Jakarta Islamic Index* 2015 – 2021)

Fitri Maharani¹⁾, Nedsal Sixpria²⁾

1)Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, fitri.maharani.ak18@mhs.w.pnj.ac.id,

2)Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, nedsal.sixpria@akuntansi.pnj.ac.id.

ABSTRACT

Good corporate governance is very important for every company. If the governance is good, it will improve the performance of the company which results in increased profits. The audit committee, independent commissioners, managerial ownership, and institutional ownership are company mechanisms that have a role in influencing the company's financial performance in order to avoid any irregularities that occur in the company. This study aims to determine the effect of Good Corporate Governance (GCG) which consists of the size of the audit committee, independent commissioners, managerial ownership, and institutional ownership and the ratio of sharia stock criteria to the financial performance of companies listed in JII in 2015-2021. The data analysis method in this study consisted of descriptive analysis, classical assumption test, and regression analysis. The results of this study indicate that independent commissioners have no statistical effect on the financial performance of companies listed in JII in 2015-2021. Meanwhile, the audit committee, managerial ownership, and institutional ownership as well as the ratio of 1 interest-based debt and sharia 2 interest-based income ratio affect financial performance companies registered in JII in 2015-2021.

Keywords: *Good Corporate Governance, Jakarta Islamic Index, sharia stock ratio*

ABSTRAK

Tata kelola perusahaan yang baik sangat penting bagi setiap perusahaan. Jika tata kelolanya itu baik maka akan meningkatkan kinerja dari perusahaan itu yang mengakibatkan laba meningkat. Komite audit, komisaris independen, kepemilikan manajerial, dan kepemilikan institusional merupakan mekanisme perusahaan yang memiliki peran dalam mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan agar menghindari suatu penyimpangan yang terjadi pada perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Good Corporate Governance (GCG) yang terdiri dari ukuran komite audit, komisaris independen, kepemilikan manajerial, dan kepemilikan institusional dan rasio kriteria saham syariah terhadap kinerja keuangan perusahaan yang terdaftar di JII tahun 2015-2021. Metode analisis data dalam penelitian ini terdiri analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan analisis regresi. Hasil penelitian ini menunjukkan komisaris independen tidak berpengaruh secara statistik terhadap kinerja keuangan perusahaan yang terdaftar di JII tahun 2015- 2021. Sedangkan komite audit, kepemilikan manajerial, dan kepemilikan institusional serta rasio 1 hutang berbasis bunga dan rasio syariah 2 pendapatan berbasis bunga berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan yang terdaftar di JII tahun 2015-2021.

Kata-Kata Kunci: Good Corporate Governance, Jakarta Islamic Index, Rasio Saham Syariah.

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sistem ekonomi islam semakin berkembang dan telah menjadi perhatian masyarakat terhadap keuangan syariah. Pasar modal merupakan salah satu lembaga keuangan yang berhubungan dengan efek (Harahap 2017). Di Indonesia pihak yang menyediakan penawaran transaksi efek adalah Bursa Efek Indonesia (BEI), BEI menyediakan 40 indeks saham, salah satu indeks saham syariah yang diluncurkan oleh BEI adalah Jakarta Islamic Indeks (JII) yang terdiri dari 30 perusahaan. JII merupakan indeks syariah pertama kali diluncurkan oleh BEI pada 3 Juli 2000 (Bursa Efek Indonesia 2018). Perusahaan – perusahaan yang telah tercatat serta terdaftar pada JII merupakan perusahaan yang menerapkan prinsip syariah dimana bagi tiap perusahaannya terus menjaga kinerjanya, salah satunya pada sisi kinerja keuangannya. Perusahaan yang telah terdaftar dan tercatat pada indeks ini memiliki fundamental yang kuat, likuiditas yang tinggi, serta kinerja keuangan yang terus stabil (Amri, Ramdani, dan Djati 2020).

Berawal pada tahun 2020, Covid-19 berdampak bagi berbagai sektor, salah satu dampak di sektor ekonomi yaitu pada kegiatan investasi. Pada kondisi ketidakpastian di tengah pandemi membuat tingkat investasi ikut melemah, dikarenakan orang yang akan melakukan investasi atau sedang menjalankan suatu investasi dapat terhenti akibat adanya Covid-19 (Arianto 2020). Menurut siaran pers Otoritas Jasa Keuangan (2021) nomor siaran pers SP 66/DHMS/OJK/XI/2021, berdasarkan data 30 September 2021 yang dikeluarkan oleh BEI yang dinyatakan juga pada siaran pers tersebut menunjukkan bahwa jumlah dari kepemilikan efek saham syariah kian tumbuh sebesar 46% sehingga telah menjadi 1.060.704 investor dibandingkan tahun sebelumnya yaitu tahun 2020.

Menerapkan GCG pada perusahaan bertujuan untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan dari segi profitabilitas dan operasional, maka perlu mengukur angka pengembalian dari laba perusahaan dengan rasio Return on Assets (ROA). ROA diyakini sebagai hal yang penting dalam oleh para investor untuk menilai tingkat kemampuan profitabilitas perusahaan (Gitman dan Zutter 2012).

Penelitian terkait Good Corporate Governance terhadap kinerja keuangan telah diteliti oleh Marlina (2022) pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index periode 2015 – 2019. Hasil dari penelitian ini adalah dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan (ROA) dan kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan (ROA). Kemudian penelitian dari Ulfah (2018) yang meneliti pada tahun 2016 – 2018. Hasil dari penelitian ini adalah GCG yang menggunakan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Penelitian oleh Kurnianto dkk (2019) meneliti untuk tahun 2014 – 2016. Hasil penelitian ini adalah variabel dewan komisaris independent dan kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan dan variabel dewan direksi tidak memiliki pengaruh pada kinerja keuangan. Selanjutnya penelitian pada tahun 2008-2012 yang telah diteliti oleh Hafidzah (2013). Hasil yang diperoleh yaitu kepemilikan institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan, ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan, komisaris berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Rumusan Masalah

Pentingnya penerapan Good Corporate Governance terhadap perusahaan publik salah satunya adalah perusahaan yang terdaftar pada indeks Jakarta Islamic Index yang terdaftar dalam pasar modal syariah pada Bursa Efek Indonesia dalam mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan yang dapat dilihat dari kinerja keuangan. Penelitian ini menggunakan data tujuh tahun yaitu 2015

sampai dengan 2021 karena ingin melihat keseluruhan dari awal penelitian sebelumnya dan pada tahun 2020 dimana terjadi Covid-19 di Indonesia yang dapat mempengaruhi ekonomi. Disamping itu, terlihat adanya gap penelitian yang terlihat dari perbedaan hasil dan rentang waktu dari para peneliti terdahulu mengenai pengaruh GCG terhadap kinerja keuangan. Dan untuk bisnis syariah yang telah terdaftar di JII harus mengikuti kriteria berdasarkan rasio syariah sebagaimana telah dijelaskan pada peraturan OJK Nomor 35/POJK.04/2017.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis mekanisme GCG yaitu komite audit, komisaris independen, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional audit, serta rasio saham syariah yaitu rasio syariah 1 hutang berbasis bunga, rasio syariah 2 pendapatan berbasis bunga dan tidak halal lainnya.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Good Corporate Governance (GCG)

Menurut Sigit dan Hendro (2012:98), Good Corporate Governance (GCG) merupakan seperangkat kebijakan serta langkah-langkah yang dilakukan dalam usaha meningkatkan sistem serta proses dalam melakukan pengaturan organisasi dengan menyelaraskan antara hubungan, tanggung jawab, hak, dan kewajiban masing-masing pihak agar lebih terarah dan terstruktur batasan - batasan bagi seluruh pemangku kepentingan, baik dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), dewan komisaris, dan dewan direksi.

Konsep Good Corporate Bisnis Syariah

Konsep Good Corporate Governance yang dinyatakan oleh IFSB (Islamic Financial Service Board) yang sering disebut dengan Syariah Governance, sebagian besar mempunyai prinsip – prinsip yang sama dengan Good Corporate Governance konvensional. Perbedaan yang terdapat dalam Good Corporate Governance syariah dan konvensional hanya terletak pada Syariah compliance yaitu kepatuhan kepada syariah. Sedangkan prinsip – prinsip transparansi, kejujuran, kehati – hatian, kedisiplinan merupakan prinsip-prinsip yang juga terdapat dalam aturan Good Corporate Governance konvensional (Wardayati 2011).

Pasar Modal Syariah

Menurut Badan Pengawasan Pasar Modal-Lembaga Keuangan (2006), pasar modal syariah adalah pasar modal yang seluruh mekanisme kegiatannya terutama mengenai emiten, jenis efek yang diperdagangkan dan mekanisme perdagangannya telah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Achsien (2000) mengatakan pasar yang sehat adalah membuat perilaku rasional dalam harga saham sesuai dengan tingkat deviden dan ekspektasi yang wajar.

Jakarta Islamic Index (JII)

Menurut BEI (2010), Bursa Efek Jakarta (BEJ) bersama dengan Dana Reksa Investment Management (DIM) meluncurkan Jakarta Islamic Index (JII) yang mencakup 30 jenis saham dari emiten-emiten yang kegiatan usahanya memenuhi kriteria terkait hukum syariah.

Rasio Kriteria Saham Syariah

Total utang berbasis bunga dibandingkan dengan total aset tidak lebih dari 82%. Hal ini berarti jumlah utang yang mengandung unsur bunga yang dimiliki emiten tidak boleh melebihi 82% dari total aset perusahaan emiten. Total pendapatan bunga dan pendapatan tidak halal lainnya

dibandingkan dengan total pendapatan usaha dan pendapatan lain-lain tidak lebih dari 10%. Hal ini berarti jumlah pendapatan tidak halal lainnya pada perusahaan tidak boleh melebihi 10% dari jumlah pendapatan usaha.

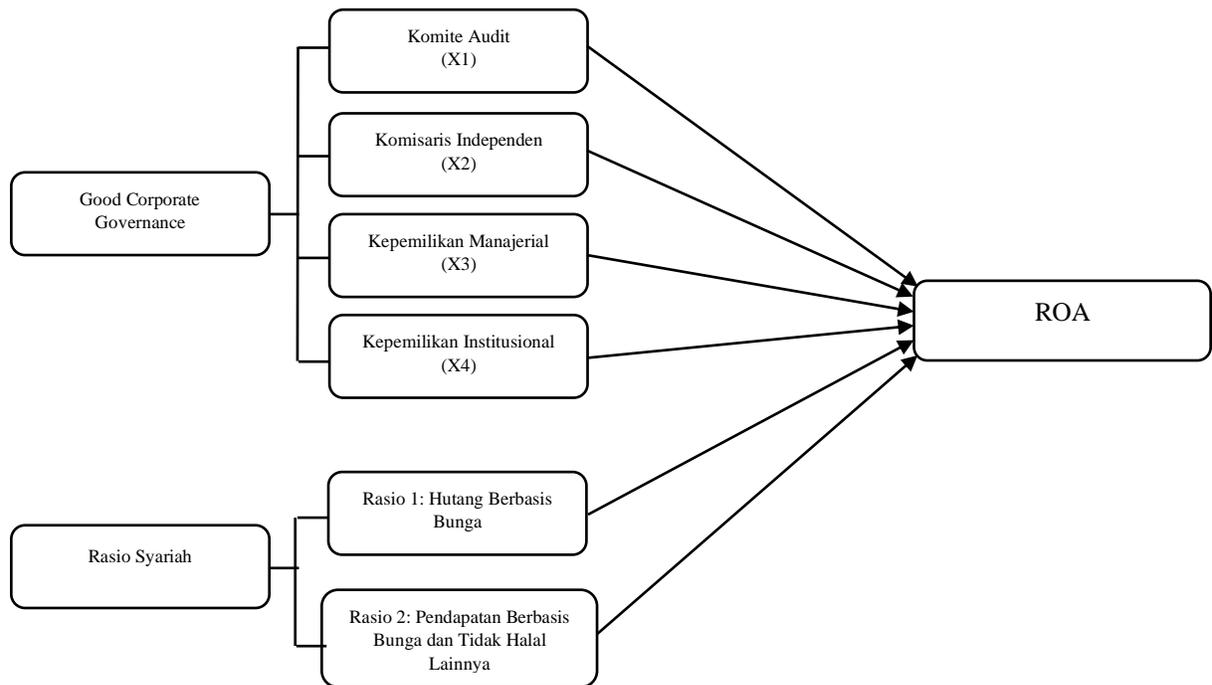
Kinerja Keuangan

Menurut Hefrizal (2018) kinerja keuangan sebagai tolak ukur dalam penilaian dari tingkat sehat atau tidaknya suatu organisasi atau perusahaan yang dapat dilihat dari laporan keuangannya. Dalam upaya memertahankan pertumbuhan yang berkesinambungan (sustainable) serta menjadi daya tarik bagi investor, salah satu upaya yang dilakukan adalah senantiasa meningkatkan profitabilitas yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, dan sebagainya (Khairudin 2017).

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu yang telah diuraikan, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah mekanisme GCG yaitu ukuran komite audit, komisaris independen, kepemilikan institusional, dan kepemilikan manajerial yang mempunyai pengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan (ROA). Selain itu, terdapat variabel rasio syariah dimana terdapat dua rasio yaitu rasio hutang berbasis bunga dan rasio pendapatan berbasis bunga. Berikut kerangka pemikiran penulis dalam penelitian ini:

Gambar 1. Bagan Kerangka Pemikiran Penelitian



3. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan ialah menggunakan penelitian kuantitatif dan dalam penelitian ini juga digunakan penelitian kausalitas, yaitu pada studi kausal peneliti berusaha menyatakan bahwa Good Corporate Governance dapat memengaruhi kinerja keuangan.

Metode Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini ialah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dengan sampel perusahaan yang terdaftar pada indeks Jakarta Islamic Index pada periode 2015 – 2021. Adapun kriteria yang digunakan untuk memilih sampel adalah sebagai berikut:

- Perusahaan yang terindeks di Jakarta Islamic Index.
- Perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index tujuh tahun berturut – turut yaitu 2015 – 2021.
- Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangannya.
- Perusahaan yang mengungkapkan Good Corporate Governance.

Jenis dan Sumber Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif secara korelasional dimana tidak dilakukan manipulasi terhadap data. Data yang digunakan adalah sekunder, dalam penelitian ini berupa data perusahaan perbankan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index dari tahun 2015-2021. Data yang diambil untuk melihat faktor-faktor apa saja yang ternyata secara efisien dapat meningkatkan suatu nilai perusahaan.

Metode Analisis Data

Pada penelitian ini teknik yang digunakan adalah dokumentasi yaitu memproses dan memperoleh data yang telah terkumpul pada laman Bursa Efek Indonesia.

Teknik Pengkajian dan Pengujian serta Teknik Analisa Informasi

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linear berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh hubungan variabel independen yang berjumlah lebih dari satu terhadap satu variabel dependen. Alat yang digunakan untuk menganalisis regresi linier berganda *Eviews9*.

Uji Normalitas

Uji Normalitas pada penelitian ini dilakukan dimana jika angka signifikansi yang ditunjukkan dalam tabel lebih kecil dari alpha 5% atau 0.05.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan pengecekan model regresi yang memiliki hubungan antar variabel dependen atau tidak yaitu dengan melihat nilai Centered VIF pada *eviews*, bila Centered VIF pada *eviews* kurang dari 10, maka variabel yang digunakan terbebas dari masalah multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Nilai signifikan yang dihasilkan pada uji heteroskedastisitas yaitu 0,05. Apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 tidak ada gejala heteroskedastisitas, namun apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka pertanda terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Nilai 0,05 merupakan nilai signifikan pada uji autokorelasi. Disimpulkan tidak terjadi masalah autokorelasi apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05. Namun jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka pada kondisi tersebut disimpulkan terjadi autokorelasi.

Uji F

Uji F yang signifikan ditunjukkan bahwa variasi variabel terikat dijelaskan sekian persen oleh variabel bebas secara bersamaan adalah benar-benar terjadi dan bukan terjadi karena kebetulan. Dengan kata lain, berapa persen variabel terikat dijelaskan oleh seluruh variabel bebas secara serentak (bersama-sama), dijawab oleh koefisien determinasi (R^2).

Uji T

Uji statistik t dilakukan dalam hal diukurinya level signifikansi antara variabel independen dan variabel dependen dalam membedakan rata-rata populasi yang digunakan pada Uji T. Uji T sebagai nilai signifikansi yang digunakan adalah senilai 0.05.

Uji R

Koefisien determinasi (R²) dipergunakan untuk menghitung kapabilitas model dan juga untuk menjelaskan variasi variabel dependen.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Seleksi Sampel

Berdasarkan hasil dari seleksi sampel sesuai kriteria metode pengambilan sampel, terpilih 12 perusahaan dari JII. Informasi mengenai 12 perusahaan diringkas dalam tabel di bawah ini:

Tabel 1. Sampel 12 Perusahaan yang Terdaftar di JII

No	Kode	Nama Perusahaan	Sektor
1	ADRO	PT Adaro Energy Tbk	Materials
2	ANTM	PT Aneka Tambang (Persero) Tbk	Materials
3	EXCL	PT XL Axiata Tbk	Infrastructure
4	ICBP	PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	Consumer Goods
5	INCO	PT Vale Indonesia Tbk	Materials
6	INDF	PT Indofood Sukses Makmur Tbk	Consumer Goods
7	KLBF	PT Kalbe Farma Tbk	Consumer Goods
8	PTBA	PT Tambang Batubara Bukit Asam Tbk	Materials
9	TLKM	PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk	Infrastructure
10	UNTR	PT United Tractors Tbk	Trade, Service & Investment
11	UNVR	PT Unilever Indonesia Tbk	Consumer Goods
12	WIKA	PT Wijaya Karya (Persero) Tbk	Property & Construction

Sumber: Data diolah, 2022

Analisis Kriteria Saham Syariah

Berdasarkan observasi kegiatan usaha dan produk yang dihasilkan melalui laporan tahunan serta menurut peraturan OJK Nomor 33/POJK.04/2014 oleh 12 sampel perusahaan yang terdaftar di JII tahun 2015 – 2021 tidak bertentangan dengan prinsip syariah di pasar modal. Tidak mengandung perjudian dan permainan yang tergolong judi, tidak mengelola jasa keuangan ribawi, tidak melakukan jual beli yang mengandung unsur ketidakpastian (gharar) dan / atau judi (maisir), tidak memproduksi, serta tidak melakukan kegiatan lain yang bertentangan dengan prinsip syariah berdasarkan ketentuan dari dewan syariah nasional majelis ulama Indonesia.

Kemudian dilakukan analisis kedua rasio kriteria saham syariah. Pertama yaitu total utang berbasis bunga dibandingkan dengan total aset tidak lebih dari 82%. Berdasarkan rasio keuangan tersebut, dapat diketahui bahwa yang digunakan untuk menghitung rasio tersebut adalah jumlah utang berbasis bunga dan jumlah aset. Berikut hasil rasio pertama dalam kriteria saham syariah pada perusahaan yang terdaftar di JII dari tahun 2015 – 2021:

Tabel 2. Rasio 1 Kriteria Saham Syariah

KODE	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
ADRO	33.24	32.35	34.04	33.27	35.22	41.69	36.05
ANTM	61.12	43.19	34.91	53.78	47.19	35.29	32.25
EXCL	47.81	61.23	63.53	59.71	60.89	62.31	65.26

ICBP	32.38	35.67	34.93	30.40	25.59	62.01	75.15
INCO	6.31	8.23	9.11	4.18	3.64	5.53	3.88
INDF	53.21	63.27	52.01	62.51	47.72	70.21	71.40
KLBF	5.21	7.32	7.57	5.01	10.35	10.18	8.89
PTBA	31.63	27.64	36.97	29.23	28.67	27.72	31.97
TLKM	56.35	48.29	45.92	53.29	63.03	54.45	57.49
UNTR	47.39	43.23	42.01	43.98	51.22	48.72	46.34
UNVR	21.73	38.42	36.63	39.97	34.77	35.18	37.89
WIKA	50.56	53.47	49.47	52.67	58.23	55.90	56.57

Sumber: data diolah, 2022

Berdasarkan laporan keuangan terdapat pinjaman bank jangka pendek dan jangka panjang, berdasarkan rincian laporan keuangan pinjaman tersebut dikenakan beban bunga, sehingga pinjaman bank jangka pendek dan jangka panjang mengandung unsur bunga. Utang trust receive merupakan fasilitas kredit dari bank untuk nasabah sehingga dapat melunasi tagihan, berdasarkan catatan dari laporan keuangan pada liabilitas trust receive terdapat bunga. Instrumen keuangan derivatif merupakan suatu instrumen investasi yang terdiri atas beberapa produk keuangan dan telah diawasi oleh BEI. Berdasarkan catatan pada laporan keuangan instrumen keuangan derivatif ditemukan tingkat suku bunga. Berdasarkan perhitungan rasio total utang berbasis bunga dibandingkan dengan total asset pada dua belas perusahaan dari tahun 2015 sampai 2021 tidak ditemukan rasio yang melebihi angka 82%. Maka dua belas perusahaan tersebut dikatakan memenuhi kriteria rasio pertama saham syariah.

Rasio kedua merupakan analisis dari yang ditetapkan oleh OJK dengan kriteria tidak lebih dari 10%. Berikut rasio kedua dalam kriteria saham syariah perusahaan yang terdaftar di JII dari tahun 2015 – 2021:

Tabel 3. Rasio 2 Kriteria Saham Syariah

KODE	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
ADRO	0.21	0.24	0.43	0.84	1.91	0.03	0.32
ANTM	8.99	6.87	7.67	1.06	1.12	0.47	0.56
EXCL	0.27	0.24	1.08	2.13	0.44	0.68	0.33
ICBP	2.13	1.12	1.13	0.81	0.68	3.48	0.32
INCO	8.38	7.89	9.11	4.18	3.64	5.53	3.88
INDF	0.23	0.73	0.88	0.68	1.13	2.17	0.40
KLBF	0.21	0.42	0.67	0.60	0.61	0.66	0.42
PTBA	0.36	0.32	0.37	0.30	0.29	0.28	0.32
TLKM	2.31	1.78	1.23	0.78	0.81	0.59	0.39
UNTR	2.37	1.78	1.64	0.90	0.73	1.26	1.10
UNVR	0.32	0.36	0.37	0.40	0.35	0.35	0.38
WIKA	0.51	0.56	0.50	0.53	0.58	0.56	0.57

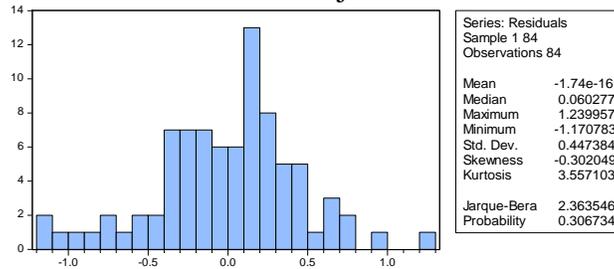
Sumber: Data diolah, 2022

Perubahan atas nilai wajar lindung nilai arus kas terdiri dari investasi pada instrumen utang berupa obligasi pemerintah dan korporasi dengan bunga tetap. Dengan adanya rincian bunga pada aset keuangan tersedia untuk dijual, maka perubahan nilai wajar aset keuangan termasuk pendapatan tidak halal. Penghasilan keuangan atau pendanaan merupakan penghasilan yang berasal dari bunga deposit, pinjaman jangka panjang dan jangka pendek, fasilitas kredit, dan bunga atas pinjaman. Berdasarkan catatan laporan keuangan, penghasilan keuangan dan pendanaan mengandung unsur bunga, maka termasuk pendapatan tidak halal. Berdasarkan perhitungan rasio kedua yaitu total pendapatan bunga dan pendapatan tidak halal lainnya dibandingkan dengan total

pendapatan usaha dan pendapatan lain-lain pada dua belas perusahaan dari tahun 2015 sampai 2021 tidak ditemukan rasio yang melebihi angka 10%. Maka dua belas perusahaan tersebut dikatakan memenuhi kriteria rasio kedua saham syariah.

Regresi Linier Berganda
Uji Normalitas

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas



Sumber: Output *Eviews*, 2022

Berdasarkan Gambar 4.2, nilai probability 0.306734 lebih besar dari 0.05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persamaan dalam penelitian ini tidak memiliki masalah normalitas atau berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinieritas

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
LX1	0.122202	79.91506	1.350130
LX2	0.267330	14.97863	1.454034
LX3	0.002376	16.24156	1.660653
LX4	0.129986	1.848289	1.403878
LX5	0.018112	2.939916	1.137972
LX6	0.007607	9.530484	2.016451

Sumber: Output *Eviews*, 2022

Berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat disimpulkan bahwa nilai Centered VIP pada seluruh variabel berada di bawah 10, yang berarti bahwa seluruh variabel terbebas dari masalah multikolinieritas.

Uji Heterokedastisitas

Tabel 8. Hasil Uji Heterokedastisitas

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.073965	0.341089	0.216850	0.8289
LX1	0.314996	0.233021	1.351.789	0.1804
LX2	0.512127	0.344652	1.485.924	0.1414
LX3	0.006552	0.032494	0.201631	0.8407
LX4	-0.043867	0.240328	-0.182528	0.8556
LX5	-0.024678	0.089711	-0.275086	0.7840

LX6	0.054583	0.058139	0.938829	0.3508
-----	----------	----------	----------	--------

Sumber: Output *Eviews*, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa nilai prob masing-masing variabel besar dari nilai alpha 0,05 yang berarti bahwa seluruh variabel sudah terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

Uji Autokolerasi

Tabel 9. Hasil Uji Autokolerasi

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

F-statistic	1.522010	Prob. F(34,43)	0.0961
Obs*R-squared	45.87796	Prob. Chi-Square(34)	0.0839

Sumber: Output *Eviews*, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa nilai Prob. Chi-Square lebih besar dari alpha 0,05 yaitu 0.0839 lebih besar dari 0,05 yang berarti bahwa tidak terjadi masalah autokorelasi pada model penelitian ini.

Uji T

Tabel 10. Hasil Uji T

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.154455	0.511694	0.301850	0.7636
LX1	1.417430	0.349573	4.054742	0.0001
LX2	-0.322193	0.517039	-0.623150	0.5350
LX3	0.122231	0.048747	2.507457	0.0143
LX4	0.725493	0.360535	2.012268	0.0477
LX5	-0.168639	0.134582	-2.953137	0.0318
LX6	0.407151	0.087219	3.460.342	0.0066

Sumber: Output *Eviews*, 2022

Berdasarkan Tabel di atas dapat disimpulkan bahwa variabel bebas x2 tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Sedangkan variabel bebas x1 dengan nilai prob < 0,05 yaitu sebesar 0.0001 < 0,05 yang berarti bahwa variabel x1 berpengaruh terhadap variabel terikat. Variabel x3 memiliki nilai prob < 0,05 yaitu sebesar 0.0143 < 0,05 berarti variabel x3 berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat dan variabel x4 memiliki nilai prob < 0,05 yaitu sebesar 0.0477 < 0,05 yang berarti bahwa variabel x4 berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Variabel X5 memiliki nilai prob. < 0,05 yaitu sebesar 0,0318 yang berarti bahwa variabel X5 berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat dan variabel X6 memiliki prob < 0,05 yaitu sebesar 0,0066 yang berarti bahwa variabel X6 memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Uji F

Tabel 11. Hasil Uji F

F-statistic	5.633427
Prob(F-statistic)	0.000001

Sumber: Output *Eviews*, 2022

Berdasarkan hasil uji F pada Tabel 4.9 di atas dapat disimpulkan bahwa nilai nilai t hitung > t table yaitu 5.633427 lebih besar dari 2.33 yang berarti bahwa secara simultan variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Uji R

Tabel 12. Hasil Uji R

R-squared	0.420652
Adjusted R-squared	0.159924

Sumber: Output *Eviews*, 2022

Berdasarkan table diatas, hasil yang diperoleh dari uji koefisien determinasi (R²) adalah sebesar 0.4206 yang diartikan sebesar 42,06%. Dari nilai yang diperoleh tersebut dapat disimpulkan bahwa besarnya nilai pengaruh yang dimiliki komite audit, komisaris independen, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, rasio utang bunga dan rasio pendapatan bunga adalah sebesar 42,06%. Sedangkan sisanya sebesar 57,94% yang berarti ada variabel lain selain yang digunakan dalam penelitian ini yang mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen yang digunakan (ROA).

Pembahasan

- Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan Uji T $0.0001 < 0,05$ yang berarti membuktikan kepemilikan komite audit berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Hal ini sesuai dengan penelitian dari (Kurnianto, Sudarwati, dan Burhanudin 2019) pada penelitian tersebut menyatakan bahwa komite audit mempunyai peran yang dapat meningkatkan pengawasan terhadap pelaporan keuangan yang dibuat oleh manajer. Selain itu, komite audit memiliki peran dalam menghambat perilaku manajemen dalam menekan manajemen laba.
- Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan Uji T $0.5350 > 0,05$ yang berarti membuktikan komisaris independen tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Hasil uji statistik deskriptif pada proporsi komisaris independen, nilai rata-rata pada perusahaan sampel memiliki nilai di bawah ketentuan OJK dari jumlah minimal 50% dari total dewan komisaris yang dimiliki perusahaan, yaitu sebesar 45.43%. Hal ini mengindikasikan bahwa adanya komisaris independen dalam perusahaan dinilai belum cukup efektif untuk melakukan pemantauan terhadap manajer dalam perusahaan tersebut. Hal ini selaras dengan penelitian dari (Marlena 2022), (Ulfah 2018), (Kurnianto, Sudarwati, dan Burhanudin 2019) dan tidak selaras oleh penelitian (Hafidzah 2013) karena pada penelitian tersebut dilakukan sampel perusahaan yang terdaftar di JII pada tahun 2008 – 2012, dimana peraturan mengenai minimal jumlah komisaris independen belum disahkan.
- Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan Uji T $0.0143 < 0,05$ yang berarti membuktikan kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Hal ini selaras dengan penelitian dari (Marlena 2022) kepemilikan manajerial dapat mendorong para manajerial dalam bertindak dengan hati-hati ketika mengambil keputusan. Meningkatnya kepemilikan manajerial akan menambah saham beredar hal ini dapat menambah ekuitas atau modal dari perusahaan yang dapat dipergunakan untuk membeli aset atau meningkatkan operasional dari perusahaan tersebut sehingga meningkatkan perputaran aset, hal ini akan menambah peluang dalam meningkatkan profit margin.

- Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan Uji T $0.0477 < 0,05$ yang berarti membuktikan kepemilikan institusional berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Hal ini selaras dengan penelitian (Kurnianto, Sudarwati, dan Burhanudin 2019). Selain itu karena kepemilikan institusional merupakan kepemilikan mayoritas dari perusahaan maka dengan meningkatnya kepemilikan institusional akan menambah saham beredar hal ini dapat menambah ekuitas atau modal dari perusahaan yang dapat dipergunakan meningkatkan operasional perusahaan.
- Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan Uji T $0.0318 < 0,05$ yang berarti membuktikan rasio syariah 1 berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Berdasarkan tabel 4.2 semua perusahaan yang terdaftar di JII semuanya telah memenuhi kriteria saham syariah dengan rata-rata berdasarkan uji statistik 40%. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut perusahaan – perusahaan tetap menjaga nilai hutang berbasis bunga tidak melebihi aturan, hutang tersebut dapat digunakan untuk membeli aset seperti peralatan, kendaraan, bangunan yang dapat meningkatkan produktifitas dari perusahaan yang menambah kesempatan dalam meningkatkan ROA.
- Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan Uji T $0.0066 < 0,05$ yang berarti membuktikan rasio syariah 2 berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Berdasarkan tabel 4.3 semua perusahaan yang terdaftar di JII semuanya telah memenuhi kriteria saham syariah dengan rata-rata berdasarkan uji statistik 1.47% . Hal ini mengindikasikan mayoritas pendapatan perusahaan – perusahaan tersebut pendapatan selain bunga dan tidak halal lainnya yang dapat meningkatkan kinerja keuangan serta meningkatkan ROA
- Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan Uji F 5.633427 dengan profitabilitas $0.000001 < 0.05$ membuktikan memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan. Pada Uji R sebesar 42,06%, dari nilai yang diperoleh tersebut dapat disimpulkan bahwa besarnya nilai pengaruh yang dimiliki komite audit, komisaris independen, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, rasio utang bunga dan rasio pendapatan bunga adalah sebesar 42,06%. Sedangkan sisanya sebesar 57,94% yang berarti terdapat variabel selain penelitian ini.

5. KESIMPULAN

- Komite audit memiliki pengaruh positif dan signifikan pada kinerja keuangan pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* 2015 – 2021.
- Komisaris Independen tidak memiliki pengaruh pada kinerja keuangan pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* 2015 – 2021.
- Kepemilikan manajerial memiliki pengaruh positif dan signifikan pada kinerja keuangan pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* 2015 – 2021.
- Kepemilikan institusional memiliki pengaruh positif dan signifikan pada kinerja keuangan pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* 2015 – 2021.
- Rasio 1 yaitu utang berbasis bunga memiliki pengaruh positif dan signifikan pada kinerja keuangan pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* 2015 – 2021.
- Rasio 2 yaitu pendapatan berbasis bunga dan tidak halal lainnya memiliki pengaruh positif dan signifikan pada kinerja keuangan pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* 2015 – 2021.
- *Good Corporate Governance* yang di proksikan komite audit, komisaris independen, kepemilikan manajerial, dan kepemilikan institusional serta rasio syariah yaitu rasio syariah 1 hutang berbasis bunga dan rasio 2 pendapatan berbasis bunga dan tidak halal lainnya memiliki

pengaruh positif dan signifikan pada kinerja keuangan pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* 2015 – 2021.

- Bagi penelitian selanjutnya, sebaiknya menggunakan penelitian serupa namun dengan indeks saham yang berbeda dengan jumlah sampel yang banyak, mengikuti peraturan – peraturan terbaru oleh OJK dan BEI, dan menambah variabel GCG yang diprediksikan mampu meningkatkan kinerja keuangan perusahaan

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, Bambang. 2020. “Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Perekonomian Dunia.” *Jurnal Ekonomi Perjuangan* 2(2).
- BEI. 2010. “Bursa Efek Indonesia.” <https://www.idx.co.id/perusahaan-tercatat/laporan-keuangan-dan-tahunan/>.
- Fadillah, Adil Ridlo. 2017. “Analisis Pengaruh Dewan Komisaris Independen, Kepemilikan Manajerial Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Kinerja Perusahaan Yang Terdaftar Di LQ45.” *Jurnal Akuntansi* 12(1): 37–52.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2014. “Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 33/POJK.04/2014 Tentang Direksi Dan Dewan Komisaris Emiten Atau Perusahaan Publik.” [https://www.ojk.go.id/id/regulasi/Documents/Pages/POJK-tentang-Direksi-dan-Dewan--Komisaris-Emiten-atau-Perusahaan-Publik/POJK 33. Direksi dan Dewan Komisaris Emiten Atau Perusahaan Publik.pdf](https://www.ojk.go.id/id/regulasi/Documents/Pages/POJK-tentang-Direksi-dan-Dewan--Komisaris-Emiten-atau-Perusahaan-Publik/POJK%2033.%20Direksi%20dan%20Dewan%20Komisaris%20Emiten%20atau%20Perusahaan%20Publik.pdf).
- Pratiwi, Fernanda Lady, R Anastasia Endang Susilawati, and Nanang Purwanto. 2016. “Analisis Mekanisme Good Corporate Governance Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Yang Terdaftar DI BEI.” *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi* 4(1).
- Wardayati, Siti Maria. 2011. “Implikasi Syariah Governance Terhadap Reputasi Dan Kepercayaan Bank Syariah.” *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* 19(1)
- Widhianningrum, Purweni, and Nik Amah. 2012. “Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan Selama Krisis Keuangan Tahun 2007-2009.”

Halaman Persetujuan Artikel dari Dosen Pembimbing

Artikel saya berjudul

Analisis Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance Bisnis Syariah Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index 2015 – 2021)

Telah selesai dikoreksi dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk dipublikasikan.

	Tanda tangan	Tanggal
Mahasiswa :		
Fitri Maharani		20 Agustus 2022
Dosen Pembimbing		
Nedsal Sixpria, S.E., Ak., M.M		20 Agustus 2022

Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Leverage, dan Total Assset Turnover terhadap Penghindaran Pajak di Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer Tahun 2017-2020

Christine Bright Sinamo¹⁾, Hayati Fatimah²⁾

¹⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: christine.brightsinamo.ak17@mhs.w.pnj.ac.id

²⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: hayati.fatimah@akuntansi.pnj.ac.id

ABSTRACT

Tax is the main source of state revenue that aims to finance the needs of the state. However, in reality, tax revenue has not been carried out optimally due to differences in interests between the state and the company. Corporations reduce their taxes by avoiding taxes. There are several factors that can affect tax avoidance. This study aims to determine the effect of firm size, sales growth, leverage, and total asset turnover on tax avoidance in consumer non-cyclicals sector companies in 2017-2020. This study uses secondary data in financial statements obtained from the IDX website and the data analysis method used is panel data analysis. The results of this study indicate that firm size and total asset turnover have a positive and significant effect on tax avoidance. Sales growth and leverage have a negative effect on tax avoidance but not significant. Companies can increase total assets and sales in order to generate profits so that they are able to carry out their tax obligations properly and do not take tax avoidance actions. The Directorate General of Taxes may consider using the total asset turnover ratio for assessing the risk of taxpayer non-compliance.

Keywords: Tax Avoidance; Firm Size; Sales Growth; Leverage; Total Assets Turnover.

ABSTRAK

Pajak merupakan sumber utama pendapatan negara yang bertujuan untuk membiayai kebutuhan negara. Namun dalam realisasinya, penerimaan pajak belum dilakukan secara maksimal karena perbedaan kepentingan antara negara dengan perusahaan. Perusahaan melakukan penghindaran pajak untuk mengurangi pembayaran pajak. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi tindakan penghindaran pajak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, *leverage*, dan *total asset turnover* terhadap penghindaran pajak pada perusahaan sektor barang konsumen primer tahun 2017-2020. Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan yang diperoleh dari website BEI dan metode analisis data yang dipakai adalah analisis data panel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan *total asset turn over* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penghindaran pajak. Pertumbuhan penjualan dan *leverage* berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak tetapi tidak signifikan. Perusahaan dapat meningkatkan total aset dan penjualan agar menghasilkan laba sehingga mampu melaksanakan kewajiban pajaknya dengan baik dan tidak melakukan tindakan penghindaran pajak. Direktorat Jenderal Pajak dapat mempertimbangkan menggunakan rasio *total asset turn over* untuk penilaian resiko ketidakpatuhan wajib pajak.

Kata-Kata Kunci: Penghindaran Pajak; Ukuran Perusahaan; Pertumbuhan Penjualan; *Leverage*; *Total Asset Turnover*

1. PENDAHULUAN

Pajak berperan sebagai sumber utama pendapatan negara yang bertujuan untuk membiayai kebutuhan suatu negara. Namun dalam realisasinya, penerimaan pajak belum dapat dilakukan secara maksimal. Menurut laporan *Tax Justice Network*, Indonesia mengalami kerugian dari penerimaan pajak yang disebabkan penghindaran pajak oleh korporasi hingga Rp 67, 6 triliun. Dari kenyataan ini sangat memungkinkan bahwa manajer melaksanakan praktik penghindaran pajak dengan memanfaatkan adanya celah dari aturan pajak ataupun insentif pajak (Barid & Wulandari, 2021).

Manajemen dalam mengevaluasi kinerja operasional perusahaan menganggap pajak sebagai salah satu faktor pertimbangan karena menganggap pajak merupakan beban yang mengurangi perolehan laba dan berpengaruh terhadap kelangsungan operasional perusahaan. Perusahaan sebagai wajib pajak pun tidak memperoleh manfaat secara langsung atas hasil pembayaran pajaknya walaupun dana yang bersumber dari pajak digunakan untuk kepentingan negara serta kemakmuran rakyat. Dari sisi negara sebagai fiskus menganggap pajak sebagai sumber pendapatan yang sangat potensial yang mampu menambah penerimaan negara. Terjadinya perbedaan kepentingan antara negara sebagai fiskus atau pemangku kepentingan yang menginginkan pemasukan atas pajak sebesar-besarnya dengan perusahaan sebagai agen yang menganggap pajak sebagai beban dan menginginkan pembayaran pajak yang seminimal mungkin kepada negara. Untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan melakukan perencanaan pajak (*tax planning*). Terdapat tiga cara dalam melaksanakan *tax planning* yang terdiri dari *tax avoidance*, *tax evasion*, dan *tax saving* (Anggara & Pratomo, 2021).

Penghindaran pajak (*tax avoidance*) adalah suatu tindakan legal yang dilakukan oleh Wajib Pajak dengan tujuan meminimalisasi biaya kepatuhan (*compliance cost*) yang harus dibebankan pada Wajib Pajak dalam pemenuhan kewajiban perpajakannya (Mujiyati & Aris, 2021). Banyak perusahaan yang berusaha menghindari pajak, tetapi tetap patuh terhadap ketentuan dalam regulasi perpajakan contohnya dengan memanfaatkan prosedur penyusutan aset, pengecualian dan potongan yang diperkenankan, melakukan penundaan pembayaran pajak yang aturannya belum ada dalam ketentuan perpajakan berlaku serta umumnya melalui pengambilan kebijakan oleh pimpinan atau manajemen perusahaan (Mujiyati & Aris, 2021).

Tax avoidance dalam penelitian ini diproksikan dengan *cash effective tax rate* (CETR). Proksi ini dipilih karena dapat lebih menggambarkan adanya aktivitas *tax avoidance* karena CETR tidak berpengaruh dengan adanya perubahan estimasi seperti adanya perlindungan pajak. Faktor-faktor yang diduga berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak akan diteliti dalam penelitian ini yaitu ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, *leverage*, dan *Total Asset Turnover* (TATO). Adanya ketidaksesuaian pergerakan menurut teori dengan kondisi yang terjadi antara nilai ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, *leverage*, dan *Total Asset Turnover* (TATO) dengan nilai CETR memunculkan fenomena yang menyebabkan perlunya dilakukan penelitian untuk menganalisis pengaruh antara variabel-variabel tersebut.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Teori agensi merupakan kontrak antara pemegang saham atau pemilik perusahaan (*principal*) dengan agen sebagai pengelola perusahaan (manajer). Agen (manajer) menggunakan sumber daya yang dimiliki perusahaan guna memaksimalkan kompensasi kinerja manajer yaitu dengan menekan beban pajak perusahaan sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan

(Salwah & Herianti, 2019). Dalam teori agensi, manajer (agen) akan berusaha mengatur pengelolaan beban pajak sehingga tidak mengurangi kompensasi kinerja manajer akibat laba yang berkurang karena beban pajak. Perusahaan dengan pengelolaan aset yang baik mendapatkan keuntungan atas adanya insentif pajak atau celah yang terdapat dalam peraturan perpajakan. Hal tersebut membuat perusahaan terlihat melakukan penghindaran pajak.

Menurut Rahayu (2020:189), penghindaran pajak (*tax avoidance*) adalah suatu tindakan mengurangi biaya kepatuhan (*compliance cost*) yang dilakukan tanpa melanggar hukum oleh Wajib Pajak. Hukum dapat membenarkan Wajib Pajak yang menghindari pembayaran pajak karena tindakan ini menggunakan celah yang menjadi kekurangan dalam regulasi perpajakan sehingga dapat menghindari pengenaan pajak yang lebih besar. Wajib Pajak yang mempunyai tingkat pemahaman tinggi terhadap regulasi perpajakan dapat memanfaatkan pengetahuannya untuk membantu baik secara langsung maupun tidak langsung Wajib Pajak dalam mengurangi biaya kepatuhan yang wajib dibayarkan agar kewajiban perpajakan terpenuhi.

Menurut Toni, Simorangkir & Kosasih (2021) ukuran perusahaan merupakan skala suatu perusahaan yang dapat diklasifikasikan besar atau kecil dengan beberapa indikator diantaranya yaitu total aset, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain. Menurut teori dalam penelitian Herninta & Ginting (2020), perusahaan yang mempunyai total aset yang besar akan lebih baik dan stabil dalam memperoleh laba apabila dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki nilai aset yang kecil. Perusahaan dengan perolehan laba yang stabil dan tinggi makin besar kemungkinannya melakukan praktik penghindaran pajak. Hal ini disebabkan oleh biaya-biaya yang dikeluarkan untuk melakukan penjualan lebih besar, sehingga perusahaan dengan tingkat penjualan yang tinggi akan memilih kebijakan akuntansi yang mengurangi laba (Nurwani, 2019).

Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) yaitu perubahan kenaikan ataupun penurunan penjualan dari satu periode tahun pelaporan ke tahun berikutnya dengan melihat pada laporan laba rugi perusahaan (Maryanti, 2016). *Sales growth* dapat menjadi alat penilaian untuk mengetahui penerimaan masyarakat atas barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Oleh karena perusahaan mendapatkan laba yang lebih besar akibat terjadinya pertumbuhan penjualan maka perusahaan cenderung melakukan penghindaran pajak.

Leverage merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dilikuidasi (Kasmir, 2018). Salah satu rasio *leverage* yaitu *Debt to Asset Ratio* digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aset. Perusahaan yang memilih utang sebagai alternatif untuk membiayai perusahaan akan menimbulkan munculnya beban bunga. Hal ini didasarkan pada Pasal 6 UU No. 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan yang menyatakan bunga atas pinjaman dapat mengurangi penghasilan kena pajak (PKP) perusahaan. Perusahaan dinilai dapat meningkatkan utang perusahaan untuk mengurangi jumlah pajak yang dibayarkan karena beban bunga dapat mengurangi jumlah PKP perusahaan. Perusahaan dengan *leverage* yang tinggi mempunyai kemungkinan besar untuk melakukan tindakan penghindaran pajak.

Rasio aktivitas adalah rasio yang digunakan untuk mengetahui efektivitas perusahaan dalam menggunakan aset yang dimiliki perusahaan. Salah satu rasio aktivitas adalah Total Asset Turnover (TATO). TATO merupakan rasio yang menggambarkan perputaran aset dengan didasarkan pada volume penjualan. Semakin besar TATO semakin baik karena aset dapat lebih cepat berputar dan meraih keuntungan serta menunjukkan efisiensi penggunaan keseluruhan aset dalam memperoleh pendapatan. Perputaran aset yang meningkat dapat meningkatkan volume penjualan untuk memperoleh laba yang maksimal sehingga semakin cepat peningkatan laba yang

diperoleh (Tambun Sihar, 2021). Apabila TATO mengalami kenaikan maka dapat dikatakan terdapat kecenderungan terjadi peningkatan laba dan sebaliknya. Dalam kaitannya dengan pajak maka dapat terjadi probabilitas perusahaan untuk melakukan penghindaran pajak.

Ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, *leverage*, dan *Total Asset Turnover* (TATO) merupakan beberapa variabel yang mempunyai keterkaitan dengan tindakan penghindaran pajak. Penelitian R. Handayani (2018) dan Rahmawati et al (2021) menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak secara signifikan. Ellyanti & Suwanti (2022) dan (Ziliwu & Ajimat, 2021) menyatakan *sales growth* berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak secara signifikan. Aprianto & Dwimulyani (2019) dan Alya & Yuniarwati (2021) menyatakan *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap penghindaran pajak. Namun penelitian Selviani, Supriyanto & Fadillah (2019) menyatakan hasil yang berbeda yaitu *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penghindaran pajak. Dalam penelitian Tambun Sihar (2021) TATO dianggap berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Penelitian Saraswati & Nurhayati, (2020) juga mendukung dengan menyatakan rasio TATO berpengaruh signifikan terhadap peningkatan laba. Hal ini dapat dikaitkan dengan tindakan penghindaran pajak oleh perusahaan karena terjadi peningkatan laba.

Berdasarkan uraian di atas maka diperoleh hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H1: Diduga ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penghindaran pajak
- H2: Diduga *sales growth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penghindaran pajak
- H3: Diduga *leverage* (DAR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap penghindaran pajak
- H4: Diduga TATO berpengaruh positif dan signifikan terhadap penghindaran pajak
- H5: Diduga ukuran perusahaan, *sales growth*, dan *leverage*, dan TATO secara simultan berpengaruh terhadap penghindaran pajak.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Paradigma penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif karena pengujian teori-teori dilakukan dengan cara mengukur variabel penelitian menggunakan angka serta menganalisis data memakai prosedur statistik. Selain itu penelitian deskriptif dipilih karena penelitian ini melakukan analisis deskriptif terhadap hasil data dari pengujian statistik. Tujuan penelitian deskriptif untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta populasi daerah tertentu (Darwin, 2021).

Objek dalam penelitian ini adalah beberapa perusahaan sektor barang konsumen primer (*Consumer Non-Cyclicals*) terdaftar di BEI selama tahun 2017-2020. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan menggunakan pertimbangan tertentu baik pertimbangan ahli maupun pertimbangan ilmiah yang didasarkan pada tujuan penelitian. Metode tersebut dipilih karena pemilihan sampel telah disesuaikan dengan tujuan dari penelitian untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, *leverage* dan *Total Asset Turn Over* terhadap perusahaan sektor barang konsumen primer (*Consumer Non-Cyclicals*). Kriteria untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu:

Tabel 1. Hasil Penentuan Sampel

No	Kriteria	Jumlah Perusahaan
1.	Jumlah perusahaan di sektor barang konsumen primer (<i>consumer non-cyclicals</i>) yang terdaftar (<i>listing</i>) di BEI selama tahun 2017-2020	65
2.	Perusahaan sektor barang konsumen primer yang tidak menggunakan mata uang rupiah (Rp)	(2)

3.	Perusahaan sektor barang konsumen dengan perolehan laba komersial negatif selama 2017-2020.	(26)
4.	Perusahaan sektor barang konsumen yang tahun laporan keuangannya tidak lengkap ataupun tidak mengungkapkan pembayaran pajak dalam laporan keuangan.	(4)
5	Perusahaan yang memperoleh pendapatan (<i>net sales</i>) kurang dari 5 Triliun di tahun 2017-2020	(19)
	Jumlah sampel perusahaan per-tahun penelitian yang diperoleh berdasarkan kriteria	14
	Jumlah Tahun Penelitian	4
	Total akhir sampel perusahaan yang digunakan	56

Sumber: data diolah, 2022

Proxy yang digunakan untuk menghitung variabel Penghindaran Pajak (Y) ialah *Cash Effective Tax Rate* (CETR). Semakin rendah nilai CETR atau mendekati nilai nol maka menunjukkan semakin tinggi tingkat penghindaran pajak oleh perusahaan dan sebaliknya semakin tingginya nilai CETR mendekati tarif pajak efektif menunjukkan semakin rendah tingkat penghindaran pajak. Rumus *Cash ETR* adalah sebagai berikut:

$$Cash\ ETR = \frac{Cash\ Tax\ Paid}{Total\ Pre-Tax\ Accounting\ Income} \quad (1)$$

Kemudian *proxy* yang digunakan untuk menghitung variabel ukuran perusahaan (X1) adalah total aset perusahaan sehingga semakin tinggi total aset perusahaan artinya semakin besar ukuran perusahaan. Rumus ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

$$Ukuran\ Perusahaan = \text{Log Natural (Ln) Total Aset} \quad (2)$$

Variabel independen kedua yaitu pertumbuhan penjualan (X2) menggunakan rumus rasio *sales growth*. *Sales Growth* adalah rasio pertumbuhan yang menggambarkan perubahan berupa kenaikan total penjualan tiap tahun atau dari waktu ke waktu (Poernawarman, 2015). Rumus *sales growth* adalah sebagai berikut:

$$Sales\ Growth = \frac{S_t - S_{(t-1)}}{S_{(t-1)}} \times 100 \quad (3)$$

Variabel *leverage* (X3) selaku variabel independen ketiga diproksikan dengan *Debt to Asset Ratio*. *Debt to Asset Ratio* (DAR) menunjukkan seberapa besar aset perusahaan dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aset. Adapun rumus DAR adalah sebagai berikut:

$$DAR = \frac{Total\ Liability}{Total\ Asset} \quad (4)$$

Variabel keempat yaitu *Total Asset Turnover* atau TATO (X4). *Total Asset Turnover* (TATO) adalah rasio pengelolaan aset untuk mengukur perputaran seluruh aset perusahaan. Adapun rumus TATO adalah sebagai berikut:

$$TATO = \frac{Net\ Sales}{Total\ Asset} \quad (5)$$

Data yang diperlukan untuk penelitian diperoleh secara sekunder. Data sekunder adalah data yang sudah tersedia yang dikutip oleh peneliti untuk kepentingan penelitian, selain itu data aslinya tidak diambil oleh peneliti melainkan oleh pihak lain. Dalam penelitian ini sumber datanya sekunder karena data yang digunakan adalah laporan keuangan perusahaan di sektor barang konsumen primer terdaftar di BEI yang dapat langsung diperoleh dari website BEI yaitu www.idx.co.id. Metode pengumpulan data dilakukan secara dokumentasi melalui website BEI

www.idx.co.id kemudian data dikumpulkan dengan cara mengunduh laporan keuangan perusahaan.

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan analisis regresi data panel. Tahap awal analisis data adalah analisis statistik deskriptif. Kemudian dilakukan analisis regresi data panel yang terdiri dari beberapa tahapan uji. Pertama adalah uji pemilihan model yang terdiri dari *chow test*, *hausman test*, dan *lagrange multiplier test*. Uji selanjutnya adalah uji asumsi klasik untuk meneliti pelanggaran terhadap asumsi klasik dengan mengamati pola nilai residual. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Tahapan terakhir yaitu uji hipotesis penelitian meliputi uji t yang menunjukkan pengaruh variabel secara parsial, uji f menunjukkan pengaruh variabel secara simultan, dan uji koefisien determinasi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahapan analisis yang pertama yaitu analisis statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah metode statistik yang bertujuan untuk memperoleh gambaran sekilas mengenai suatu data. Gambaran atau deskripsi suatu data dapat diamati berdasarkan perolehan nilai rata-rata (mean), standar deviasi, nilai maksimum, dan nilai minimum. Berikut ini telah disajikan tabel deskriptif penelitian.

Tabel 2. Hasil Statistik Deskriptif

	Y_PP	X1_FZ	X2_SG	X3_DAR	X4_TATO
Mean	26.21750	30.72446	7.105179	0.516250	1.790893
Median	23.10500	30.79000	6.290000	0.515000	1.470000
Maximum	61.27000	32.73000	37.78000	0.810000	4.460000
Minimum	7.260000	28.70000	-21.23000	0.210000	0.450000
Std. Dev.	C	0.954541	9.854072	0.176806	0.893447
Observations	56	56	56	56	56

Sumber: data diolah dengan *evIEWS 10, 2022*.

Tahapan selanjutnya adalah uji pemilihan model regresi yang akan digunakan. Ada tiga model regresi yaitu model *common*, model *fixed* dan model *random*. Ketiga model tersebut diuji menggunakan *chow test*, *hausman test*, dan *lagrange multiplier test* untuk mendapatkan model terbaik yang akan digunakan. Berikut ini diuraikan hasilnya:

1. Chow Test

Tabel 3. Hasil Chow Test

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	1.864926	(13,38)	0.0676
Cross-section Chi-square	27.634684	13	0.0102

Sumber: data diolah dengan *evIEWS 10, 2022*.

Hasil *Chow Test* pada baris *Cross section F* menunjukkan probabilitas sebesar 0,0676 atau lebih besar dari 0,05 artinya Uji Chow menyarankan untuk menggunakan *Common Effect Model*.

2. Hausman Test

Tabel 4. Hasil Hausman Test

Correlated Random Effects - Hausman Test

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	13.647022	4	0.0085

Sumber: data diolah dengan *eviews 10, 2022*

Menurut tabel di atas, nilai dari probabilitas *Cross-section random* adalah $0,0085 < 0,05$ (lebih kecil dari 0,05). Artinya adalah model terbaik yang dapat digunakan yaitu *Fixed Effect Model*.

3. Lagrange Multiplier Test

Tabel 5. Hasil *Lagrange Multiplier Test*
Lagrange multiplier (LM) test for panel data

Null (no rand. effect) Alternative	Cross-section One-sided	Period One-sided	Both
Breusch-Pagan	0.680503 (0.4094)	14.31384 (0.0002)	14.99434 (0.0001)
Honda	-0.824926 (0.7953)	3.783364 (0.0001)	2.091931 (0.0182)
King-Wu	-0.824926 (0.7953)	3.783364 (0.0001)	3.053074 (0.0011)
GHM	-- --	-- --	14.31384 (0.0003)

Sumber: data diolah dengan *eviews 10, 2022*

Berdasarkan tabel di atas, nilai dari probabilitas *Cross-section one-sides* adalah $0,4094 > 0,05$ (lebih besar dari 0,05). Artinya adalah model terbaik yang dapat digunakan yaitu *Common Effect Model*.

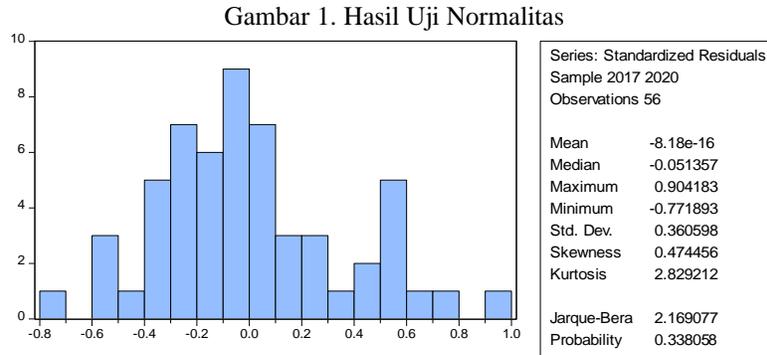
Menurut uji spesifikasi model menggunakan Uji Chow, Uji Hausman, dan uji LM menunjukkan pilihan terbaik menggunakan model penelitian *Common Effect Model* dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil *Common Effect Model*

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-15.14957	7.647485	-1.980988	0.0530
FZ	5.278521	2.186266	2.414401	0.0194
SG	-0.031998	0.093416	-0.342535	0.7334
DAR	-0.051042	0.485202	-0.105196	0.9166
TATO	0.410968	0.201666	2.037864	0.0468
R-squared	0.135405	Mean dependent var		3.192411
Adjusted R-squared	0.067594	S.D. dependent var		0.387808
S.E. of regression	0.374472	Akaike info criterion		0.958446
Sum squared resid	7.151695	Schwarz criterion		1.139281
Log likelihood	-21.83649	Hannan-Quinn criter.		1.028556
F-statistic	1.996794	Durbin-Watson stat		1.791614
Prob(F-statistic)	0.108983			

Sumber: data diolah dengan *eviews 10, 2022*

Tahapan berikutnya adalah uji asumsi klasik untuk mendeteksi ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik atas persamaan regresi berganda yang digunakan. Uji normalitas menggunakan perbandingan nilai probabilitas (*probability*). Jika nilai *Probability* melebihi alpha 0,05 (5%) artinya residual berdistribusi normal. Melalui Gambar. 1 terlihat nilai Jarque Bera adalah 2,169077 dengan nilai *probability* 0,338058. Oleh karena nilai *probability*-nya lebih besar dari 0,05 maka disimpulkan variabel ukuran perusahaan, *sales growth*, DAR, TATO, dan penghindaran pajak telah berdistribusi normal.



Sumber: data diolah dengan *eviews 10, 2022*

Uji berikutnya adalah multikolinieritas. Uji multikolinieritas menggunakan nilai korelasi. Jika nilai korelasi lebih kecil dari 0,90 maka tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas pada model regresi. Berdasarkan tabel 7, nilai korelasi tertinggi adalah 0,562341 (arah negatif) yaitu korelasi antara variabel FZ dengan variabel TATO. Oleh karena nilai korelasinya lebih rendah dari 0,90 maka disimpulkan tidak terdapat multikolinieritas dalam model regresi.

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinieritas

	Y_PP	X1_FZ	X2_SG	X3_DAR	X4_TATO
Y_PP	1.000000				
X1_FZ	0.243016	1.000000			
X2_SG	0.058593	0.109619	1.000000		
X3_DAR	-0.165714	-0.399701	-0.212085	1.000000	
X4_TATO	0.088731	-0.562341	0.160742	0.038581	1.000000

Sumber: data diolah dengan *eviews 10, 2022*

Kemudian uji selanjutnya adalah untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas melalui uji *glesjer*. Tingkat signifikansi adalah 0.05 (5%) yaitu jika nilai *probability* lebih besar dari 0.05 maka diasumsikan tidak terjadi heteroskedastisitas pada data. Berdasarkan tabel 8, semua variabel independen (FZ, SG, DAR, dan TATO) berturut-turut memiliki nilai *probability* sebesar 0.7340; 0.5603; 0.1475; dan 0.8173. Oleh karena nilai *probability*-nya lebih besar dari 0.05 maka disimpulkan tidak terdapat pelanggaran heteroskedastisitas dalam model regresi yang digunakan.

Tabel 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1.521497	4.612415	-0.329870	0.7428
FZ	0.450613	1.318599	0.341737	0.7340
SG	0.033032	0.056342	0.586281	0.5603
DAR	0.430372	0.292639	1.470656	0.1475
TATO	-0.028247	0.121630	-0.232238	0.8173

Sumber: data diolah dengan *eviews 10, 2022*

Uji asumsi klasik yang terakhir adalah uji autokorelasi melalui uji Durbin Watson. Data terbebas dari autokorelasi negatif maupun positif apabila nilai $dU < dw < 4 - dU$. Berdasarkan tabel 9 didapatkan nilai Durbin Watson adalah 1,791614. Berdasarkan jumlah sampel 56 (n), jumlah variabel bebas-nya 4 (k) maka berdasarkan tabel Durbin Watson diperoleh nilai dU adalah 1,725 dan $4-dU = 2,275$. Menurut nilai tersebut maka disimpulkan dalam data penelitian tidak terdapat pelanggaran autokorelasi karena $dU < dw < 4 - dU$ ($1,725 < 1,791614 < 2,275$).

Tabel 9. Hasil Uji Autokorelasi

R-squared	0.135405	Mean dependent var	3.192411
-----------	----------	--------------------	----------

Adjusted R-squared	0.067594	S.D. dependent var	0.387808
S.E. of regression	0.374472	Akaike info criterion	0.958446
Sum squared resid	7.151695	Schwarz criterion	1.139281
Log likelihood	-21.83649	Hannan-Quinn criter.	1.028556
F-statistic	1.996794	Durbin-Watson stat	1.791614
Prob(F-statistic)	0.108983		

Sumber: data diolah dengan *eviews 10*, 2022

Berdasarkan uji pemilihan model yang dilakukan sebelumnya telah terpilih *Common Effect Model* maka melihat dari Tabel 6, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$PP = -15.14957 + 5.278521 FZ - 0.031998 SG - 0.051042 DAR + 0.410968 TATO$$

Dari persamaan regresi tersebut terlihat bahwa nilai konstanta sebesar -15,14957 menunjukkan bahwa jika semua variabel independen dianggap konstan atau tidak mengalami perubahan maka Penghindaran Pajak (PP) sebesar -15,14957. Nilai koefisien regresi FZ sebesar 5,278521 dengan arah positif dapat diartikan bahwa jika ukuran perusahaan (FZ) naik satu satuan ukuran perusahaan maka PP akan mengalami peningkatan sebesar 5,278521% dengan asumsi variabel lain tetap. Nilai koefisien regresi SG sebesar 0,031998 dengan arah negatif dapat diartikan bahwa jika SG naik 1% maka PP akan mengalami penurunan sebesar 0,031998% dengan asumsi variabel lain tetap. Nilai koefisien regresi DAR sebesar 0,051042 dengan arah negatif dapat diartikan bahwa jika DAR naik 1% maka PP akan mengalami penurunan sebesar 0,051042% dengan asumsi variabel lain tetap. Nilai koefisien regresi TATO sebesar 0,410968 dengan arah positif dapat diartikan bahwa jika TATO naik 1% maka PP akan mengalami peningkatan sebesar 0,410968% dengan asumsi variabel lain tetap.

Selanjutnya dilakukan uji hipotesis yaitu uji t yang menunjukkan pengaruh variabel secara parsial. Tarif signifikansi yang digunakan adalah 0,05 yaitu jika nilai probabilitas melebihi 0,05 artinya tidak signifikan. Hasil uji t berdasarkan tabel 6 menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan *total asset turnover* (TATO) berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak sedangkan pertumbuhan penjualan (SG) dan *leverage* (DAR) tidak berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak. Nilai ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap CETR dengan nilai probabilitas 0,0194. Nilai *total asset turnover* berpengaruh positif terhadap CETR dengan nilai probabilitas 0,0468. Nilai pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif terhadap CETR dengan nilai probabilitas 0,7334. Nilai *leverage* berpengaruh negatif terhadap CETR dengan nilai probabilitas 0,9166.

Kemudian dilakukan uji f untuk menunjukkan pengaruh variabel secara simultan. Nilai signifikansi yang digunakan adalah 0,05 yaitu jika nilai probabilitas melebihi 0,05 artinya tidak signifikan dan jika kurang dari 0,05 artinya berpengaruh signifikan. Berdasarkan tabel 6, diperoleh nilai F hitung 1,996794 dan nilai probabilitas 0,108983. Oleh karena nilai probabilitasnya lebih besar dari 0,05 artinya variabel FZ, SG, DAR, dan TATO secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap PP.

Hasil uji koefisien determinasi (r^2) dapat dilihat dari tabel 6 berdasarkan nilai *r-squared* yaitu 0.135405 artinya variabel dependen PP dipengaruhi oleh variabel FZ, SG, DAR, dan TATO sebesar 13,5% atau dapat juga diinterpretasikan menjadi variabel penghindaran pajak (PP) dapat dijelaskan oleh variabel FZ, SG, DAR, dan TATO hanya sebesar 13,5%. Adapun sisanya 86,5% merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini berarti hipotesis 5 yaitu ukuran perusahaan, *sales growth*, dan *leverage*, dan TATO secara simultan berpengaruh terhadap penghindaran pajak ditolak.

Berdasarkan hasil pengujian dan uraian penjelasan sebelumnya diperoleh hasil variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap penghindaran pajak artinya hipotesis

pertama (H1) diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan V. R. Putri & Putra (2017) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap penghindaran pajak yang diprosikan dengan CETR. Perusahaan yang masuk dalam kategori perusahaan besar memiliki sumber daya melimpah yang bisa digunakan untuk mencapai tujuan tertentu. Penelitian ini juga sejalan dengan Oktavia et al (2020) menyatakan *manager* di perusahaan besar mempunyai kemungkinan lebih besar memilih metode akuntansi yang menanggukkan laba dalam pelaporan keuangan periode saat ini ke periode berikutnya untuk mengurangi perolehan laba.

Penelitian ini memperoleh hasil pertumbuhan penjualan (SG) berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak tetapi tidak signifikan. Artinya penelitian ini menolak hipotesis H2 yang menduga bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan dan positif terhadap penghindaran pajak. Hasil penelitian ini sejalan dengan Maulana & Mujiyati (2021) yang menyatakan kenaikan maupun penurunan pertumbuhan penjualan tidak menghasilkan pengaruh signifikan terhadap tindakan penghindaran pajak. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan hasil dan teori dalam penelitian Pratiwi et al. (2020) yang mengungkapkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penghindaran pajak. Dinyatakan bahwa apabila terjadi peningkatan *sales growth* maka artinya terjadi penambahan penerimaan pendapatan yang mengakibatkan naiknya laba. Adanya kenaikan laba menyebabkan juga kenaikan tarif pajak penghasilan. Hal ini akan mempengaruhi *manager* dalam mengambil kebijakan keputusan terkait pajak.

Berdasarkan pengujian yang dilakukan sebelumnya maka diperoleh hasil DAR berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak tetapi tidak signifikan. Hasil penelitian ini menolak hipotesis yang diajukan yaitu H3: *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penghindaran pajak. Penelitian ini didukung oleh Maulana & Mujiyati (2021) karena mengatakan bahwa terdapat pengaruh negatif dari *leverage* terhadap penghindaran pajak. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya pengawasan kepada manajemen akibat semakin banyaknya pemakaian hutang yang dananya bersumber dari pihak luar perusahaan.

Dalam kaitannya dengan variabel TATO, penelitian ini menyatakan bahwa TATO berpengaruh positif dan signifikan terhadap penghindaran pajak sehingga menerima hipotesis yang diajukan yaitu H4: TATO berpengaruh positif dan signifikan terhadap penghindaran pajak. Penelitian ini didukung oleh Saraswati & Nurhayati (2016) yang mengatakan bahwa TATO berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan laba. Pertumbuhan laba menggambarkan perubahan pergerakan laba yang berupa kenaikan atau penurunan dibandingkan periode tahun sebelumnya. Dalam hal ini karena TATO menunjukkan pengaruh terhadap pertumbuhan laba artinya dapat mempengaruhi manajemen dalam pengambilan keputusan perpajakan karena adanya peningkatan tarif efektif yang dikenakan pada perusahaan akibat kenaikan laba.

Upaya-upaya yang dapat dilakukan perusahaan sebagai wajib pajak dalam kaitannya dengan variabel penelitian ini adalah perusahaan dapat mengusahakan untuk meningkatkan ukuran perusahaan dengan cara menambah total aset tetap. Dengan pengelolaan aset tetap yang baik perusahaan dapat menjaga hingga meningkatkan volume penjualan. Dengan peningkatan penjualan maka akan sejalan dengan peningkatan laba. Oleh karena perusahaan telah memperoleh cukup keuntungan maka tidak lagi memikirkan upaya untuk melakukan tindakan penghindaran pajak. Selain itu, semakin tingginya penjualan perusahaan akan menyebabkan petugas pajak lebih memberikan perhatian khusus terhadap perusahaan sehingga perusahaan lebih berhati-hati dalam manajemen pajak dan mengurangi tindakan penghindaran pajak.

Direktorat Jenderal Pajak (DJP) sebagai regulator dapat mempertimbangkan untuk menambah variabel baru yaitu rasio TATO sebagai rasio baru dalam penilaian resiko ketidakpatuhan wajib pajak. DJP bisa melaksanakan *benchmarking* nilai TATO di tiap sektor

usaha dan menambah indikator penilaian kepatuhan sehingga dapat menambah kriteria pengujian kepatuhan suatu wajib pajak.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilaksanakan melalui pengujian statistik mengenai pengaruh ukuran perusahaan (FZ), pertumbuhan penjualan (SG), *Leverage* (DAR), dan TATO terhadap penghindaran pajak (PP) maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial ukuran perusahaan dan TATO berpengaruh positif dan signifikan terhadap penghindaran pajak pada perusahaan sektor barang konsumen primer tercatat di BEI tahun 2017-2020 dengan nilai probabilitas berturut-turut 0,0194 dan 0,0468.
2. Secara parsial pertumbuhan penjualan (SG) dan *leverage* (DAR) mempunyai pengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap penghindaran pajak pada perusahaan sektor barang konsumen primer tercatat di BEI tahun 2017-2020 dengan nilai probabilitas berturut-turut 0,7334 dan 0,9166.
3. Secara simultan ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan (SG), *leverage* (DAR), TATO tidak berpengaruh secara signifikan terhadap penghindaran pajak perusahaan barang konsumen primer tahun 2017-2020 dengan perolehan nilai probabilitas 0,108983.
4. Perusahaan dapat meningkatkan total aset dan penjualan agar menghasilkan laba sehingga mampu melaksanakan kewajiban pajaknya dengan baik dan tidak melakukan tindakan penghindaran pajak.
5. Berdasarkan hasil pengujian penelitian ini bahwa TATO berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak maka DJP dapat mempertimbangkan untuk menambah variabel baru yaitu rasio TATO sebagai rasio baru dalam penilaian resiko ketidakpatuhan wajib pajak.

Saran-saran yang dapat diberikan untuk peneliti selanjutnya yaitu dapat menggunakan sampel perusahaan di sektor lainnya menurut klasifikasi IDX-IC karena di dalam penelitian ini masih terbatas pada sektor konsumen primer tahun 2017-2020. Peneliti juga dapat menambah periode waktu penelitian sehingga menghasilkan data yang lebih akurat dan menggunakan proksi perhitungan selain CETR, diantaranya seperti ETR atau *book-tax differences*.

Saran untuk manajemen perusahaan, baik perusahaan yang sahamnya telah *go-public* maupun belum untuk selalu mempertimbangkan dengan seksama keputusan terkait manajemen pajak agar tidak mengalami sanksi terkait pajak terutama sanksi pidana mengingat semakin besarnya perusahaan maka akan semakin menjadi perhatian pemerintah sebagai regulator. Selain itu, bagi pemerintah diharapkan dapat selalu merevisi kebijakan perpajakan terutama terkait pemeriksaan dan kepatuhan agar mengurangi *gap* terjadinya tindakan penghindaran pajak.

DAFTAR PUSTAKA

- Alya, & Yuniarwati. (2021). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, Vol. 3 No.(1), 10–19. <https://journal.untar.ac.id/index.php/jpa/article/view/11398/7118>
- Anggara, K. T., & Pratomo, D. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Sales Growth, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Tax Avoidance. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Telkom*, 8(2355–9357).
- Aprianto, M., & Dwimulyani, S. (2019). Pengaruh Sales Growth Dan Leverage Terhadap Tax Avoidance Dengan Kepemilikan Institusional Sebagai Variabel Moderasi. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Trisakti*, 2(2615–2584).
- Barid, F. M., & Wulandari, S. (2021). Praktik Penghindaran Pajak Sebelum dan Setelah Pandemi Covid – 19 di Indonesia. *Universitas Stikubank*, 8. <https://doi.org/https://doi.org/10.35838/jrap.2021.008.02.17>
- Darwin, M. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif* (T. S. Tambunan (ed.)). Media Sains Indonesia.

-
- Ellyanti, R. S., & Suwarti, T. (2022). *Analisis Pengaruh Konservatisme Akuntansi, Corporate Governance, Dan Sales Growth Terhadap Tax Avoidance*. 19(01), 118–128.
- Handayani, R. (2018). Pengaruh Return On Assets, Leverage, Ukuran Perusahaan terhadap Tax avoidance. *Jurnal Akuntansi Maranatha*, 10.
- Herninta, T., & Ginting, R. S. B. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Laba. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 23(2), 155–167.
- Kasmir. (2018). *Analisis Laporan Keuangan*. Rajawali Press.
- Maryanti, E. (2016). Analisis Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan Dan Struktur Aktiva Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaf. *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 1(2), 143–151. <https://doi.org/10.23917/reaksi.v1i2.2730>
- Maulana, I. S., & Mujiyati. (2021). Pengaruh Komisaris Independen, Komite Audit, Leverage, Profitabilitas, dan Sales Growth terhadap Tax Avoidance pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019. *Prosiding Senapan (Seminar Nasional Akuntansi Call for Paper UPN Veteran Jatim)*, 1(1), 601–615. senapan.upnjatim.ac.id
- Mujiyati, & Aris, M. A. (2021). *Seluk Beluk Perpajakan Indonesia Menuju UU CIPTA KERJA* (Pertama). Muhammadiyah University Press.
- Nurwani, N. (2019). Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Index (Jii). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 19(2), 221–228. <https://doi.org/10.30596/jrab.v19i2.4769>
- Oktavia, V., Ulfi, J., & Kusuma, J. wijaya. (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.
- Poernawarman. (2015). Pengaruh Return On Asset, Sales Growth, Asset Growth, Cash Flow, Dan Likuiditas Terhadap Dividend Payout Ratio Perusahaan Perbankan Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009 - 2013. *Universitas Riau*, 16, 1–27. [http://eprints.ums.ac.id/37501/6/BAB II.pdf](http://eprints.ums.ac.id/37501/6/BAB%20II.pdf)
- Pratiwi, N. P. D., Mahaputra, I. N. K. A., & Sudiartana, I. M. (2020). Pengaruh Financial Distress, Leverage dan Sales Growth terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2016. *Jurnal Kharisma*, 2(1), 202–211.
- Putri, V. R., & Putra, B. I. (2017). Pengaruh Leverage, Profitability, Ukuran Perusahaan Dan Proporsi Kepemilikan Institusional Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Manajemen DayaSaing*, 19(1), 1. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v19i1.5100>
- Rahayu, S. K. (2020). *Perpajakan : Konsep, Sistem dan Implementasi*. Rekayasa Sains.
- Rahmawati, E., Nurlaela, S., & Samrotun, Y. C. (2021). Determinasi Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Intensitas Modal dan Umur Perusahaan terhadap Tax Avoidance. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 158. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.206>
- Salwah, S., & Herianti, E. (2019). Pengaruh Aktivitas Thin Capitalization Terhadap Penghindaran Pajak. *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 3(1), 30–36. <https://doi.org/10.35592/jrb.v3i1.978>
- Saraswati, S. A. M., & Nurhayati, I. (2020). *Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating*. 16(1), 241–254.
- Selviani, R., Supriyanto, J., & Fadillah, H. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage terhadap Penghindaran Pajak Studi Kasus Empiris Pada Perusahaan Sub Sektor Kimia di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 – 2017. *Jurnal Online Mahasiswa Bidang Akuntansi*, 2(5), 1–15.
- Tambun Sihar. (2021). *Pengaruh Tax Planning, Financial Distress, dan Total Asset Turnover terhadap Kinerja Perusahaan yang Dimoderasi oleh Kegiatan Research and Development Sihar Tambun Dosen Tetap Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta*. 6(1), 1–19.
- Toni, N., Simorangkir, E. N., & Kosasih, H. (2021). *Praktik Perataan Laba (Income Smoothing) Perusahaan : Strategi Peningkatan Profitabilitas, Financial Leverage, Dan Kebijakan Dividen Bagi Perusahaan* (Abdul (ed.); Pertama). Penerbit Adab.
- Ziliwu, L., & Ajimat, A. (2021). Pengaruh Umur Perusahaan Dan Sales Growth Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(5), 426–438. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/DRB/article/view>
-

Halaman Persetujuan Artikel dari Dosen Pembimbing

Artikel saya berjudul

Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, *Leverage*, dan *Total Assset Turnover* terhadap Penghindaran Pajak di Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer Tahun 2017-2020

Telah selesai dikoreksi dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk dipublikasikan.

Tanda tangan

tanggal

Mahasiswa, Christine Bright Sinamo



22/08/2022

Dosen Pembimbing, Hayati Fatimah, S.E., AK., M.AK



22/08/2022

Pengaruh Profitabilitas dan Beban Iklan Terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2017-2021.

Nabila Shafa¹⁾, Hayati Fatimah²⁾

¹⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: nabila.shafa.ak18@mhs.w.pnj.ac.id

²⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: hayati.fatimah@akuntansi.pnj.ac.id

ABSTRACT

The tax ratio for every country has an ideal number. According to international standards, it is at least 15% of the total Gross Domestic Product (GDP). The tax ratio in Indonesia is still experiencing a decline and is below the ideal figure, this illustrates that the tax collection is not yet optimal due to the company's efforts to reduce its tax burden. This study aims to determine the effect of profitability and advertising expense on tax aggressiveness. The object of this study used is the Consumer Goods Industry Sector Companies listed on the Indonesia Stock Exchange during 2017-2021. The sample used in this study was 6 (six) companies with a total of 30 observations. This study used quantitative methods and performs multiple linear regression analysis using the application Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) V.25.0. The result shows that profitability has a positive and significant effect on tax aggressiveness. Meanwhile, advertising expenses have no effect on tax aggressiveness. This research also shows that profitability and advertising expense have a significant simultaneously on tax aggressiveness.

Keywords: Profitability, Advertising Expenses, Tax Aggressiveness

ABSTRAK

Tax ratio memiliki angka ideal untuk sebuah negara yaitu minimal 15% dari total Produk Domestik Bruto (PDB) sesuai dengan standar internasional. *Tax ratio* di Indonesia masih mengalami penurunan dan berada dibawah angka ideal yang menggambarkan bahwa belum optimalnya pungutan pajak dikarenakan masih adanya upaya perusahaan untuk mengurangi pembebanan pajaknya. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas dan Beban Iklan terhadap Agresivitas Pajak. Objek penelitian yang digunakan yaitu Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017 – 2021. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 6 (enam) perusahaan dengan jumlah pengamatan sebanyak 30. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan melakukan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan aplikasi *Statistical Package for the Social Sciens* (SPSS) V.25.0. Hasil penelitian menunjukkan profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak, sedangkan beban iklan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Hasil penelitian juga membuktikan profitabilitas dan beban iklan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap agresivitas pajak.

Kata-Kata Kunci: Profitabilitas, Beban Iklan, Agresivitas Pajak

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masuknya pandemi Covid-19 pada awal 2020 menyebabkan Indonesia mengalami kontraksi cukup keras. Pandemi yang terjadi membuat kegiatan disemua sektor terganggu dan menyebabkan *tax ratio* turun sangat dalam dan masih berada dibawah angka ideal sebesar 15% untuk sebuah negara sesuai dengan standar internasional (Laucereno, 2018). Penurunan *tax ratio* menunjukkan bahwa belum tercapainya atau belum optimalnya pemerintah dalam melakukan pungutan yang berasal dari pajak.

Dalam program pemulihan ekonomi nasional Pemerintah Indonesia melakukan penyusunan reformasi terhadap perpajakan. Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan merupakan bentuk reformasi perpajakan yang menjelaskan bahwa PPh badan mengalami penurunan tarif menjadi 22% untuk tahun 2020-2022. Dengan adanya perubahan tarif PPh badan tidak menutup kemungkinan perusahaan masih melakukan penghindaran pajak. masih ditemukannya perusahaan-perusahaan yang melakukan pembayaran pajak dibawah tarif yang telah ditentukan baik itu tarif lama 25% maupun tarif baru 22% sehingga perusahaan dapat melakukan perbuatan terencana untuk melakukan penghematan dalam beban pajak yang akan dibayarkan.

Perbuatan terencana untuk mengurangi beban pajak yaitu agresivitas pajak yang dapat dilakukan secara legal (*tax avoidance*) dan secara illegal (*tax evasion*). Faktor yang dapat mempengaruhi adanya tindak penghindaran pajak yaitu profitabilitas. Salah satu indikator keberhasilan perusahaan yaitu mencapai tujuannya dengan memperoleh keuntungan atau laba (Chasanah, 2018). Semakin besar laba atau pendapatan yang didapatkan maka semakin besar pula pajak yang ditanggung oleh perusahaan sehingga dengan profitabilitas yang tinggi manajemen perusahaan akan melakukan upaya yang dapat mengurangi pembebanan pajaknya (Rahmadani et al., 2020). Selanjutnya upaya perusahaan dalam melakukan penghindaran pajak dapat dilakukan dengan menambah atau meningkatkan nilai beban yang diperbolehkan menjadi pengurang atau *deductible expenses* dari penghasilan bruto. Pada Peraturan Menteri Keuangan Nomor 2.PMK.03/2010 dijelaskan bahwa beban iklan / promosi merupakan beban yang dapat dikurangkan dari penghasilan bruto. Sehingga besarnya beban iklan dapat digunakan sebagai tindak penghindaran pajak. Fenomena yang terjadi pada perusahaan manufaktur multinasional yaitu PT CCI yang memanfaatkan beban iklan sebesar Rp 566,84 miliar sebagai indikasi penghindaran pajak, sehingga menyebabkan kurang bayar sejumlah Rp 49,24 miliar (Mustami, 2014). Hal tersebut membuktikan bahwa perusahaan dapat memanfaatkan beban iklan sebagai salah satu tindak penghindaran pajak.

Berdasarkan penjelasan dan adanya masalah serta fenomena yang terjadi mengenai faktor yang dapat mempengaruhi agresivitas pajak, maka penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas dan Beban iklan terhadap Agresivitas Pajak.

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan masalah yang telah dijelaskan diatas, penelitian ini memiliki tujuan yang ingin dicapai yaitu:

- 1 Menganalisis pengaruh Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak pada perusahaan sektor industri barang konsumsi.
- 2 Menganalisis pengaruh Beban Iklan terhadap Agresivitas Pajak pada perusahaan sektor industri barang konsumsi.
- 3 Menganalisis pengaruh Profitabilitas dan Beban Iklan terhadap Agresivitas Pajak secara simultan terhadap Agresivitas Pajak pada perusahaan sektor industri barang konsumsi.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Akuntansi Positif

Positive Accounting Theory (PAT) memaparkan kecenderungan perilaku manajer perusahaan dalam penyusunan laporan keuangan yang diberi kebebasan untuk memilih dan menggunakan kebijakan akuntansi yang dapat meningkatkan nilai bisnis perusahaan (Susanti & Satyawan, 2020). Terdapat 3 hipotesis dalam teori akuntansi positif yaitu hipotesis rencana bonus, hipotesis ekuitas dan hutang dan hipotesis biaya politik (Amin, 2018). Dalam penelitian ini yang paling menggambarkan tindak penghindaran pajak yaitu hipotesis biaya politik, karena hipotesis biaya politik menjelaskan bahwa perusahaan dengan biaya politik cenderung akan melakukan rekayasa penurunan laba untuk meminimalkan biaya politik. Pajak termasuk kedalam biaya politik bagi perusahaan, sehingga manajer perusahaan akan memilih kebijakan akuntansi yang dapat mengurangi penghasilan kena pajak agar biaya politik atau pajak perusahaan berkurang (Puspitasari et al., 2021).

2.2 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atas kekayaan yang dimilikinya dan dapat digunakan untuk menentukan efektivitas keberlangsungan perusahaan dari hasil operasional dalam satu periode tertentu (Puspita & Putra, 2022). Rasio profitabilitas terdiri dari profitabilitas yang berkaitan dengan penjualan (*Return On Sales*) dan Investasi (*Return On Investment*). Profitabilitas yang berkaitan dengan penjualan terdiri dari *Net Operating Margin* (NPM) dan *Gross Profit Margin* (GPM) sedangkan yang berkaitan dengan investasi terdiri dari *Return On Asset* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE) (Ikhwal, 2016).

2.3 Beban Iklan

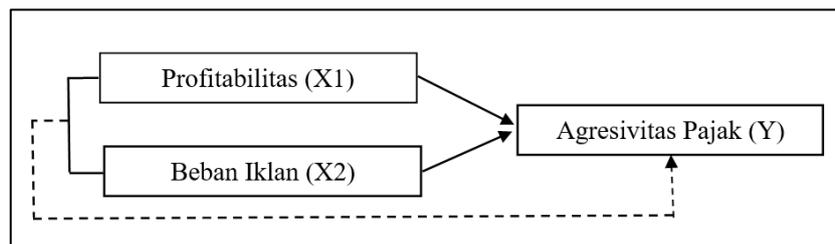
Beban Iklan / Promosi merupakan bagian dari biaya penjualan yang digunakan untuk memperkenalkan produk secara langsung ataupun tidak langsung dalam mempertahankan atau meningkatkan penjualan (Pohan, 2018). Menurut Peraturan Menteri Keuangan No. 02/PMK.03/2010 dijelaskan bahwa beban iklan termasuk sebagai pengurang atau dapat bertindak sebagai *deductible* dalam laporan keuangan fiskal perusahaan.

2.4 Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak merupakan tindakan pajak secara agresif untuk meminimalkan pembayaran pajak yang akan dilakukan oleh perusahaan dengan cara legal (*Tax Avoidance*) dan illegal (*Tax Evasion*) (Panjulusman et al., 2018). Penghindaran pajak secara legal (*tax avoidance*) dilakukan tanpa melanggar peraturan dengan memanfaatkan celah peraturan perpajakan sedangkan secara illegal (*tax evasion*) yaitu melakukan pengurangan beban pajak yang dilakukan dengan melanggar ketentuan yang ada pada peraturan undang-undang perpajakan (Sa'diyah, 2016)

2.5 Kerangka Pemikiran

Pada kerangka konseptual terdiri dari variabel independen yaitu profitabilitas (X1) dan beban Iklan (X2) sedangkan pada variabel dependen terdapat agresivitas pajak. Berikut merupakan kerangka pemikiran mengenai keterkaitan antar variabel:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Data diolah

Keterangan:

—————→ : Secara Parsial

-----→ : Secara Simultan

2.6 Hipotesis

Berdasarkan hasil kerangka pemikiran yang telah dibuat maka timbul hipotesis dalam penelitian sebagai berikut:

H₁: Profitabilitas berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.

H₂: Beban Iklan berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.

H₃: Profitabilitas dan Beban Iklan berpengaruh secara simultan terhadap Agresivitas Pajak.

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal komparatif yang berusaha untuk menemukan keterkaitan sebab akibat antara satu variabel dengan variabel lainnya. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan variabel – variabel seperti profitabilitas dan beban iklan terhadap agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan.

3.2 Objek dan Subjek Penelitian

Penelitian ini menggunakan profitabilitas dan beban iklan sebagai objek penelitian. Untuk subjek penelitian digunakan perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan periode 2017-2021.

3.3 Metode Pengumpulan Sampel

Dalam menentukan banyaknya sampel digunakan teknik *purposive sampling* dengan menggunakan kriteria – kriteria tertentu sebagai penentu. Populasi dalam penelitian ini yaitu perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2021 sebanyak 57 perusahaan. Setelah dilakukan *sampling* didapatkan sebanyak 6 (enam) perusahaan dengan total jumlah pengamatan 30.

3.4 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan terdiri dari variabel independen dan variabel dependen.

3.4.1 Variabel Independen

1. Return On Asset (ROA)

Rasio *Return On Asset* (ROA) merupakan rasio yang termasuk kedalam rasio profitabilitas yang berkaitan dengan investasi. ROA digunakan untuk menilai performa perusahaan yang efisien dalam menghasilkan laba atas aset yang dimiliki oleh perusahaan (Annisa et al., 2017). Dalam penelitian ini ROA dihitung dengan menggunakan rumus.

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

2. Beban Iklan

Beban Iklan merupakan beban yang digunakan dalam kegiatan operasi perusahaan untuk memperkenalkan produk baik secara langsung atau tidak langsung (Pohan, 2018). Dalam menggunakan rumus intensitas beban iklan penelitian ini berpedoman pada penelitian yang dilakukan oleh (Nguyen, 2015). Beban iklan diukur menggunakan skala persentase penjualan sebagai berikut:

$$\text{Intensitas Beban Iklan} = \frac{\text{Nilai Biaya Iklan}}{\text{Nilai Penjualan}}$$

3.4.2 Variabel Dependen

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu agresivitas pajak. Agresivitas Pajak merupakan tindakan terhadap pajak secara agresif untuk meminimalisir

pembayaran pajak dilakukan dengan cara penghindaran pajak (*Tax Avoidance*) atau penyelundupan pajak (*Tax Evasion*). Menurut (Savitri & Rahmawati, 2017) agresivitas pajak termasuk kedalam bagian perencanaan pajak yang mengarah kepada penghindaran pajak secara legal (*Tax Avoidance*). Agresivitas pajak diproksikan menggunakan *Effective Tax Rate* (ETR) dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Effective Tax Rate (ETR)} = \frac{\text{Beban Pajak}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu dokumentasi. Metode dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data pada dokumen yang sudah ada dengan cara seperti membaca, menggunakan dan menganalisa serta mengumpulkan data yang dibutuhkan (Pradnyadari & Rohman, 2015). Data yang digunakan yaitu data sekunder berupa laporan keuangan tahunan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2017-2021.

3.6 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan yaitu metode analisis regresi linear berganda dengan melakukan pengukuran terhadap hubungan 2 variabel atau lebih. Analisis dibantu menggunakan aplikasi *Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 25. Sebelum dilakukan analisis, diperlukan untuk dilakukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu.

3.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Metode analisis Regresi linear berganda dapat menjelaskan mengenai suatu hubungan atau keterkaitan dua variabel atau lebih dengan menggunakan sebuah persamaan untuk memprediksi kondisi masa datang (Siregar & Widyawati, 2016). Bentuk persamaan regresi yang dihasilkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Agresivitas Pajak	X ₁	= Profitabilitas (ROA)
a = Konstanta	X ₂	= Beban Iklan (Intensitas Beban Iklan)
b _{1,2,3} = Koefisien	e	= Error, Variabel Gangguan

3.6.2 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis merupakan pengujian yang digunakan untuk menentukan dasar keputusan yang diperoleh dari analisis data. Uji hipotesis dilakukan pada data untuk membuktikan pengaruh secara parsial maupun simultan sebagai berikut:

1. Uji Statistik Parsial (Uji t)

Uji statistik parsial (Uji t) dilakukan untuk membuktikan dan mengukur pengaruh dari masing – masing variabel independen terhadap variabel dependen pada penelitian. Dalam penentuan hasil hipotesis pada analisis data, H₁ dapat diterima dan H₀ ditolak apabila besarnya nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan memiliki nilai signifikan $< 0,05$ (N. M. Dewi, 2019). Apabila terjadi sebaliknya maka H₁ ditolak dan H₀ diterima.

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah pada kedua variabel independen memiliki pengaruh secara bersama atau simultan terhadap variabel dependenn pada penelitian. Syarat data memenuhi uji F apabila dalam penelitian data memiliki nilai signifikan $< 0,05$ dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ (Stawati, 2020)

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk memberikan informasi besarnya proporsi atau bagian dari variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen. Nilai koefisien determinasi berada diantara nol dan satu, yang apabila besarnya nilai R^2 mendekati satu maka model regresi dapat dikatakan semakin baik (Eksandy, 2017).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Hasil penelitian didapatkan dengan menggunakan aplikasi bantuan *Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 25 yaitu sebagai berikut:

4.1.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan sebagai syarat untuk dilakukannya analisis lebih lanjut pada data yang sudah didapatkan yang dilakukan sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Tabel 1. Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,02320905
Most Extreme Differences	Absolute	,090
	Positive	,090
	Negative	-,063
Test Statistic		,090
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: Output SPSS versi 25

Tabel 1. menunjukkan bahwa model regresi memiliki nilai signifikan $> 0,05$ yaitu sebesar 0,200 sehingga model regresi telah memenuhi syarat dalam uji normalitas dan dapat dikatakan model regresi memiliki pendistribusian yang normal.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 2. Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
ROA (X1)	,717	1,394
ADV (X2)	,717	1,394

Sumber: Output SPSS versi 25

Tabel 2. Memperlihatkan bahwa masing – masing variabel independen memiliki nilai tolerance $0,717 > 0,10$ dan nilai $1,394 < 10$. Maka model regresi sudah memenuhi syarat dalam uji multikolinearitas dan dinyatakan terbebas dari gejala multikolinearitas.

3. Uji Heterokedastisitas

Tabel 3. Uji Heterokedastisitas

Model	T	Sig.
1 (Constant)	2,716	,011
ROA (X1)	-,693	,494
ADV (X2)	-1,490	,148

Sumber: Output SPSS versi 25

Pada tabel 3. dapat dilihat pada uji *glesjer* nilai signifikan pada variabel ROA dan ADV sebesar 0,494 dan 0,148, yang berarti nilai signifikan $> 0,05$. Maka data dikatakan terbebas dari gejala heterokedastisitas atau data dikatakan homokedastisitas.

4. Uji Autokolerasi

Tabel 4. Uji Autokolerasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,510 ^a	0,260	0,206	0,02405	1,626

Sumber: Output SPSS versi 25

Hasil pengujian memperlihatkan besarnya nilai durbin Watson 1,626. Sehingga nilai du 1,566 lebih kecil dari d 1,626 dan lebih kecil dari 4-du yaitu sebesar 2,434. Maka model regresi terbebas dari gejala autokolerasi dan sedang memenuhi uji asumsi klasik.

4.1.2 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	,249	,019
Perencanaan Pajak (X1)	-,278	,131
Return on Assets (X2)	,080	,104

Sumber: Outpus SPSS versi 25, data diolah (2022)

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, hasil output SPSS memperlihatkan bahwa adanya bentuk persamaa yang dihasilkan sebagai berikut:

$$Y: 0,249 - 0,278X_1 + 0,080X_2$$

1. Hasil olah data memperlihatkan besarnya konstanta yaitu 0,249 yang memiliki arti apabila profitabilitas (X_1) dan beban iklan (X_2) memiliki nilai nol atau tetap, maka Agresivitas pajak akan senilai 0,249.
2. Profitabilitas (X_1) dengan *Return On Asset* (ROA) berkoefisien negatif yaitu -0,278. Nilai tersebut memiliki arti jika ROA naik 1% atau sebanyak satu satuan maka ETR akan turun sebesar 0,278. Turunnya ETR memiliki arti bahwa agresivitas pajak meningkat.
3. Beban Iklan (X_2) yang diukur menggunakan intensitas beban iklan mempunyai koefisien positif sebesar 0,080. Nilai tersebut memiliki arti yaitu setiap kenaikan variabel beban iklan sebesar 1% atau satu satuan maka nilai ETR akan nai sebesar 0,080. ETR yang naik mengindikasikan agresivitas pajak tinggi.

4.1.3 Pengujian Hipotesis

Berikut merupakan hasil dari uji hipotesis yang dilakukan untuk memperlihatkan adanya pengaruh pada variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut:

1. Uji t

Tabel 6. Uji Parsial (Uji t)

Model	t	Sig.
1 (Constant)	13,463	,000
ROA (X1)	-2,117	,044
ADV (X2)	,772	,447

Sumber: Output SPSS versi 25, data diolah (2022)

Dalam hasil Uji parsial (Uji t), hipotesis dapat diterima jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$. Diketahui nilai t_{tabel} sebesar 2,085, maka hasil uji t sebagai berikut:

- 1 Hasil output SPSS memperlihatkan untuk hipotesis pertama ROA memiliki nilai t_{hitung} 2,117 dan nilai signifikan 0,044. Sehingga besarnya nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai

signifikan < 0,05. Maka H₀ ditolak dan H₁ diterima bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

2. Pada hipotesis kedua ADV memiliki nilai t_{hitung} 0,772 dan nilai signifikan 0,447. Sehingga besarnya nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikan > 0,05. Maka H₀ diterima bahwa beban iklan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak dan H₂ ditolak.

2. Uji Simultan (Uji F)

Tabel 7. Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	,005	2	,003	4,752	,017 ^b
Residual	,016	27	,001		
Total	,021	29			

Sumber: Output SPSS versi 25, data diolah 2022

Dalam uji simultan (Uji F), hipotesis dapat diterima jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikan < 0,05. Diketahui nilai F_{tabel} sebesar 3,34. Berdasarkan tabel 3. Hasil output SPSS memperlihatkan nilai F_{hitung} sebesar 4,752 dan nilai signifikan 0,017. Sehingga nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikan < 0,05. Maka H₀ ditolak dan H₃ diterima yang menyatakan bahwa profitabilitas dan beban iklan memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap agresivitas pajak.

3. Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 8. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,510 ^a	,260	,206

Sumber: Output SPSS versi 25, data diolah 2022

Hasil output SPSS memperlihatkan besarnya nilai *adjusted R square* sebesar 0,206 atau sebesar 20,6%. Angka tersebut memiliki arti variabel independen yang terdiri dari profitabilitas dan beban iklan dapat menjelaskan dan mempengaruhi variabel dependen agresivitas pajak sebesar 20,6% dan sisanya 79,4% dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak

Uji t memperlihatkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga H₁ diterima yang menyatakan profitabilitas memiliki pengaruh terhadap agresivitas pajak. Nilai t_{hitung} bernilai negatif 2,117 yang memiliki arti bahwa semakin besar profitabilitas maka semakin rendah nilai ETR. Nilai ETR yang rendah maka tingkat penghindaran pajak semakin meningkat. Maka dapat dikatakan bahwa semakin tinggi profitabilitas akan memberikan pengaruh positif atau menambah adanya tindak penghindaran pajak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wibawa, 2020), (Hastian, 2019) dan (N. L. P. Dewi & Noviari, 2017) menyatakan profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penghindaran pajak pada perusahaan. Apabila suatu perusahaan memiliki tingkat profitabilitas tinggi maka besarnya laba juga tinggi kemudian akan diikuti oleh pembebanan pajak yang mengalami peningkatan, sehingga perusahaan berupaya untuk melakukan tindakan yang akan mengurangi pembebanan pajaknya (Rahmadani et al., 2020). Pada penelitian ini pengaruh profitabilitas dapat meningkatkan penghindaran pajak dapat dibuktikan pada perusahaan dengan kode STTP dan ADES, dimana ketika profitabilitas mengalami kenaikan hingga tahun 2020 tarif pajak efektif terus mengalami penurunan.

4.2.2 Pengaruh Beban Iklan terhadap Agresivitas Pajak

Uji t menghasilkan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ sehingga H2 ditolak maka beban iklan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Beban iklan memiliki koefisien positif yang memiliki arti meningkatkan nilai ETR. Nilai ETR yang meningkat maka tingkat penghindaran pajak rendah berpengaruh negatif atau mengurangi adanya tindak penghindaran pajak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan (Novitasari & Suharni, 2019) dan (Nguyen, 2015) yang menyatakan bahwa beban iklan memiliki pengaruh negatif atau menurunkan tindak penghindaran pajak. Beban iklan digunakan sebagai cara untuk membuat merek dagang terkenal atau untuk membangun *brand awareness* agar dapat menarik minat konsumen. Sehingga apabila perusahaan melakukan kesalahan terhadap perusahaannya cenderung akan mengundang perhatian publik termasuk aparat perpajakan karena perusahaan cenderung sering dinal oleh public sehingga perusahaan akan berusaha untuk tidak melakukan kesalahan terhadap perpajakannya. Beban iklan tidak memiliki pengaruh dikarenakan pada penelitian ini besarnya beban iklan cenderung stabil dan hanya terjadi penurunan 1% di salah satu periodenya.

4.2.3 Pengaruh Profitabilitas dan Beban Iklan terhadap Agresivitas Pajak

Hasil output SPSS memperlihatkan pada Uji F bahwa besarnya $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$. Maka dapat dinyatakan bahwa profitabilitas dan beban iklan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap agresivitas pajak. Uji P koefisien determinasi menghasilkan bahwa besarnya variabel independent yang terdiri dari profitabilitas dan beban iklan dapat menjelaskan variabel dependen yaitu agresivitas pajak sebesar 20,6% sedangkan sisanya sebesar 79,4% dapat dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini. Dalam penelitian lain mengenai agresivitas pajak yang dilakukan oleh (Noviyani & Mu'id, 2019) berhasil membuktikan bahwa terdapat variabel seperti intensitas aset tetap, leverage dan kepemilikan institusional yang berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah didapatkan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Profitabilitas berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak. Terbukti bahwa profitabilitas mempengaruhi perusahaan dalam meminimalkan besarnya beban pajak yang akan dibayarkan. Umumnya jika perusahaan memiliki profitabilitas yang tinggi maka beban pajak yang ditanggung juga semakin tinggi.
2. Beban Iklan tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak. Besarnya beban iklan cenderung stabil dan mengalami penurunan hanya 1% yang diikuti oleh penurunan tarif pajak efektif. Iklan digunakan untuk membuat merek dikenal oleh konsumen atau sebagai *brand awareness* sehingga perusahaan cenderung menghindari kesalahan pada perusahaan karena akan menarik perhatian publik termasuk aparat perpajakan.
3. Profitabilitas dan Beban Iklan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Agresivitas Pajak. Besarnya profitabilitas dan beban iklan terbukti mempengaruhi adanya upaya penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan. Variabel profitabilitas dan beban iklan dapat menjelaskan Agresivitas Pajak sebesar 0,206 atau 20,6%

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan serta kesimpulan yang telah dijelaskan, maka saran yang dapat disampaikan yaitu sebagai berikut:

1. Untuk perusahaan sektor industri barang konsumsi diharapkan dapat memaksimalkan pengelolaan aset dan beban yang dimilikinya untuk menghasilkan keuntungan serta dapat

meningkatkan profitabilitas perusahaan namun diharapkan perusahaan dapat tetap melakukan kewajibannya dalam membayar pajak dengan taat sesuai dengan tarif yang berlaku agar dapat membantu pemerintah mengoptimalkan penerimaan nega yang berasal dari pajak.

2. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan sektor lain serta menggunakan variabel independent lain seperti intensitas aset tetap, leverage dan ukuran perusahaan.

5.3 Kontribusi Penelitian

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan berkontribusi, baik itu kepada perusahaan dan pemerintah terhadap tindak penghindaran pajak. Kontribusi penelitian ini diharapkan perusahaan dapat melakukan *asset management* atau pengelolaan terhadap asetnya dengan menjaga nilai aset yang dimilikinya agar tetap stabil, Kemudian kontribusi penelitian ini diharapkan dapat membantu pemerintah dalam mengetahui tindak penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat membantu pemerintah dalam mengoptimalkan penerimaan pajaknya.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Amin, M. A. (2018). *Filsafat Teori Akuntansi*. Unimma Press. <https://books.google.co.id/books?id=O8uPDwAAQBAJ>
- Annisa, A., Taufik, T., & Hanif, R. A. (2017). *Pengaruh return on asset, leverage, ukuran perusahaan dan koneksi politik terhadap penghindaran pajak (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode tahun 2012-2015)*.
- Chasanah, A. N. (2018). Pengaruh rasio likuiditas, profitabilitas, struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bei tahun 2015-2017. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 39–47.
- Dewi, N. L. P. P., & Noviyari, N. (2017). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, profitabilitas dan corporate social responsibility terhadap penghindaran pajak (tax avoidance). *E-Jurnal Akuntansi*, 21(2), 882–911.
- Dewi, N. M. (2019). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Dewan Komisaris Independen dan Komite Audit Terhadap Penghindaran Pajak (Tax Avoidance) Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016. *Maksimum*, 9(1), 40–51.
- Eksandy, A. (2017). Pengaruh komisaris independen, komite audit, dan kualitas audit terhadap penghindaran pajak (tax avoidance)(studi empiris pada sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2014). *Competitive Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1), 1–20.
- Hastian, C. (2019). *Hubungan pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas dengan Penghindaran Pajak pada Pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI tahun 2016-2018* [Universitas Sanata Dharma]. https://repository.usd.ac.id/35931/2/152114013_full.pdf
- Ikhwal, N. (2016). Analisis ROA dan ROE Terhadap Profitabilitas Bank Di Bursa Efek Indonesia. *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, 1(2), 211–227.
- Laucereno, S. F. (2018, August). Cerita Sri Mulyani Yang Malu Rasio Pajak RI Cuma 11%. *Finance.Detik.Com*. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4153053/cerita-sri-mulyani-yang-malu-rasio-pajak-ri-cuma-11>
- Mustami, A. A. (2014, June). Coca-Cola Diduga Akali Setoran Pajak. *Kompas.Com*. <https://money.kompas.com/read/2014/06/13/1135319/Coca-Cola.Diduga.Akali.Setoran.Pajak>
- Nguyen, A. (2015). Product Market Advertising and Corporate Tax Aggresiveness. *Australia, Monash University*.
- Novitasari, M., & Suharni, S. (2019). Implikasi Indikator Keuangan Terhadap Tax Avoidance. *AFRE (Accounting and Financial Review)*, 2(1), 16–23.
- Noviyani, E., & Mu'id, D. (2019). Pengaruh return on assets, leverage, ukuran perusahaan, intensitas aset tetap dan kepemilikan institusional terhadap penghindaran pajak. *Diponegoro Journal of Accounting*, 8(3).
- Panjalusman, P. A., Nugraha, E., & Setiawan, A. (2018). Pengaruh transfer pricing terhadap penghindaran pajak. *JPAK: Jurnal Pendidikan Akuntansi Dan Keuangan*, 6(2), 105–114.

- Pohan, C. A. (2018). *Optimizing Corporate Tax Management: Kajian Perpajakan dan Tax Planning-nya Terkini* (S. B. Hastuti (Ed.); 2nd ed.). Bumi Aksara.
- Pradnyadari, I. D. A. I., & Rohman, A. (2015). Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility terhadap agresivitas pajak. *Diponegoro Journal of Accounting*, 4(2), 126–134.
- Puspita, D. A., & Putra, H. C. (2022). PENGARUH PROFITABILITAS DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK. *Adbis: Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 15(2), 71–81.
- Puspitasari, D., Radita, F., & Firmansyah, A. (2021). Penghindaran pajak di Indonesia: profitabilitas, leverage, capital intensity. *Jurnal Riset Akuntansi Tirtayasa*, 6(2), 138–152.
- Rahmadani, F. N. U., Muda, I., & Abubakar, E. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Manajemen Laba terhadap Penghindaran Pajak Dimoderasi oleh Political Connection. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 8(2), 375–392.
- Sa'diyah, I. (2016). *Pengaruh Keadilan, Sistem Perpajakan, Diskriminasi, dan Kemungkinan Terdeteksi Kecurangan Terhadap Presepsi Wajib Pajak Mengenai Perilaku Etika Penggelapan Pajak (Tax Evasion)*. Universitas Muhammadiyah Gresik.
- Savitri, D. A. M., & Rahmawati, I. N. (2017). Pengaruh leverage, intensitas persediaan, intensitas aset tetap, dan profitabilitas terhadap agresivitas pajak. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 8(2), 19–32.
- Siregar, R., & Widyawati, D. (2016). Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap penghindaran pajak pada perusahaan manufaktur di BEI. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 5(2).
- Stawati, V. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis: Jurnal Program Studi Akuntansi*, 6(2), 147–157.
- Susanti, D., & Satyawan, M. D. (2020). Pengaruh Advertising Intensity, Inventory Intensity, Dan Sales Growth Terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 9(1).
- Wibawa, Y. G. P. (2020). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Leverage dan Profitabilitas Terhadap Praktik Penghindaran Pajak*. <https://repository.usd.ac.id/37138/>

Halaman Persetujuan Artikel dari Dosen Pembimbing

Artikel saya berjudul

Pengaruh Profitabilitas dan Beban Iklan terhadap Agresivitas Pajak pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2017-2021.

Telah selesai dikoreksi dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk dipublikasikan.

	Tanda tangan	Tanggal
Mahasiswa : Nabila Shafa		22 Agustus 2022
Dosen Pembimbing : Hayati Fatimah, S.E., Ak., M.Ak		22 Agustus 2022

Penyusunan Laporan Keuangan Yayasan Inisiatif Wakaf Berdasarkan PSAK 112 : Akuntansi Keuangan

Muhammad Zulfikar¹⁾, Indianik Aminah²⁾

¹⁾ Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: muhammad.zulfikar.ak18@mhswn.pnj.ac.id

²⁾ Jurusan Akuntansi Keuangan Politeknik Negeri Jakarta, Email: indianikmashuri@gmail.com

ABSTRACT

According to the IAI DSAS, compiling financial reports for nazhir waqf in Indonesia still uses different standards, some use PSAK 45 on non-profit organizations and even use their own standards. Due to the absence of specific standards governing waqf accounting. This can be an obstacle in increasing the accountability and transparency of the nazhir. Therefore, the IAI Sharia Accounting Standards Board on May 22 2018, issued the Exposure Draft PSAK 112 regarding Waqf Accounting. PSAK 112 is specifically for nazhir organizations and legal entities as well as wakif organizations and legal entities. This study aims to determine, analyze and evaluate the process of financial statements that have been made in accordance with PSAK 112. This research is a qualitative research. Sources of data using primary and secondary data with data collection methods using interviews and documentation. In the results of the study that the recognition and measurement carried out are in accordance with PSAK 112 and there is a slight difference in the format of presentation of financial statements with PSAK 101 regarding the financial statements of waqf entities. The financial statements that have been made are in the form of statements of financial position, activity reports, cash flow reports, and notes to financial statements, so it is necessary to make detailed reports on waqf assets that have not been made. This research is expected as a reference and evaluation material for nazhir in waqf financial reporting.

Keywords: PSAK 112, Financial statements, financial statements

ABSTRAK

Menurut DSAS IAI, menyusun laporan keuangan nazhir wakaf di Indonesia masih menggunakan standar yang berbeda-beda ada yang menggunakan PSAK 45 tentang organisasi nirlaba bahkan menggunakan standar sendiri. Dikarenakan belum adanya standar khusus yang mengatur mengenai akuntansi wakaf. Hal ini dapat menjadi hambatan dalam meningkatkan akuntabilitas dan transparansi para nazhir. Maka dari itu Dewan Standar Akuntansi Syariah IAI pada tanggal 22 Mei 2018, mengeluarkan Draf Eksposur PSAK 112 tentang Akuntansi Wakaf. PSAK 112 dikhususkan untuk nazhir organisasi dan badan hukum serta wakif organisasi dan badan hukum. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis dan mengevaluasi proses laporan keuangan yang sudah dibuat maka sesuai dengan PSAK 112. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Sumber data menggunakan data primer dan sekunder dengan metode pengambilan data menggunakan wawancara dan dokumentasi. Dalam hasil penelitian bahwa pengakuan dan pengukuran yang dilakukan telah sesuai dengan PSAK 112 dan terdapat ada sedikit perbedaan format penyajian laporan keuangan dengan PSAK 101 mengenai laporan keuangan entitas wakaf. Laporan keuangan yang sudah dibuat berupa laporan posisi keuangan, laporan aktivitas, laporan arus kas, dan catatan atas laporan keuangan sehingga perlu dibuat laporan rincian aset wakaf yang belum dibuat. Penelitian ini diharapkan sebagai acuan dan bahan evaluasi untuk nazhir dalam pelaporan keuangan wakaf.

Kata-Kata Kunci: PSAK 112, Laporan keuangan, laporan keuangan

1. Pendahuluan

Wakaf merupakan salah satu pendukung perkembangan sosialisasi islam di Indonesia selain zakat dan infaq. Indonesia memiliki banyak tanah wakaf, hal ini dikarenakan mayoritas penduduk Indonesia beragama islam (Fikri, 2020). Dapat dibuktikan dari data Kementerian Agama per Januari 2022, menunjukkan bahwa Indonesia memiliki total luas lahan wakaf 55.697,83 Ha meter persegi, termasuk 423.614 titik.

Salah satu komponen pengelolaan aset wakaf dalam suatu lembaga ialah pencatatan aset wakaf dalam laporan keuangan. Maka seiring dengan perkembangan wakaf laporan keuangan sangat dibutuhkan dalam menjaga akuntabiliitas sebagai pertanggung jawaban, karena aset wakaf merupakan aset milik umat yang harus dikelola dengan professional secara transparan dan akuntabel. Laporan keuangan ini ditunjukkan untuk pengguna informasi khususnya wakif.

Dalam menyusun laporan keuangannya *nazhir* wakaf di Indonesia masih menggunakan standar yang berbeda-beda ada yang menggunakan PSAK 45 tentang organisasi nirlaba bahkan menggunakan standar sendiri. Dikarenakan belum adanya standar khusus yang mengatur mengenai akuntansi wakaf. Hal ini dapat menjadi hambatan dalam meningkatkan akuntabilitas dan transpansi para *nazhir*.

Terbentuknya PSAK 112, *nazhir* wakaf organisasi dan badan hukum akan mempunyai lima komponen laporan keuangan yang tidak dikonsolidasikan ke laporan keuangan lembaga itu sendiri. Format penyajian laporan keuangan terdapat pada lampiran D PSAK 101: Penyajian Laporan keuangan Syariah. Laporan keuangan tersebut terdiri dari laporan posisi keuangan, laporan rician aset wakaf, laporan aktivitas, laporan arus kas, dan catatan atas laporan keuangan. Penyajian laporan keuangan *nazhir* mengacu pada laporan keuangan entitas nirlaba yang kemudian disesuaikan dengan karakteristik wakaf PSAK 112 yang berlaku efektif per 1 Januari 2021.

1.2 Rumusan Masalah

Penerbitan Draf Exposure (DE) PSAK 112 oleh DSAS IAI membuat seluruh *nazhir* di Indonesia memiliki standar yang sama dalam pelaporan kinerja mereka terhadap aset wakaf yang telah diamanahkan oleh wakif. PSAK 112 ini efektif diterapkan 1 Januari 2021. Pada Yayasan Wakaf Inisiatif Wakaf telah membuat laporan keuangan wakaf, namun Yayasan Wakaf Inisiatif Wakaf belum menerapkan PSAK 112 pada laporan keuangannya. Yayasan Wakaf Inisiatif Wakaf sudah membuat laporan keuangan namun masih ada beberapa yang belum sesuai dengan PSAK 112, maka dari itu untuk mengetahui proses dan menganalisis laporan keuangan.

1.3 Tujuan Penelitian

Dari masalah yang sudah diterangkan di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui proses laporan keuangan Yayasan Inisiatif Wakaf selama periode tahun 2020 dan 2021.

2. Menganalisis dan Mengevaluasi proses laporan keuangan yang sudah dibuat sehingga sesuai dengan PSAK 112.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dibuat untuk menambah wawasan pengetahuan mengenai Proses Laporan Keuangan nazhir wakaf sesuai dengan PSAK 112: Akuntansi wakaf.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat berguna bagi pihak nazhir dalam melakukan pelaporan keuangan, bagi peneliti selanjutnya terutama yang ingin membahas akuntansi wakaf, dan bagi masyarakat sebagaimana telah diterapkannya PSAK 112 sehingga lebih mudah mengambil keputusan berwakaf.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Landasan Teori

Akuntansi wakaf salah satu PSAK dalam SAK Syariah yang akan dilaksanakan paling efektif pada 1 Januari 2021 dalam opsi penerapan dini. Pernyataan ini bertujuan untuk mengatur pengakuan, pengukuran, penyajian, dan pengungkapan transaksi wakaf. PSAK ini untuk masyarakat yang memenuhi kriteria sebagai entitas pelaporan, komponen-komponen laporan keuangan hingga penyajian laporan keuangan ini sesuai dengan diterapkan PSAK 112.

2.2 Definisi Wakaf

Secara Bahasa wakaf berasal dari Bahasa arab “*waqafa, yaqifu, waqfan*” atau “*habasa, yahbisu, habsan*”. Dapat diartikan Menahan, dan merupakan kata yang berbentuk Masdar yang berarti menahan, berhenti, atau diam. Kata tersebut dapat dihubungkan dengan harta seperti tanah, hewan, atau yang lainnya atau yang mempunyai hak milik untuk harta tertentu.

2.3 Pengakuan

Berikut ini adalah *nazhir* mengakui asset wakaf dalam laporan keuangan menurut PSAK 112:

a. Aset Wakaf

Aset wakaf adalah harta benda yang telah diserahkan oleh *wakif* kepada *nazhir*. Dalam PSAK 112 ada syarat pengakuan aset wakaf dalam laporan keuangan kepada *nazhir* yaitu telah terjadi pengalihan kendali atas aset wakaf secara hukum dan telah terjadi pengalihan kendali atas manfaat ekonomis dari aset wakaf. Kedua syarat tersebut tidak dapat dipisahkan, jika aset tersebut tidak mengikuti syarat seperti dokumen-dokumen yang sah maka aset tersebut belum boleh diakui.

b. Aset Wakaf Temporer

Aset wakaf temporer adalah aset wakaf dalam bentuk kas yang diserahkan oleh *wakif* kepada *nazhir*. Hasil pengelolaan dan pengembangan dari aset wakaf temporer selama jangka

waktu tertentu akan diperuntukan untuk *mauquf alaih* sampai jangka waktu tertentu. Penerimaan aset wakaf bukan merupakan penghasilan, tetapi manfaat yang dihasilkan aset wakaf temporer merupakan liabilitas.

c. Hasil Pengelolaan dan Pengembangan

Hasil pengelolaan dan pengembangan aset wakaf merupakan tambahan manfaat ekonomis dalam bentuk tambahan aset yang sumbernya dari aset wakaf yang ada. Hasil tersebut merupakan tambahan aset wakaf yang ada.

d. Imbalan Nazhir

Imbalan nazhir adalah hasil neto dari pengelolaan dan pengembangan aset wakaf dalam bentuk kas dan setara kas dalam periode berjalan. Hasil neto yang telah direalisasikan tersebut meliputi hasil neto pengelolaan dan pengembangan aset wakaf di periode berjalan, penyesuaian terhadap hasil neto pengelolaan dan pengembangan aset wakaf periode berjalan yang kas dan setara kasnya belum diterima di periode berjalan dan penyesuaian terhadap hasil neto pengelolaan dan pengembangan aset wakaf periode lalu yang kas dan setara kasnya diterima di periode berjalan.

e. Manfaat Wakaf

Manfaat wakaf yang disalurkan kepada *mauquf alaih* dapat berupa kas, setara kas, aset lainnya, dan manfaat ekonomis lain yang melekat pada aset wakaf, seperti penyusutan dan amortisasi dari aset wakaf.

3. Metode Penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, karena penelitian ini bermaksud pendekatan induktif untuk menghasilkan pengetahuan yang bertujuan untuk menghasilkan hasil yang bermakna. Penelitian kualitatif merupakan metode yang dapat menyelidiki dan mempelajari fenomena sosial secara kuat, makna yang dirasakan oleh seseorang dalam kaitannya dengan suatu aktivitas, situasi, peristiwa atau hal, atau mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang beberapa aspek kehidupan sosial.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah laporan keuangan Yayasan inisiatif Wakaf. Pemilihan ini bertujuan mengetahui perkembangan penerapan PSAK 112 terhadap penyusunan laporan keuangan. Sesuai dengan PSAK 112, yayasan yang mengelola dan menerima aset wakaf harus membuat laporan keuangan. Penelitian yang akan dianalisis adalah perkembangan penerapan PSAK 112 untuk penyusunan laporan keuangan.

3.3 Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability purposive sampling*. Metode ini tidak menawar dasar untuk pendapat apapun tentang probabilitas bahwa elemen-elemen tersebut memiliki kesempatan untuk dimasukkan dalam sampel penelitian.

3.4 Sumber Data Penelitian

Pada dasarnya, data ini juga dibagi menjadi 2 yaitu primer dan sekunder. Hal ini sumber data yang digunakan adalah kedua jenis sumber data:

1. Data Primer

Dalam data penelitian primer dapat melalui hasil dari wawancara dengan pengurus Yayasan Inisiatif Wakaf.

2. Data Sekunder

Data ini didapatkan dari hasil dokumentasi data yang sudah dibuat oleh peneliti, berupa profil, bukti transaksi, serta laporan keuangan yang sudah dibuat Lembaga tersebut.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam beberapa Teknik yaitu, wawancara, observasi, dokumentasi, dan diskusi terfokus. Pengumpulan penelitian ini dapat dilakukan dengan 2 cara yaitu wawancara dan dokumentasi.

1. Wawancara

Wawancara adalah proses komunikasi atau interaksi untuk mengumpulkan informasi dengan cara tanya jawab dengan Yayasan Inisiatif Wakaf. Hakikatnya wawancara merupakan kegiatan memperoleh informasi secara mendalam dengan penelitian ini.

2. Dokumentasi

Selain wawancara, si peneliti dapat memperoleh lewat fakta yang tersimpan dalam bentuk surat, catatan, arsip foto, hasil rapat, cendramata, jurnal kegiatan dan lain-lain. Data ini bisa dipakai untuk menggali informasi yang terjadi di masa sebelumnya.

3.6 Metode Analisis Data

1. Data Reduction

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan mengubah data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis pada aset wakaf terhadap laporan keuangan yang telah diterapkan PSAK 112.

2. Data Display

Bentuk penyajian data kualitatif dapat berupa teks naratif, matriks, grafik, jaringan, dan bagan. Bentuk ini menggabungkan informasi yang tersusun sesuai dengan PSAK 112, apabila ada ketidaksamaan laporan keuangan entitas menurut PSAK 112 dan PSAK 45.

3. Drawing Conclusion

Tahap akhir dalam analisis data, pengumpulan data kualitatif dapat mencari arti benda-benda, mencatat, penjelasan, konfigurasi, alur sebab akibat, dan proporsi. Kesimpulan ini dapat dilonggarkan, tetap terbuka, dan skeptis, tetapi kesimpulan yang sudah disediakan.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Profil Yayasan

Yayasan Inisiatif Wakaf merupakan yayasan mengelola, menghimpun dan memakai aset wakaf yang diberikan oleh wakif dan menggunakannya untuk mensejahterakan umat dalam lingkungan masjid, Pendidikan dan pembangunan khususnya di seluruh Indonesia. Aktivitas yang dilakukan Yayasan Inisiatif wakaf yaitu membangun masjid di wilayah yang membutuhkan tempat beribadah terdekat, menciptakan Pendidikan generasi bangsa yang berkarakter islami.

Yayasan Inisiatif Wakaf (iWakaf) merupakan lembaga nazhir wakaf uang yang berasal dari spinoff organisasi pos keadilan peduli umat (PKPU) di tahun 2017. iWakaf bernaung dibawah Yayasan Inisiatif Wakaf, memiliki legalitas dari BWI sebagai Lembaga nazhir wakaf uang berdasarkan Surat Tanda Bukti Pendaftaran Nazhir Nomor 3.3.00172, pada tanggal 21 Februari 2017.

4.2 Evaluasi Laporan Keuangan berdasarkan PSAK 112: Akuntansi Wakaf

Dari hasil temuan dan analisis yang telah dilakukan terdapat beberapa yang akan dievaluasi dari laporan keuangan yang sudah dibuat agar lebih sesuai dengan PSAK 112 dan PSAK 101. Evaluasi tersebut berbentuk penyajian setiap komponen laporan keuangan yang disesuaikan dengan kedua PSAK tersebut.

A. Laporan Posisi Keuangan

Berdasarkan laporan posisi keuangan tahun 2020 dan 2021 yang telah dibuat, terdapat sedikit perbedaan dengan format laporan posisi keuangan yang dilampirkan dalam PSAK 101. Pada hasil tersebut sudah hampir sesuai dengan PSAK 101, namun hasil dari analisis tersebut, Yayasan Inisiatif Wakaf tersebut menerima wakaf uang secara temporer, walaupun ada perbedaan di kategori aset neto saja.

Tabel 1

LAPORAN POSISI KEUANGAN					
Per 31 Desember 2021 dan per 31 Desember 2022					
Dinyatakan Dalam Rupiah					
Catatan	2021	2020	Catatan	2021	2020
Notes			Notes		
ASET			LIABILITAS		
Aset Lancar			Liabilitas Dana Wakaf	-	-
Kas dan Setara Kas	2b	1.596.495.896	953.563.336	JUMLAH LIABILITAS	-
Piutang	2d,4	11.658.400	20.258.400	ASET NETO	-
Uang Muka Kerja	5	2.482.540.900	267.459.070	Saldo Aset Bersih	
Biaya Dibayar Di Muka		-	-	Saldo Aset Bersih Terikat	
Investasi Wakaf		67.122.500	337.122.500	Dana Wakaf Terikat Permanen	2.308.303.657
Jumlah Aset Lancar		4.157.817.696	1.578.403.306	Dana Wakaf (Sosial, Program, Produktif, Non Wakaf)	1.847.783.203
Aset Tidak Lancar				Dana Titipan ZIS	1.929.049.933
Aset Tetap	2g,7	19.928.980	19.928.980	Jumlah Saldo Aset Bersih Terikat	6.085.136.793
Aset Wakaf	2g,7	2.092.278.000	2.092.278.000	Saldo Aset Bersih Tidak Terikat	3.690.610.286
Jumlah Aset Tidak Lancar		2.112.206.980	2.112.206.980	Dana Pengelola	184.887.883
JUMLAH ASET		6.270.024.676	3.690.610.286	Jumlah Saldo Aset Bersih Tidak Terikat	184.887.883
				JUMLAH ASET NETO	6.270.024.676
				JUMLAH LIABILITAS DAN ASET NETO	3.690.610.286

Sumber: Data diolah

B. Laporan Rincian Aset Wakaf

Yayasan Inisiatif Wakaf pada tahun 2020 dan 2021 tidak membuat laporan rincian aset wakaf. Laporan rincian aset wakaf dapat memberikan informasi bagi pengguna laporan mengenai aset wakaf yang dikelola oleh nazhir. Berikut pembuatan laporan rincian aset wakaf.

Tabel 2

Keterangan	Catatan Notes	Saldo Per 31 Des 2021	Saldo Per 31 Des 2020
		Total	Total
Aset Lancar			
Kas dan Setara Kas	2c,3	1.596.495.896	953.563.336
Piutang	2d,4	11.658.400	20.258.400
Uang Muka Kerja	2,5	2.482.540.900	267.459.070
Investasi	2f,6	67.122.500	337.122.500
Aset Tidak Lancar	7	2.112.206.980	2.112.206.980
Aset Tetap	2g,7	19.928.980	19.928.980
Aset Wakaf	2g,7	2.092.278.000	2.092.278.000
		6.270.024.676	3.690.610.286

Sumber: Data diolah

C. Laporan Aktivitas

Pada PSAK 101, hasil pengurarnagan akan langsung dinyatakan sebagai kenaikan (penurunan) aset neto yang kemudian akan ditambahkan dengan aset neto diawal periode maka dapat langsung terkuhat aset neto pada akhir periode.

Tabel 3

LAPORAN AKTIVITAS
YAYASAN INISIATIF WAKAF
Per 31 Desember 2020 dan 31 Desember 2021

Keterangan	Catatan Notes	Saldo 31 Des 2021 Total	Saldo 31 Des 2020 Total
PENGHASILAN			
Penerimaan Wakaf Permanen			
Wakaf Uang	2b,8a	156.226.298	133.523.455
Penerimaan Dana Wakaf Lainnya	2b,8a	200.000.000	-
		356.226.298	133.523.455
Penerimaan Wakaf Temporer			
Wakaf Sosial			
Wakaf Beasiswa Hafidz	2b,8b	100.000	250.033
Wakaf Modal Usaha	2b,8b	-	212.020.093
Wakaf Produktif Untuk Ifthar	2b,8b	-	5.008
Wakaf Jembatan	2b,8b	1.750.000	-
Wakaf Berbagi Air Gunung Kidul	2b,8b	700.000	-
Wakaf Air Bersih	2b,8b	800.000	-
Wakaf Penyaluran Air	2b,8b	950.000	-
Wakaf Peduli TPQ (Taman Pendidikan Qur'an)	2b,8b	250.000	-
Wakaf Peduli Kekeringan DIY	2b,8b	12.300.000	-
Wakaf Bantuan Kesehatan	2b,8b	6.500.000	-
Wakaf untuk Penghafal Al-Qur'an Tunanetra	2b,8b	150.000	-
Wakaf Program			
Wakaf Masjid	2b,8b	16.230.000	58.771.257
Wakaf Al-Qur'an	2b,8b	14.465.692	28.407.574
Wakaf Sumur	2b,8b	396.533.272	400.574.515
Wakaf Karpet	2b,8b	-	10.750.499
Wakaf For Ifthor	2b,8b	-	4.500.091
Wakaf Sarana Ibadah	2b,8b	-	1.050.000
Wakaf Kaki Palsu	2b,8b	50.000	750.016
Wakaf For Disaster	2b,8b	-	8.751.803
Wakaf School Kit for Kids	2b,8b	-	700.000
Wakaf Kacamata Baca	2b,8b	136.364.664	11.300.093
Wakaf Toilet/MCK	2b,8b	-	2.900.143
Wakaf Madrasah	2b,8b	12.600.000	20.945.000
Wakaf Bangun Kelas	2b,8b	-	400.756
Wakaf Pembebasan Tanah & Pembangunan Gedung SIT Darojaatul Uluum	2b,8b	200.085	1.100.097
Wakaf Sumur Bor Talangan Pangeran Ilir	2b,8b	1.500.000	-
Wakaf Pembangunan Kamar Mandi Masjid Al-Anshor	2b,8b	30.300.000	-
Wakaf Pembangunan/Rehab Masjid & Musholla	2b,8b	18.500.000	-
Wakaf Pembangunan Masjid Muafaf	2b,8b	1.000.000	-
Wakaf Sumur Bor Kampung Muafaf	2b,8b	27.350.001	-
Wakaf Masjid An-Nur Seyongkong	2b,8b	1.250.000	-
Wakaf Masjid Nurul Abwab	2b,8b	3.700.000	-
Wakaf Musholla Al-Fath	2b,8b	22.330.000	-

Wakaf Pembangunan Sumur Pacitan dan Gunung Kidul	2b,8b	8.550.000	-
Wakaf Sumur Bor Kampung Sinarjaya Banten	2b,8b	38.706.469	-
Wakaf Pembangunan Fasum Pesantren Darul Ihsan	2b,8b	11.789.200	-
Wakaf Sumur Bor Ponpes	2b,8b	8.580.000	-
Wakaf Pembangunan MDTA Kuala Dekah	2b,8b	25.000	-
Wakaf Sumur Bor Masjid	2b,8b	34.935.186	-
Wakaf Program	2b,8b	2.100.000	-
Wakaf Sumur untuk Warga Cijeruk Bogor	2b,8b	1.400.000	-
Wakaf Rumah Qur'an Jabar	2b,8b	100.000	-
Wakaf Pembangunan Masjid Jami Al-Munawwaroh	2b,8b	3.000.000	-
Wakaf Produktif			
Wakaf Produktif	2b,8b	-	1.125.007
Wakaf Perkebunan	2b,8b	500.000	400.000
Wakaf Inisiatif Boarding School	2b,8b	92.091.440	43.250.991
Wakaf Graha	2b,8b	-	50.000
Wakaf Rumah Singgah Pasien	2b,8b	1.400.000	100.000
Wakaf RS Hemodialisa	2b,8b	-	1.600.000
Program Dana Titipan ZIS			
Pengembangan Klinik	2b,8b	2.036.634.518	280.873.898
Program Qurban	2b,8b	-	21.400.000
Penerimaan Dana Zakat		7.968.012	7.494.000
		2.953.653.539	1.119.470.874
Dampak Pengukuran Ulang Aset Wakaf			
Wakaf Uang		-	-
Wakaf Uang (Non Share)		-	-
Wakaf Surat Berharga		-	-
Jumlah Dampak Pengukuran Ulang Aset Wakaf			
Aset tidak terikat			
Infraq Pengelola	2b,8c	1.700.000	1.580.000
Infraq Shodaqoh	2b,8c	6.148.500	-
Penerimaan Usaha	2b,8c	-	500.000
Jumlah Aset Tidak Terikat		7.848.500	2.080.000
Aset Non Wakaf			
Bagi Hasil Deposito	2b,8c	1.058.555	1.217.275
Penerimaan Bagi Hasil Bank Syariah	2b,8c	959.477	1.257.074
Penerimaan Bagi Hasil Investasi Wakaf	2b,8c	60.000.000	-
Jumlah Aset Non Wakaf		62.018.032	2.474.349
Jumlah Pengelolaan dan Pengembangan Aset Wakaf		69.866.532	4.554.349
Jumlah Penerimaan Wakaf Temporer		3.023.520.071	1.124.025.223
Jumlah Penerimaan Wakaf		3.379.746.369	1.257.548.678
Program dan Beban Operasional			
Program Aset			
Program Sosial		373.866.177	401.632.323
Program Ekonomi		-	-
Program Pendidikan		8.823.200	8.013.000
Program Kesehatan		-	-
Program Dakwah		127.789.000	10.000.000
Pengembangan Klinik		150.500.000	28.125.156
Program Qurban		-	20.000.000
Sosialisasi Wakaf		3.889.700	37.888.612
Jumlah Program Aset		664.868.077	505.659.091
Beban Operasional			
Gaji & Kesejahteraan Karyawan		66.687.500	83.989.300
Biaya Pengembangan SDM		21.750.000	33.026.700
Biaya Operasional Kantor		26.912.600	10.783.688
Biaya Pemeliharaan Aset		5.435.000	2.100.000
Biaya Administrasi Bank		2.969.903	3.724.628
Biaya Perlengkapan Kantor		11.708.900	14.234.200
Biaya Penyusutan Aset		-	5.163.240
Biaya Lain-lain		-	-
Jumlah Beban Operasional		135.463.903	153.021.756
Jumlah Program dan Beban Operasional		800.331.980	658.680.847
KENAIKAN (PENURUNAN) ASET NETO		2.579.414.390	598.867.831
ASET NETO AWAL		3.690.610.286	3.091.742.455
ASET NETO AKHIR PERIODE		6.270.024.676	3.690.610.286

Sumber: Data diolah

D. Laporan Arus Kas

Laporan arus kas yang telah dibuat oleh Yayasan Inisiatif Wakaf sudah sesuai dalam PSAK 112 yaitu aktivitas operasi, investasi dan pendanaan. Berikut merupakan format laporan aktivitas sesuai dengan penyajian laporan keuangan entitas wakaf.

Tabel 4

LAPORAN ARUS KAS
Per 31 Desember 2020 dan 31 Desember 2021
Dinyatakan Dalam Rupiah

	Catatan Notes	2021	2020
ARUS KAS AKTIVITAS OPERASI			
Penerimaan Dana Terikat Permanen	2b,8	356.226.298	133.523.455
Penerimaan Dana (Sosial, Program, Produktif, Non Wakaf)	2b,8	3.015.671.571	1.121.945.223
Penerimaan Dana Tidak Terikat	2b,8	7.848.500	2.080.000
Penerimaan Piutang Karyawan	2b,8	20.258.400	9.000.000
Penerimaan Piutang Pihak Ketiga		-	-
Penyaluran Untuk Program	2b,8	(2.876.060.207)	(612.539.549)
Penyaluran Operasional	2b,8	(139.353.603)	(185.747.128)
Penyaluran Piutang Kepada Karyawan	2b,4	(11.658.400)	(20.000.000)
Penyaluran Piutang Kepada Pihak Ketiga		-	-
Arus Kas Bersih diperoleh dari Aktivitas Operasi		372.932.560	448.262.001
ARUS KAS AKTIVITAS INVESTASI			
Pembelian Aset Tetap		-	-
Penjualan Aset Tetap		-	-
Penanaman Investasi		-	(270.000.000)
Pengembalian Investasi		270.000.000	-
Arus Kas Bersih Digunakan Untuk Aktivitas Investasi		270.000.000	(270.000.000)
ARUS KAS AKTIVITAS PENDANAAN			
Penerimaan Hutang		-	-
Pembayaran Hutang		-	-
Arus Kas Bersih Digunakan Untuk Aktivitas Pendanaan		-	-
Kenaikan Bersih Kas dan Setara Kas		642.932.560	178.262.001
Kas dan Setara Kas Awal Periode		953.563.336	775.301.335
Kas dan Setara Kas Akhir Periode		1.596.495.896	953.563.336

Sumber: Data diolah

E. Catatan Atas Laporan Keuangan

Yayasan Inisiatif Wakaf sudah membuat Catatan Atas Laporan Keuangan yang mengungkapkan mengenai hal-hal yang bersifat umum, strategi pengelolaan dan pengembangan, kebijakan akuntansi yang penting, dan penjabaran mengenai akun-akun yang terdapat dalam laporan keuangan.

5. Kesimpulan

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Yayasan Inisiatif Wakaf pada tahun 2020 dan 2021 telah membuat laporan keuangan yang sudah didasari dengan PSAK 112. Laporan yang sudah didasari PSAK 112 berupa laporan posisi keuangan, laporan aktivitas, laporan arus kas dan catatan laporan keuangan. Pada laporan-laporan tersebut sudah terlihat jelas mengenai aset wakaf, nominal penerimaan yang didapat dari wakaf serta total beban yang dikeluarkan oleh Yayasan.
2. Berdasarkan PSAK 112, pengakuan aset wakaf yang dilakukan Yayasan Inisiatif Wakaf sudah sesuai yaitu terjadi pengalihan manfaat ekonomi dan pengalihan hak secara hukum atas aset wakaf tersebut. Pengukuran ini yang dilakukan sudah sesuai PSAK 112. Terdapat perbedaan sedikit dalam penyajian yang dilakukan dengan PSAK 112 dan PSAK 101 mengenai laporan keuangan entitas wakaf. Menurut PSAK 112 dan PSAK 101, laporan keuangan yang harus dibuat

ada lima, yaitu laporan posisi keuangan, laporan rincian aset wakaf, laporan aktivitas, laporan arus kas dan catatan atas laporan keuangan, namun Yayasan Inisiatif Wakaf dari tahun 2020 dan 2021 sudah membuat 4 laporan keuangan yg didasari dengan PSAK 112. Dalam 4 komponen laporan keuangan yang sudah dibuat, masih ada perbedaan mengenai format penyajian dan perbedaan kategori laporan keuangan entitas wakaf pada PSAK 112 dan PSAK 101. Berdasarkan laporan yang sudah dibuat, hasil evaluasi yang dilakukan adalah memberi usulan penyajian laporan posisi keuangan, laporan aktivitas, laporan arus kas dan catatan atas laporan keuangan serta penambahan laporan rincian aset wakaf sesuai dengan PSAK 112 dan PSAK 101.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang sudah dibuat, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan sebagai berikut.

Kepada entitas wakaf untuk menyesuaikan dengan PSAK 112: Akuntansi Wakaf dan PSAK 101 mengenai penyajian laporan keuangan secara penuh sebagai dasar penyusunan laporan keuangan. Penelitian ini hanya sebatas menganalisis kesesuaian dengan PSAK 112 dan perbandingan laporan keuangan tahun 2020 dan 2021 apakah dari tahun sebelumnya sampai tahun sekrang sudah sesuai dengan PSAK 112. Pada penelitian selanjutnya disarankan dapat menganalisis bagian kategori laporan keuangan entitas wakaf agar berdasarkan laporan keuangan yang disusun sesuai dengan PSAK 112.

6. Daftar Pustaka

- Ardiansyah, T. (2021). Pola Laporan Keuangan wirausahawan di Indonesia. *Jurnal SEKURITAS (Saham, Ekonomi, Keuangan Dan Investasi)*, 4(3), 286. <https://doi.org/10.32493/skt.v4i3.11723>
- DSAS. (2018). *Draf Eksposur PSAK 112: Akuntansi Wakaf*. 8–13.
- Etikan, I. (2017). Sampling and Sampling Methods. *Biometrics & Biostatistics International Journal*, 5(6). <https://doi.org/10.15406/bbij.2017.05.00149>
- Ezril. (2019). Akuntansi Pengelolaan Wakaf Produktif Pada Usaha Perkebunan Lembaga Nazir Wakaf (LNF) Ibadurrahman Duri. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Fikri, M. C. (2020). Analisis penerapan akuntansi wakaf berdasarkan PSAK No. 112: Studi kasus pada Koperasi Masjid Sabilillah Kota Malang. 112(112). <http://etheses.uin-malang.ac.id/17942/>
- Gunawan, M. dan S. (2018). Unsur dan Syarat Wakaf dalam Kajian Para Ulama dan Undang-Undang di Indonesia. *TAZKIYA Jurnal Keislaman, Kemasyarakatan Dan Kebudayaan*, 19(2), 81–96.
- Jeklin, A. (2016). 濟無No Title No Title No Title. July, 1–23.
- Marsawal, S. H. (2020). Kajian PSAK 112 tentang Akuntansi Wakaf (Studi pada Kantor Kementerian Agama Kabupaten Polewali Mandar) (Vol. 2507, Issue February). [https://repositori.uin-alauddin.ac.id/19768/%0Ahttp://repositori.uin-alauddin.ac.id/19768/1/Kajian PSAK 112 tentang Akuntansi Wakaf %28Studi pada.pdf](https://repositori.uin-alauddin.ac.id/19768/%0Ahttp://repositori.uin-alauddin.ac.id/19768/1/Kajian%20PSAK%20112%20tentang%20Akuntansi%20Wakaf%20Studi%20pada.pdf)

Dampak Penerapan PSAK 73 (Atas Sewa) pada Laporan Keuangan Perusahaan Sektor Infrastruktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020

Salma Putriyuliani¹⁾, Yusep Friya Purwa Setya²⁾

¹⁾Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta, Depok 16424, Email : salma.putriyuliani.ak18@mhs.w.pnj.ac.id

²⁾Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta, Depok 16424, Email : yosep.friya@akuntansi.pnj.ac.id

ABSTRACT

PSAK 73 replaces PSAK 30 which regulates lease activities. In PSAK 73, lessees are required to recognize right-of-use assets and lease liabilities except for lease activities with a term of less than one year and where the leased asset is low value. This study aims to see the impact that occurs on the statements of financial position and profit and loss statements of infrastructure sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017-2020 on the application of PSAK 73 on leases. The type of the research is descriptive quantitative and the data collection technique is documentation. This study uses the lease constructive capitalization method developed by Imhoff, Lipe, and Wright (1991) which was further modified by Öztürk and Serçemeli (2016). The results show that the implementation of PSAK 73 affects the statements of financial position and income statements of companies in the infrastructure sector. In the statement of financial position the value of assets and liabilities has increased significantly and the value of equity has decreased significantly. On its income statement, the infrastructure sector experienced an increase in its total profit. When viewed from the financial ratios, the ratio most affected by the implementation of PSAK 73 is the return on assets ratio and the least affected is the debt to asset ratio.

Keywords: PSAK 73, Lease Constructive Capitalization, Statements Of Financial Position, Income Statements, Financial Ratios

ABSTRAK

PSAK 73 menggantikan PSAK 30 yang mengatur kegiatan sewa. Dalam PSAK 73, lessee diharuskan mengakui aset-hak guna dan liabilitas sewa kecuali pada aktivitas sewa yang berjangka waktu kurang dari satu tahun dan yang aset sewanya bernilai rendah. Penelitian ini bertujuan untuk melihat dampak yang terjadi pada laporan posisi keuangan dan laporan laba rugi perusahaan sektor infrastruktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2020 atas penerapan PSAK 73 atas sewa. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data yaitu, dokumentasi. Penelitian ini menggunakan metode kapitalisasi konstruktif sewa yang dikembangkan oleh Imhoff, Lipe, dan Wright (1991) yang selanjutnya dimodifikasi oleh Öztürk dan Serçemeli (2016). Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan PSAK 73 mempengaruhi laporan posisi keuangan dan laporan laba rugi perusahaan sektor infrastruktur. Pada laporan posisi keuangan nilai aset dan liabilitas mengalami kenaikan yang signifikan

¹ Corresponding author. E-mail: salma.putriyuliani.ak18@mhs.w.pnj.ac.id

dan nilai ekuitas mengalami penurunan yang cukup signifikan. Pada laporan laba rugi-nya, sektor infrastruktur mengalami kenaikan dalam total laba-nya. Jika dilihat dari rasio keuangan-nya, rasio yang paling terdampak dengan adanya penerapan PSAK 73 adalah rasio *return on asset* dan yang paling tidak terdampak adalah *debt to asset ratio*.

Kata-Kata Kunci: PSAK 73, Kapitalisasi Konstruktif Sewa, Laporan Posisi Keuangan, Laporan Laba Rugi, Rasio Keuangan.

1. PENDAHULUAN

Aset tetap memiliki peranan yang penting dalam perusahaan baik dari segi fungsinya maupun dari nilai yang diinvestasikannya. aset tetap merupakan aset berwujud yang dimiliki dan digunakan dalam produksi atau dalam penyediaan barang atau jasa yang dapat disewakan kepada pihak lain atau digunakan untuk tujuan administratif yang digunakan selama lebih dari satu tahun. Aset tetap bisa didapatkan dengan cara membeli atau menyewa aset tetap [13]. Opsi sewa tersebut biasa digunakan jika perusahaan tidak memiliki dana yang cukup untuk membeli aset tetap [10].

Dalam pencatatan kegiatan sewa perusahaan dapat merujuk pada PSAK 73 atas Sewa yang menggantikan PSAK 30 tentang sewa, Interpretasi Standar Akuntansi Keuangan (ISAK) 23 tentang sewa operasi, ISAK 24 (Evaluasi per Substansi Beberapa Transaksi yang Melibatkan Suatu Bentuk Legal Sewa) dan ISAK 25 tentang hak atas tanah yang pernah berlaku sebelumnya. PSAK 30 dianggap tidak selalu dapat menampilkan nilai yang tepat atas kegiatan sewa yang dilakukan sehingga dibuatlah PSAK 73 yang disahkan pada tanggal 18 September 2017 dan berlaku efektif mulai 1 Januari 2020 [11]. Munculnya PSAK 73 ini mengklasifikasi sewa jangka pendek dan aset sewa yang bernilai rendah sebagai sewa operasi dan sebagian besar kegiatan sewa lainnya sebagai sewa pendanaan atau pembiayaan [5].

Pembangunan infrastruktur selalu menjadi prioritas bagi pemerintah Indonesia karena bertujuan untuk mengurangi kesenjangan sosial dan ekonomi secara merata, baik itu pembangunan infrastruktur dalam bentuk fisik maupun non-fisik [2]. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia, BUMN sektor konstruksi dan sektor telekomunikasi, yang keduanya merupakan bagian dari sektor infrastruktur, memiliki hasil kinerja keuangan yang berbeda di tahun 2020 [1]. BUMN sektor konstruksi menjadi salah satu sektor yang mengalami kerugian terbesar yaitu, sebesar 11,32 triliun rupiah sedangkan untuk sektor telekomunikasi masih memperoleh laba di atas satu triliun rupiah. Sektor infrastruktur juga merupakan sektor yang terdampak oleh penerapan PSAK 73 bersama dengan industri lain seperti *retail*, transportasi, jasa profesional, kesehatan, *textile*, dan perhotelan [8].

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana dampak penerapan PSAK 73 atas sewa terhadap laporan posisi keuangan dan laporan laba rugi perusahaan sektor infrastruktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2020 serta menganalisis dampak yang terjadi dilihat dari rasio keuangannya. Penelitian diharapkan dapat menjadi acuan bagi perusahaan sektor infrastruktur dalam menganalisis laporan keuangannya atas penerapan PSAK 73 atas sewa dan menjadi tambahan referensi bagi pembaca dalam menganalisis dampak laporan keuangan atas penerapan PSAK 73.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Sewa

Sewa atau *leasing* merupakan perjanjian atas hak yang diberikan oleh *lessor* atau pihak yang menyewakan kepada *lessee* atau pihak yang menyewa untuk menggunakan aset sewaan dengan syarat *lessee* akan melakukan pembayaran sewa kepada *lessor* [3]. Di Indonesia saat ini, standar akuntansi yang mengatur tentang kegiatan sewa adalah PSAK 73 yang disahkan pada tanggal 18 September 2017 dan diberlakukan secara efektif mulai tanggal 1 Januari 2020 dengan diperbolehkan adanya penerapan dini.

Klasifikasi sewa

Kegiatan sewa diklasifikasikan menjadi 2, yaitu sewa pembiayaan (*finance lease/ capital lease*) dan sewa operasi (*operating lease*). Pengklasifikasian dari kegiatan sewa didasarkan pada sampai sejauh mana penyerahan manfaat dan risiko atas kepemilikan aset sewa kepada *lessee*. Berikut adalah penjelasan atas 2 jenis kegiatan sewa tersebut [6].

1. Sewa pembiayaan (*finance lease/ capital lease*) adalah sewa yang mengalihkan secara substansial seluruh risiko dan manfaat yang terkait dengan kepemilikan suatu aset. Kegiatan sewa bisa dikatakan sebagai sewa pembiayaan apabila memenuhi salah satu syarat dibawah ini:

- Kepemilikan atas aset sewa dialihkan kepada *lessee* di akhir masa sewa,
- Adanya opsi untuk membeli aset dengan harga jual yang lebih rendah,
- Masa sewa atau jangka panjang sewa sama atau lebih besar dari 75% umur ekonomis aset yang disewakan, dan atau
- Nilai kini (*present value*) dari jumlah pembayaran sewa minimum secara substansial mendekati nilai wajar aset yang disewakan.

Jika dalam perjanjian sewa ada salah satu syarat di atas yang terpenuhi maka kegiatan sewa tersebut merupakan sewa pembiayaan. Dalam pencatatannya, bagi *lessee* fasilitas pembiayaan dari *finance lease* dicatat sebagai liabilitas, aset sewaan dikapitalisasi dan dicatat sebagai aset hak-guna atau *right-of-use asset*, mengalokasikan bunga selama masa sewa, serta melakukan penyusutan aset sewaan, sedangkan bagi *lessor* fasilitas pembiayaan dicatat sebagai piutang [7].

2. Sewa operasi (*operating lease*) merupakan kegiatan sewa yang tidak mengalihkan secara substansial seluruh risiko dan manfaat terkait dengan kepemilikan aset. Sesuai PSAK 30 Jika tidak ada satu pun syarat dari sewa pembiayaan yang terpenuhi maka perjanjian sewa tersebut merupakan sewa operasi. Pembayaran sewa yang dilakukan berkala oleh *lessee* dicatat sebagai beban dan oleh *lessor* dicatat sebagai pendapatan [3].

PSAK 73

Saat ini ketentuan dalam pelaksanaan sewa dalam akuntansi mengacu pada PSAK 73 yang telah disahkan pada tanggal 18 September 2017 oleh Dewan Standar Akuntansi Keuangan Ikatan Akuntan Indonesia (DSAK IAI) dan diberlakukan secara efektif mulai tanggal 1 Januari 2020, namun diperbolehkan adanya penerapan dini. PSAK 73 merupakan hasil adopsi *International Financial Reporting Standards (IFRS) 16* yang menggantikan PSAK 30 dalam hal pengukuran, penyajian, dan pengungkapan atas sewa. PSAK 73 mengharuskan penyewa (*lessee*) untuk mengakui aset hak-guna dan liabilitas sewa, terkecuali bagi sewa jangka pendek atau yang umur sewanya kurang dari 12 bulan dan sewa yang asetnya bernilai rendah. Sehingga sewa operasi yang

sebelumnya dicatat oleh *lessee* sesuai dengan PSAK 30 harus diklasifikasikan kembali dengan adanya PSAK 73 ini [12].

Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan laporan yang dibuat oleh setiap perusahaan yang menggambarkan kondisi keuangan perusahaan saat ini atau pada periode tertentu untuk dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan [4]. PSAK 1 (Penyajian Laporan Keuangan) menyatakan laporan keuangan bertujuan untuk memberikan informasi tentang posisi keuangan, kinerja, dan arus kas suatu entitas yang relevan, andal, dapat diperbandingkan, dan dapat dipahami dengan syarat laporan disajikan secara wajar dan sesuai dengan ketentuan pengakuan aset, liabilitas, ekuitas, pendapatan, dan beban. Laporan keuangan yang disajikan yaitu, laporan posisi keuangan, laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, laporan arus kas, dan catatan atas laporan keuangan [3]. Pada penelitian ini laporan keuangan yang akan dianalisis dampak penerapan PSAK 73-nya adalah laporan posisi keuangan dan laporan laba rugi.

Rasio Keuangan

Rasio keuangan merupakan salah satu metode analisis laporan keuangan. Analisis laporan keuangan dilakukan untuk membuat data menjadi lebih mudah dipahami sebagai dasar dalam mengambil keputusan [9]. Rasio keuangan dilakukan dengan membandingkan angka-angka yang ada di laporan keuangan. Hal tersebut dilakukan untuk menilai kemampuan dan tingkat efektifitas dari suatu perusahaan. Hasil dari rasio dapat dijadikan bukti data kinerja perusahaan dan dijadikan bahan evaluasi untuk manajemen perusahaan ke depannya [4]. Ada 5 rasio keuangan yaitu rasio likuiditas, profitabilitas, *leverage*, aktivitas, dan rasio nilai pasar. Rasio keuangan yang digunakan untuk menganalisis dalam penelitian ini adalah rasio profitabilitas berupa *return on asset* dan *return on equity* serta rasio *leverage*, yaitu *debt to asset ratio*, *debt to equity ratio*, dan *long term debt to equity ratio*.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif karena data penelitian disajikan dalam bentuk angka yang didapatkan dari hasil perhitungan kapitalisasi sewa yang berpengaruh pada laporan posisi keuangan dan laba rugi yang selanjutnya dianalisis menggunakan rasio keuangan. Dari perubahan yang didapatkan pada nilai dalam laporan posisi keuangan, laba rugi, dan rasio keuangan akan disajikan dalam tabel dan diberi penjelasan berdasarkan nilai yang didapatkan. Objek dan subjek dari penelitian ini, yaitu perusahaan sektor infrastruktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2020. Pengumpulan data dilakukan dengan cara dokumentasi atau mengumpulkan dokumen-dokumen yang dalam penelitian ini adalah data keuangan yang bersumber dari laporan keuangan perusahaan sektor infrastruktur tahun 2017-2020 yang didapatkan dari website BEI, www.idx.co.id.

Metode pengambilan sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability purposive sampling* yang mana sampel yang dipilih memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan sektor infrastruktur atau berindeks saham IDXINFRA
2. Perusahaan telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)
3. Perusahaan telah menerbitkan laporan keuangan tahun 2017-2020
4. Perusahaan memiliki komitmen pembayaran sewa operasi

Dari kriteria tersebut didapatkan tiga perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini, yaitu:

Tabel 1. Perusahaan Sampel Penelitian

No.	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	GMFI	Garuda Maintenance Facility Aero Asia Tbk.
2	TLKM	Telkom Indonesia (Persero) Tbk
3	EXCL	XL Axiata Tbk.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode kapitalisasi konstruktif sewa yang dikembangkan oleh Imhoff, Lipe dan Wright (1991) yang selanjutnya dimodifikasi oleh Öztürk dan Serçemeli (2016). Metode tersebut digunakan dalam mengukur dampak kapitalisasi sewa pada laporan keuangan dengan memperoleh kapitalisasi sewa yang tidak tercatat oleh perusahaan sehingga diketahui kewajiban sewa yang tidak tercatat, aset sewaan yang tidak tercatat, penghematan pajak dan ekuitas elemen yang harus disediakan dari kapitalisasi sewa [12]. Langkah dalam menganalisis data pada penelitian ini, yaitu:

1. Perhitungan Data

Berikut perhitungan yang dilakukan:

- a. Menghitung estimasi nilai liabilitas sewa yang belum tercatat
- b. Menghitung estimasi nilai aset sewa yang belum tercatat
- c. Menghitung pajak tangguhan
- d. Menghitung perubahan ekuitas
- e. Mengkapitalisasi nilai tambahan aset dan liabilitas dalam laporan posisi keuangan
- f. Menghitung estimasi perubahan pada laporan laba rugi
- g. Menghitung nilai rasio keuangan

2. Menganalisis Data

Analisis pada laporan keuangan dilakukan dengan melihat perubahan yang terjadi pada nilai di dalam laporan posisi keuangan dan laporan laba rugi serta menggunakan rasio keuangan. Lalu dilakukan perbandingan antara hasil nilai dalam laporan posisi keuangan, laporan laba rugi, dan rasio keuangan sebelum dan sesudah kapitalisasi sewa sehingga akan terlihat apakah laporan keuangan perusahaan sektor infrastruktur terkena dampak dari penerapan PSAK 73 atau tidak.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan dengan perhitungan kapitalisasi sewa yang dilakukan pada data keuangan tahun 2017-2019 berdasarkan PSAK 73, yaitu menghitung estimasi nilai liabilitas sewa yang belum tercatat, estimasi nilai aset sewa yang belum tercatat, menghitung pajak tangguhan dan perubahan ekuitas, nilai-nilai tersebut mempengaruhi nilai akun pada laporan posisi keuangan dan laporan laba rugi. Serta pada tahun 2020 juga ditemukan penyesuaian yang dilakukan perusahaan atas diterapkannya PSAK 73.

Dampak Penerapan PSAK 73 Pada Laporan Posisi Keuangan

Penerapan PSAK 73 sebagai kebijakan akuntansi atas sewa memberikan pengaruh yang signifikan kepada laporan posisi keuangan perusahaan sektor infrastruktur. Berdasarkan

perhitungan yang telah dilakukan berikut dampak penerapan PSAK 73 pada Laporan Posisi Keuangan tahun 2017-2020:

Tabel 2. Dampak Penerapan PSAK 73 atas Sewa pada Laporan Posisi Keuangan Tahun 2017-2019

Perubahan Nilai Pada Laporan Posisi Keuangan Jika Diterapkan PSAK 73			
GMFI	2017	2018	2019
Total Aset	1,67%	1,01%	0,81%
Total Liabilitas Jangka Panjang	8,24%	5,68%	15,22%
Total Liabilitas	4,53%	2,14%	1,46%
Total Ekuitas	(0,52%)	(0,40%)	(0,40%)
TLKM			
Total Aset	8,04%	3,39%	4,81%
Total Liabilitas Jangka Panjang	36,79%	5,90%	17,27%
Total Liabilitas	21,71%	9,24%	12,02%
Total Ekuitas	(2,49%)	(1,05%)	(1,59%)
EXCL			
Total Aset	2,54%	2,20%	5,75%
Total Liabilitas Jangka Panjang	6,40%	4,54%	10,93%
Total Liabilitas	4,84%	3,80%	9,72%
Total Ekuitas	(1,16%)	(1,21%)	(3,31%)

Dari tabel 2 di atas dapat terlihat bahwa nilai dalam laporan posisi keuangan mengalami perubahan yang cukup signifikan atas adanya penerapan PSAK 73. Dari sisi aset, liabilitas jangka panjang, dan total liabilitas mengalami kenaikan sedangkan pada sisi ekuitas mengalami penurunan. Dari sisi aset perusahaan yang paling terdampak adalah PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk. di tahun 2017 dan 2019 dengan perubahan nilai aset sebesar 8,04% dan 3,39% kemudian di tahun 2018 PT XL Axiata Tbk. yang paling terdampak dari sisi aset dengan perubahan sebesar 5,75%. Sedangkan dari sisi liabilitas baik itu liabilitas jangka panjang dan total liabilitas PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk. menjadi perusahaan yang terdampak paling tinggi. Lalu dari sisi ekuitas, pada tahun 2017 PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk. terkena dampak tertinggi dengan perubahan ekuitas sebesar 2,49% lalu di tahun 2018 dan 2019 PT XL Axiata Tbk. yang ekuitasnya terdampak paling besar, yaitu sebesar 1,21% dan 3,31%.

Sedangkan pada tahun 2020 yang mana perusahaan telah menerapkan PSAK 73, perusahaan melakukan penyesuaian atas diterapkannya PSAK 73 terhadap nilai dalam laporan keuangannya. Berikut adalah penyesuaian yang dilakukan pada tahun 2020 atas penerapan PSAK 73 atas sewa terkait dengan nilai dalam laporan posisi keuangan.

Tabel 3. Dampak Penerapan PSAK 73 atas Sewa pada Laporan Posisi Keuangan Tahun 2020

PT Garuda Maintenance Facility Aero Asia Tbk.	
<u>Aset</u>	
Aset hak guna	Rp 522.947.066.196
<u>Liabilitas</u>	
Liabilitas jangka panjang	Rp 46.036.676.989
Liabilitas jangka pendek	476.910.389.207
	<u>Rp 522.947.066.196</u>
PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk.	
<u>Aset</u>	
Aset hak guna	Rp 20.418.000.000.000
<u>Liabilitas</u>	
Liabilitas sewa	Rp 14.260.000.000.000
PT XL Axiata Tbk.	
<u>Aset</u>	
Beban dibayar dimuka	Rp (1.161.487.000.000)
Aset atas kelompok lepasan yang dimiliki untuk dijual	275.745.000.000
Aset tetap	7.456.602.000.000
	<u>Rp 6.570.860.000.000</u>
<u>Liabilitas</u>	
Utang usaha dan utang lain-lain	Rp (259.262.000.000)
Liabilitas terkait kelompok lepasan yang dimiliki untuk dijual	7.052.000.000
Provisi	(7.052.000.000)
Liabilitas sewa	6.830.122.000.000
	<u>Rp 6.570.860.000.000</u>

Di tahun 2020 perusahaan telah menerapkan PSAK 73 sebagai kebijakan atas sewa, hal ini sesuai dengan ketentuan pemberlakuan PSAK 73 secara efektif, yaitu pada 1 Januari 2020. Sehingga analisis atas penerapan PSAK 73 tahun 2020 dilakukan dengan melihat penyesuaian apa saja yang dibuat perusahaan terhadap akun-akun di laporan keuangannya. Pada tabel 3 dapat terlihat bahwa ada perubahan yang terjadi pada akun dalam laporan posisi keuangan. Di ketiga perusahaan dari sisi aset maupun liabilitas semuanya mengalami kenaikan. Dapat dikatakan bahwa penerapan PSAK 73 ini memang mempengaruhi nilai dalam laporan posisi keuangan dilihat dari ketiga perusahaan tersebut melakukan penyesuaian terhadap akun-akun dalam laporan posisi keuangan sebesar nilai yang tertera pada tabel 3 yang nilainya cukup signifikan.

Dampak Penerapan PSAK 73 Pada Laporan Laba Rugi

Tabel 4. Dampak Penerapan PSAK 73 atas Sewa pada Laporan Laba Rugi Tahun 2017-2019

Perubahan Nilai Laba/Rugi Pada Laporan Laba Rugi Jika Diterapkan PSAK 73			
Perusahaan	2017	2018	2019
GMFI	24,23%	48,69%	477,39%
TLKM	(0,42%)	12,39%	9,58%
EXCL	110,56%	12,74%	152,64%

Dalam laporan laba rugi juga muncul perbedaan setelah dihitungnya kapitalisasi sewa atas penerapan PSAK 73. Dihapusnya beban sewa lalu muncul beban penyusutan aset sewa dan beban bunga memunculkan perbedaan pada nilai di laporan laba rugi sebelum dan sesudah penerapan PSAK 73. Terlihat pada tabel 4 perusahaan mengalami kenaikan maupun penurunan laba rugi atas adanya penerapan PSAK 73. Bagi PT Garuda Maintenance Facility Aero Asia Tbk. dan PT XL Axiata Tbk. atas adanya penerapan PSAK 73 perusahaan mengalami kenaikan laba yang cukup tinggi di ketiga tahunnya. Sedangkan PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk. pada tahun 2017 mengalami penurunan laba sebesar 0,42% dan pada dua tahun berikutnya mengalami kenaikan laba sebesar 12,39% dan 9,58%. Secara keseluruhan didapatkan PT Garuda Maintenance Facility Aero Asia Tbk. yang nilai labanya paling terdampak paling tinggi atas penerapan PSAK 73, sebesar 477,39% pada tahun 2019.

Tabel 5. Dampak Penerapan PSAK 73 atas Sewa pada Laporan Laba Rugi Tahun 2020

PT Garuda Maintenance Facility Aero Asia Tbk.		
<u>Beban</u>		
Beban depresiasi	Rp	68.066.691.889
Beban Keuangan atas liabilitas sewa	Rp	58.081.631.904
	Rp	126.148.323.793

Selanjutnya pada tahun 2020 perusahaan juga melakukan penyesuaian terhadap akun-akun terkait laporan laba rugi atas adanya penerapan PSAK 73. Pada penelitian ini hanya PT Garuda Maintenance Facility Aero Asia Tbk. yang memberikan rincian mengenai akun yang mendapat pengaruh karena adanya penerapan PSAK 73 pada laporan keuangannya. Terlihat pada tabel 5 bahwa diakuinya aset hak-guna memunculkan beban penyusutan dan pencatatan liabilitas sewa juga memunculkan beban keuangan atau beban bunga. Penyesuaian yang dilakukan karena penerapan PSAK 73 ini membuat perubahan pada nilai-nilai dalam laporan laba rugi dengan cukup signifikan. Walaupun pada laporan keuangan PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk. dan PT XL Axiata tidak memberikan rincian beban yang muncul atas aset sewa dan liabilitas sewa yang bertambah namun, pada catatan atas laporan keuangannya terdapat penjelasan bahwa nilai yang tercantum pada laporan keuangan termasuk nilai atas penyesuaian dari penerapan PSAK 73.

Dampak Penerapan PSAK 73 Pada Rasio Keuangan

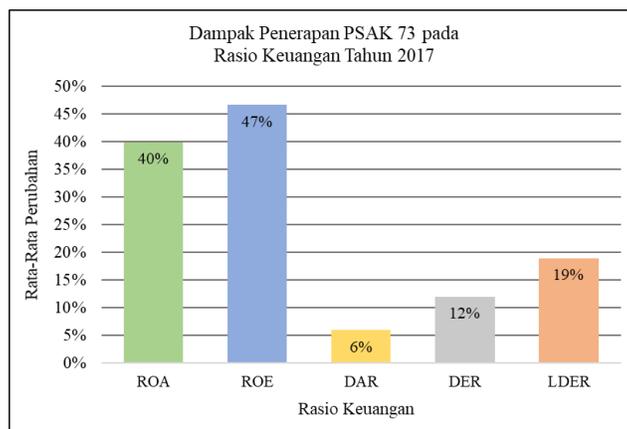
Setelah melihat perbedaan pada laporan keuangan yang terjadi sebelum dan sesudah menerapkan PSAK 73 selanjutnya adalah menganalisis perbedaan nilai-nilai pada laporan keuangan tersebut menggunakan rasio keuangan. Berikut adalah dampak dari penerapan PSAK 73 berupa perubahan yang terjadi pada rasio keuangan:

Tabel 6. Dampak Penerapan PSAK 73 atas Sewa pada Rasio Keuangan

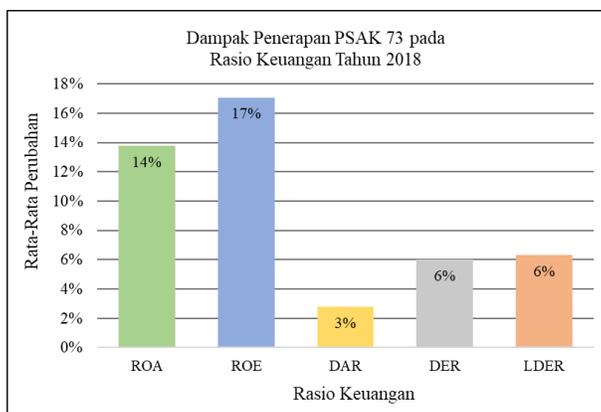
Perubahan Rasio Keuangan Atas Penerapan PSAK 73									
Rasio Keuangan	2017			2018			2019		
	GMFI	TLKM	EXCL	GMFI	TLKM	EXCL	GMFI	TLKM	EXCL
ROA	22%	-8%	105%	47%	9%	-15%	-474%	5%	139%
ROE	25%	2%	113%	49%	14%	-12%	-479%	11%	161%
DAR	3%	13%	2%	1%	6%	2%	1%	7%	4%
DER	5%	25%	6%	3%	10%	5%	2%	14%	13%
LDER	9%	40%	8%	6%	7%	6%	16%	19%	15%

Dapat terlihat pada tabel 6 ada perubahan yang cukup signifikan pada rasio keuangan dari perusahaan sektor infrastruktur atas penerapan PSAK 73. Pada rasio profitabilitas perusahaan ada yang mengalami kenaikan ada juga yang nilainya menurun sedangkan pada rasio *leverage*-nya semua mengalami kenaikan. Dari sisi ROA dan ROE perubahan tertinggi atau perusahaan yang paling terdampak adalah PT XL Axiata Tbk. pada tahun 2017 dan PT Garuda Maintenance Facility Aero Asia Tbk. di tahun 2018 dan 2019. Kemudian dari sisi DAR, DER, dan LDER perubahan tertinggi dialami PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk. di ketiga tahunnya. Dilihat dari sisi rasio *leverage*-nya dapat diartikan bahwa ada kenaikan dalam penggunaan utang sebagai sumber pendanaan dalam mendapatkan aset dan ekuitas dan hal ini juga dapat terlihat dari dampak yang terjadi pada laporan posisi keuangan bahwa terjadi kenaikan pada nilai liabilitas karena munculnya estimasi nilai liabilitas yang belum tercatat atas penerapan PSAK 73. Kenaikan liabilitas ini harus diimbangkan dengan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aset dan ekuitasnya dalam meraih laba agar kinerja perusahaan tetap dalam keadaan baik.

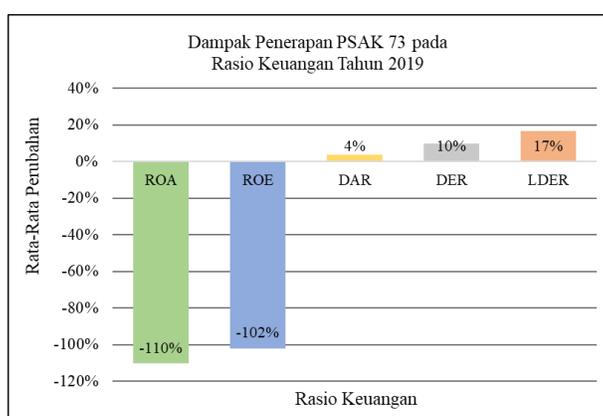
Dari keempat rasio, rata-rata perubahan rasio keuangan pada tahun 2017, 2018, dan 2019 disajikan dalam gambar berikut:



Gambar 1. Grafik Rata-Rata Perubahan Rasio Keuangan Tahun 2017



Gambar 2. Grafik Rata-Rata Perubahan Rasio Keuangan Tahun 2018



Gambar 3. Grafik Rata-Rata Perubahan Rasio Keuangan Tahun 2019

Secara keseluruhan rasio keuangan yang paling terdampak dengan adanya kapitalisasi sewa berdasarkan PSAK 73 pada perusahaan sektor infrastruktur adalah rasio *return on asset* sedangkan yang paling tidak terdampak adalah *debt to asset ratio*. Jika dirata-ratakan dampak penerapan PSAK 73 pada ketiga perusahaan sektor infrastruktur dalam 3 tahun, yaitu ROA mengalami penurunan sebesar 19%, ROE mengalami penurunan sebesar 13%, DAR mengalami kenaikan sebesar 4%, DER mengalami kenaikan sebesar 9%, dan LDER mengalami kenaikan sebesar 14%.

5. PENUTUP

Simpulan

Penerapan PSAK 73 yang menggantikan PSAK 30 karena dirasa kurang tepat dalam mengungkapkan nilai sewa memberikan dampak pada laporan keuangan perusahaan. Pada penelitian ini bertujuan untuk melihat dampak yang terjadi pada laporan keuangan perusahaan sektor infrastruktur atas diterapkannya PSAK 73 atas sewa dari sisi penyewa atau *lessee*. Penelitian dilakukan dengan melihat data keuangan dari laporan posisi keuangan dan laporan laba rugi yang selanjutnya data tersebut digunakan dalam perhitungan kapitalisasi sewa berdasarkan PSAK 73.

Dari hasil perhitungan didapatkan pada laporan posisi keuangan didapatkan perbedaan yang cukup signifikan dari nilai sebelum penerapan PSAK 73 ke nilai setelah penerapan PSAK 73. Didapatkan nilai aset mengalami rata-rata kenaikan sebesar 3,36%, nilai liabilitas mengalami kenaikan dengan rata-rata sebesar 7,72%, dan nilai ekuitas mengalami penurunan dengan rata-rata

sebesar 0,42%. Sedangkan pada laporan laba rugi mengalami kenaikan laba dengan rata-rata sebesar 213,21%. Selain itu, pada laporan posisi keuangan dan laporan laba rugi tahun 2020 juga ditemukan penyesuaian yang dilakukan karena adanya penerapan PSAK 73 atas sewa. Maka dari itu dapat dikatakan penerapan PSAK 73 memberikan dampak yang signifikan terhadap laporan posisi keuangan dan laporan laba rugi perusahaan sektor infrastruktur.

Kemudian dilihat dari rasio keuangannya, pada tahun 2017 dan 2018 rasio *return on equity* mengalami perubahan yang paling tinggi namun, pada 2019 rasio *return on asset* mengalami perubahan yang paling tinggi sedangkan yang paling rendah perubahannya adalah *debt to asset ratio* di setiap tahunnya. Jika dirata-ratakan secara keseluruhan pada sektor infrastruktur ini rasio yang paling terdampak atas penerapan PSAK 73 adalah rasio *return on asset* yang mengalami perubahan sebesar 19% sedangkan rasio yang paling tidak terdampak adalah *debt on asset ratio* yang mengalami perubahan rata-rata sebesar 4%. Dari hasil yang didapatkan atas dampak yang terjadi pada perusahaan dalam menerapkan PSAK 73, perusahaan dapat menentukan kebijakan dan keputusan apa yang harus dilakukan agar dapat mempertahankan kinerja yang baik pada keuangan dalam perusahaan atas perubahan yang terjadi pada laporan keuangannya.

Saran

Penelitian ini masih memiliki kekurangan yang bisa saja mempengaruhi hasil penelitian yaitu, sampel yang didapatkan hanya ada tiga perusahaan dari sektor infrastruktur dikarenakan tidak adanya data komitmen sewa operasi pada laporan keuangan dan kurangnya rincian-rincian data keuangan lainnya yang berhubungan dengan komitmen sewa operasi. Sehingga diharapkan penelitian selanjutnya dapat mengumpulkan data komitmen sewa operasi secara langsung kepada perusahaan terkait dan juga data keuangan lainnya terkait dengan sewa operasi yang benar-benar terjadi pada perusahaan tersebut sehingga hasil penelitian bisa lebih menggambarkan dampak yang terjadi atas penerapan PSAK 73 atas sewa.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (7 Desember, 2020). Statistik Keuangan Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah 2020. <https://www.bps.go.id/> (Diakses pada 9 Januari 2022).
- Baidarus, M. (2020). Infrastruktur Masih Jadi Tumpuan Dongkrak Ekonomi di Tengah Pandemi. Diambil dari <https://news.detik.com/> (Diakses pada 3 Januari 2022).
- Juan, N. E., & Wahyuni, E. T. (2012). *Panduan Praktis Standar Akuntansi Keuangan (Edisi ke-2)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan (Edisi Revisi)*. Depok: Rajawali Pers.
- Kesri, M. M. (2020). Analisis Dampak Implementasi PSAK 73 Tentang Sewa Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Ringkasan Skripsi thesis, STIE YKPN*.
- Kieso, D., Weygandt, J., & Warfield, T. (2014). *Intermediate Accounting: IFRS Edition (2nd Ed.)*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Kieso, D., Weygandt, J., & Warfield, T. (2020). *Intermediate Accounting: IFRS Edition (3rd Ed.)*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Maulana, J., & Satria, M. R. (2021). Kinerja Keuangan Pada Industri Jasa Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019. *Jurnal Pendidikan Akuntansi dan Keuangan*, 9(2), 169–178.
- Munawir, H. S. (2012). *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Liberty.
- Prajanto, A. (2020). Impelementasi PSAK 73 Atas Sewa Terhadap Kinerja Keuangan Pada BUMN Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Auditing (JAKA)*, 1(2), 1–8.
- Rahmawati, S. (2021). Penerapan PSAK 73 Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdapat Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019. *Jurnalku*, 1(1), 15-29.
- Safitri, A., Lestari, U. P., & Nurhayati, I. (2019). Analisis Dampak Penerapan PSAK 73 Atas Sewa Terhadap Kinerja Keuangan Pada Industri Manufaktur, Pertambangan dan Jasa yang Terdaftar di

Bursa Efek Indonesia Tahun 2018. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 10(1), 955–964.
Simorangkir, P. (2018). Implementasi PSAK 16 Pada Entitas Perbankan BUMN. *Equity*, 20(1), 83-96.

Penerapan Tax Amnesty dan Program Pengungkapan Sukarela (Studi Kasus Wajib Pajak Orang Pribadi Pada KKP X)

Luqman Ma'ruf Robbany¹⁾, Lia Ekowati²⁾

¹⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: luqman.ma'rufrobbany.ak18@mhs.w.pnj.ac.id

²⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: lia.ekowati@akuntansi.pnj.ac.id

ABSTRACT

The government held a tax amnesty to improve economic stability, such as the value of the rupiah that continued to strengthen and a surplus of foreign exchange reserves, so that the government was able to finance various needs of the state. Tax Amnesty is implemented in two volumes, namely Tax Amnesty (Volume I) and the Voluntary Disclosure Program (Volume II). The purpose of this study is to explain the application of Tax Amnesty volumes I and II for individual taxpayers. The research method used is descriptive qualitative with a case study approach of two individual taxpayers. Data collection techniques used are in-depth interviews, observation and document review. The results show that both taxpayers have followed the two tax amnesty facilities. Taxpayers are not subject to sanctions because they have implemented Tax Amnesty and PPS in accordance with the provisions and paid taxes in accordance with the applicable rates.

Keywords: Tax Amnesty, Voluntary Disclosure Program, Tax.

ABSTRAK

Pemerintah mengadakan pengampunan pajak untuk meningkatkan stabilitas ekonomi seperti nilai rupiah yang terus menguat dan surplus cadangan devisa, sehingga pemerintah mampu membiayai berbagai macam kebutuhan negara. Pengampunan Pajak dilaksanakan dalam dua jilid, yaitu *Tax Amnesty* (Jilid I) dan Program Pengungkapan Sukarela (Jilid II). Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menjelaskan penerapan Pengampunan Pajak jilid I dan II bagi wajib pajak orang pribadi. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus dua wajib pajak orang pribadi. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara mendalam, observasi dan telaah dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua wajib pajak telah mengikuti kedua fasilitas pengampunan pajak. Wajib pajak tidak dikenakan sanksi karena telah menerapkan *Tax Amnesty* dan PPS sesuai dengan ketentuan dan membayar pajak sesuai dengan tarif yang berlaku.

Kata-Kata Kunci: Pengampunan Pajak, *Tax Amnesty*, Program Pengungkapan Sukarela, Pajak.

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pajak merupakan jenis pungutan negara yang bersifat wajib kepada orang pribadi maupun badan atau perusahaan. Salah satu upaya dalam meningkatkan kesadaran perpajakan dengan diadakannya fasilitas pengampunan pajak. Pemerintah mengadakan pengampunan pajak dengan tujuan untuk meningkatkan stabilitas ekonomi seperti nilai rupiah yang terus menguat dan surplus cadangan devisa, sehingga pemerintah mampu membiayai berbagai macam kebutuhan negara. Pengampunan pajak meliputi penghapusan pajak yang seharusnya terutang, penghapusan sanksi administrasi dan pidana dalam perpajakan dengan mengungkapkan harta serta membayar uang tebusan.

Pengampunan pajak dibagi menjadi dua jilid, yaitu jilid pertama disebut dengan Tax Amnesty, dan jilid kedua bernama Program Pengungkapan Sukarela (PPS). Jilid pertama atau Tax Amnesty dilaksanakan dari 1 Juli 2016 sampai 31 Maret 2017. Jumlah yang terkumpul dari Tax Amnesty mencapai Rp 4.884 triliun dengan uang tebusan mencapai Rp 114 triliun. Target penerimaan Tax Amnesty secara deklarasi dapat dikatakan berhasil karena target melebihi Rp 4.000 triliun, namun kondisi uang tebusan dan repatriasi Tax Amnesty dianggap gagal karena tidak mencapai target. Minimnya angka kepatuhan wajib pajak membuat pemerintah mengkaji ulang mengenai pengampunan pajak dengan kondisi lain yaitu adanya wabah pandemi.

Pada tanggal 29 Oktober 2021 di Jakarta, pemerintah mengeluarkan UU No. 7 Tahun 2021 yang memiliki enam ruang lingkup pengaturan, yakni Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (KUP), Pajak Penghasilan (PPH), Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Program Pengungkapan Sukarela (PPS), pajak karbon, serta cukai. Dalam UU HPP dijelaskan terdapat program pengampunan pajak jilid dua yang disebut dengan Program Pengungkapan Sukarela (PPS). Perubahan program tersebut terdapat dalam skema kebijakan dan tarif yang dikenakan. PPS diberlakukan sejak 1 Januari 2022 hingga 30 Juni 2022.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan data Direktorat Jenderal Pajak 2017 (DJP) pengampunan pajak jilid pertama (Tax Amnesty) dinilai kurang berhasil karena partisipasi wajib pajak kurang dari target yang telah ditentukan. Pada tahun 2022, pemerintah mengeluarkan kembali kebijakan Tax Amnesty dengan ketentuan dan istilah baru yang disebut dengan Program Pengungkapan Sukarela (PPS). PPS memiliki dua skema. Dalam skema kedua, ditujukan untuk WPOP yang memiliki perolehan aset pada tahun 2016 sampai tahun 2020. WPOP akan mendapatkan dampak atas penerapan kedua fasilitas Tax Amnesty dan PPS. Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini berfokus kepada WPOP dengan memberikan gambaran mengenai penerapan fasilitas *Tax Amnesty* dan PPS atas WPOP serta dampak dari penerapan kedua kebijakan tersebut.

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan penerapan fasilitas pengampunan pajak jilid I (*Tax Amnesty*) dan jilid II (Program Pengungkapan Sukarela) oleh wajib pajak orang pribadi di KPP X sesuai ketentuan perpajakan yang berlaku.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pajak

2.1.1 Pengertian Pajak

Menurut UU No. 28 Tahun 2007, pajak merupakan kontribusi wajib yang terutang kepada negara dikenakan atas orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung. Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pajak merupakan kontribusi wajib yang bersifat memaksa yang dibayar oleh orang pribadi dan badan

untuk kebutuhan negara dan kemakmuran rakyat. Wajib pajak dibedakan menjadi dua, yaitu wajib pajak orang pribadi (WPOP) dan wajib pajak badan.

2.1.2 Fungsi Pajak

Berikut merupakan fungsi pajak:

1. Fungsi Anggaran (Budgetair)

Pajak merupakan sumber pendapatan negara, sehingga digunakan untuk membiayai pengeluaran negara, baik secara rutin ataupun pembangunan.

2. Fungsi Pengatur (Regularend)

Dalam fungsi pajak sebagai pengatur, pemerintah dapat mengatur pertumbuhan ekonomi melalui kebijakan perpajakan dalam mencapai tujuan.

2.1.3 Sistem Pemungutan Pajak

Dalam perpajakan terdapat sistem pemungutan perpajakan, yaitu mekanisme bagaimana perpajakan diberlakukan dengan mengatur hak dan kewajiban perpajakan bagi wajib pajak. Sistem pemungutan pajak diantaranya yaitu *Self-Assessment System*; *Official Assessment System*; *Withholding Tax System*.

2.1.4 Pembayaran, Pelaporan, dan Sanksi Perpajakan

Pajak yang terutang dibayar ke kas negara melalui bank atau kantor pos menggunakan Surat Setoran Pajak (SSP). Apabila wajib pajak tidak membayar ataupun terlambat dalam melakukan pembayaran, maka akan dikenakan sanksi administrasi berupa bunga. Wajib pajak yang melaporkan perhitungan atau pembayaran pajak menggunakan Surat Pemberitahuan (SPT). Wajib pajak akan dikenakan sanksi apabila tidak menyampaikan pajak berupa sanksi administrasi dan sanksi pidana.

2.2 Pengampunan Pajak

2.2.1 Pengertian Pengampunan Pajak

Pengampunan Pajak merupakan kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah Republik Indonesia berupa penghapusan pajak yang seharusnya terutang kepada wajib pajak dalam negeri dengan tidak dikenai sanksi administrasi perpajakan dan sanksi pidana di bidang perpajakan. Pemerintah telah mengeluarkan dua periode pengampunan pajak, yaitu jilid pertama dengan sebutan Tax Amnesty dan jilid kedua dengan sebutan Program Pengungkapan Sukarela (PPS).

2.2.2 Tujuan Pengampunan Pajak

Tujuan pengampunan pajak terdiri dari:

1. Mempercepat pertumbuhan dan restrukturisasi ekonomi melalui pengalihan Harta, yang akan berdampak terhadap peningkatan likuiditas domestik, perbaikan nilai tukar Rupiah, penurunan suku bunga, dan peningkatan investasi.
2. Mendorong reformasi perpajakan menuju sistem perpajakan yang lebih berkeadilan serta perluasan basis data perpajakan yang lebih valid, komprehensif, dan terintegrasi; dan
3. Meningkatkan penerimaan pajak, yang antara lain akan digunakan untuk pembiayaan pembangunan.

2.2.3 Subjek dan Objek Pengampunan Pajak

Pada pengampunan pajak jilid I terdapat kriteria Wajib Pajak yang memiliki hak untuk mendapatkan Pengampunan Pajak, yaitu Setiap Wajib Pajak yang mempunyai kewajiban Surat Pemberitahuan Tahunan Pajak Penghasilan, kecuali wajib pajak yang sedang:

1. Dilakukan penyidikan dan berkas penyidikannya telah dinyatakan lengkap oleh Kejaksaan;
2. Dalam proses peradilan; atau
3. Menjalani hukuman pidana di bidang perpajakan;

Sedangkan dalam pengampunan pajak jilid II, subjek pengampunan pajak sebagai dasar kebijakan terbaru yang terdiri dari dua kebijakan, sebagai berikut:

1. Skema pertama, yaitu Wajib pajak orang pribadi dan badan peserta tax amnesty jilid I, dengan basis aset per 31 Desember 2015 belum diungkapkan pada tax amnesty jilid I
2. Skema kedua, yaitu wajib pajak orang pribadi, dengan basis aset dari 2016 hingga 2020 yang belum dilaporkan pada SPT 2020.

Sedangkan Objek Pengampunan Pajak, yaitu:

1. Pengampunan Pajak diberikan kepada Wajib Pajak melalui pengungkapan Harta yang dimilikinya dalam Surat Pernyataan.
2. Pengampunan Pajak meliputi pengampunan atas kewajiban perpajakan sampai dengan akhir Tahun Pajak Terakhir, yang belum atau belum sepenuhnya diselesaikan oleh Wajib Pajak, yang terdiri dari:
 - a. Pajak Penghasilan; dan
 - b. Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atau PPN dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM).

2.2.4 Fasilitas Pengampunan Pajak

fasilitas Pengampunan Pajak adalah sebagai berikut:

1. Penghapusan pajak terutang yang belum diterbitkan ketetapan pajak, tidak dikenai sanksi administrasi perpajakan, dan tidak dikenai sanksi pidana di bidang perpajakan;
2. Penghapusan sanksi administrasi perpajakan berupa bunga, atau denda, untuk kewajiban perpajakan dalam masa pajak, bagian Tahun Pajak, dan Tahun Pajak, sampai dengan akhir Tahun Pajak Terakhir yang berkaitan dengan kewajiban perpajakan PPh dan PPn atau PPnBM;
3. Tidak dilakukan pemeriksaan pajak; dan
4. Penghentian pemeriksaan pajak

2.2.5 Tarif Pengampunan Pajak

Menurut UU No 11 Tahun 2016 Tentang Pengampunan Pajak, pemberlakuan Tax Amnesty jilid pertama memiliki skema tarif pengampunan pajak adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Tarif Pengampunan Pajak Jilid I (*Tax Amnesty*)

	Periode I 1Juli -30September2016	Periode II 1Oktober-31Desember 2016	Periode III 1Januari-31maret2017
Harta yang berada didalam negeri atau luar negeri diinvestasikan di Indonesia selama tiga tahun	Tarif 2%	Tarif 3%	Tarif 5%
Harta yang berada di luar negeri tidak dialihkan ke dalam negeri	Tarif 4%	Tarif 6%	Tarif 10%
Wajib Pajak UMKM	<ul style="list-style-type: none"> • Mengungkapkan nilai harta dari 4,8 milyar sampai dengan Rp 10 milyar dalam surat pernyataan dikenai tarif 0,5% • Mengungkapkan nilai harta lebih dari 10 milyar dalam surat pernyataan untuk periode bulan pertama sampai 31 maret 2017, dikenai tarif 2% 		

Sumber: DJP, data diolah

Pengampunan pajak jilid II (Program Pengungkapan Sukarela) mengacu kepada Undang-undang Harmonisasi Peraturan perpajakan (UU HPP) dengan dua skema tarif sebagai berikut:

Skema pertama yaitu wajib pajak orang pribadi dan wajib pajak badan dengan basis asset dari 1 Januari 1985 sampai 31 Desember 2015 dengan catatan pada saat tax amnesty jilid I kurang atau belum diungkapkan.

Tabel 2. Tarif Pengampunan Pajak Jilid II Skema Pertama

Untuk asset LN repatriasi dan asset dalam Negeri	Untuk deklarasi Luar Negeri	Untuk asset LN repatriasi dan asset dalam negeri yang diinvestasikan dalam SBN/hilirisasi/renewable energi
8%	11%	6%

Sumber: DJP, data diolah

Skema kedua, yaitu wajib pajak orang pribadi dengan basis asset perolehan 1 Januari 2016 sampai 31 Desember 2020 yang kurang atau belum dilaporkan dalam SPT tahunan 2020.

Tabel 3. Tarif Pengampunan Pajak Jilid II Skema Kedua

Untuk asset LN repatriasi dan asset dalam Negeri	Untuk deklarasi Luar Negeri	Untuk asset LN repatriasi dan asset dalam negeri yang diinvestasikan dalam SBN/hilirisasi/renewable energi
14%	18%	12%

Sumber: DJP, data diolah

2.2.6 Akuntansi Aset dan Liabilitas Pengampunan Pajak

PSAK 70 tentang Akuntansi Aset dan Liabilitas Pengampunan Pajak, bertujuan untuk mengatur perlakuan akuntansi atas aset dan liabilitas yang timbul dari pengampunan pajak. Untuk pengukuran saat pengakuan awal PSAK 70 memberikan penjelasan sebagai berikut:

1. Aset pengampunan pajak diukur sebesar biaya perolehan aset pengampunan pajak.
2. Liabilitas pengampunan pajak diukur sebesar kewajiban konstaktual untuk menyerahkan kas atau setara kas untuk menyelesaikan kewajiban yang berkaitan langsung dengan perolehan aset pengampunan pajak.
3. Entitas mengakui selisih antara aset pengampunan pajak dan liabilitas pengampunan pajak di ekuitas dalam pos tambahan modal disetor. Jumlah tersebut tidak dapat diakui sebagai laba rugi direalisasi maupun direklasifikasi ke saldo laba.
4. Entitas mengakui uang tebusan yang dibayarkan dalam rugi laba pada periode surat pernyataan harta disampaikan.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Objek Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif, karena menggunakan data perusahaan yang memiliki wajib pajak orang pribadi yang telah melaksanakan pengampunan pajak. Hasil dari penelitian akan diperoleh gambaran mengenai penerapan kebijakan dan kesimpulan yang diinterpretasi secara naratif. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus. Studi kasus yang diambil yaitu klien dari Kantor Konsultan Pajak X (KKP X) yang telah menerapkan pengampunan pajak dan program pengungkapan sukarela. Peneliti memilih KKP X sebagai studi kasus penelitian dengan objek penelitian wajib pajak orang pribadi X.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan perolehan sumbernya, penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Sumber data primer diperoleh berupa wawancara dengan wajib pajak orang pribadi. Data sekunder diperoleh berupa laporan keuangan dan SPT Tahunan yang telah diolah oleh KKP X.

3.3 Metode Analisis Data

Analisis data merupakan proses pengolahan data yang bertujuan untuk menafsirkan makna dan nilai yang terkandung dalam data. Tahapan analisis data dalam penelitian ini terdiri dari empat tahapan yaitu:

1. Pengumpulan data, berupa memilah wajib pajak orang pribadi yang telah menerapkan fasilitas *Tax Amnesty* dan Program Pengungkapan Sukarela.
2. Reduksi data, berupa memilah informasi yang telah dikelompokkan berdasarkan relevansi terhadap topik penelitian.
3. Penyajian data, yaitu berbentuk narasi, tabel, gambar atau grafik yang telah diolah. Penyajian data dalam penelitian ini berupa data dari WPOP dan analisis dampak dari penerapan *Tax Amnesty* dan PPS.
4. Kesimpulan, yaitu hasil analisis dari penerapan *Tax Amnesty* dan PPS pada WPOP sehingga dapat ditarik kesimpulan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Profil Responden

Penelitian ini hanya mengambil dua wajib pajak orang pribadi sebagai responden yaitu NS dan FT. Wajib pajak NS merupakan seorang komisaris yang berdomisili di Bekasi, sedangkan wajib pajak FT menerima pendapatan dari usaha kontrakan dan menetap di Jakarta. Baik wajib pajak NS dan wajib pajak FT telah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan menggunakan jasa Kantor Konsultan Pajak (KKP) X untuk menghitung dan melaporkan pajak. Wajib pajak NS dan wajib pajak FT telah memutuskan untuk mengikuti kedua fasilitas Pengampunan Pajak. Kedua wajib pajak mengikuti fasilitas Pengampunan Pajak pertama (TA) pada periode pertama yaitu antara Juli 2016 sampai 30 September 2016. Sementara itu, fasilitas Pengampunan Pajak kedua atau Program Pengungkapan Sukarela (PPS) terdiri dari dua kebijakan dengan tarif yang berbeda. Wajib pajak FT menerapkan skema pertama sedangkan wajib pajak NS menerapkan skema kedua.

4.1.2 Penerapan Fasilitas Pengampunan Pajak Jilid I (Tax Amnesty) oleh WPOP

Pada saat pemanfaatan fasilitas Pengampunan Pajak pertama (TA), wajib pajak NS dikenakan tarif 2% atas harta di dalam wilayah NKRI dan 4% atas harta di luar wilayah NKRI. Harta di dalam wilayah NKRI yang dimiliki oleh wajib pajak NS berjumlah Rp 21.777.774.045 dan harta di luar wilayah NKRI sebesar Rp 10.149.226.963. Sehingga didapatkan total uang tebusan yang harus dibayar wajib pajak NS adalah sebesar Rp 841.524.559. Apabila wajib pajak NS tidak menerapkan fasilitas TA, maka tarif progresif Wajib Pajak Orang Pribadi akan dikenakan atas harta di dalam NKRI dan di luar NKRI. Total harta yang sebesar Rp 31.927.001.008 menyebabkan wajib pajak NS harus melunasi PPh terutang sebesar Rp 9.523.100.302.

Di lain sisi, wajib pajak FT dikenakan tarif 0.5% atas harta di dalam wilayah NKRI yang sebesar Rp 7.856.282.199. Maka dari itu, total uang tebusan yang terutang adalah Rp 39.281.411. Namun, apabila wajib pajak FT memutuskan untuk tidak menerapkan fasilitas TA, maka harta di dalam wilayah NKRI tersebut akan dikenakan tarif progresif sehingga didapatkan PPh terutang sebesar Rp 2.301.884.660.

4.1.3 Penerapan Fasilitas Pengampunan Pajak Jilid II (Program Pengungkapan Sukarela) oleh WPOP

Wajib pajak NS memanfaatkan kebijakan 2 dari PPS dikarenakan harta yang belum dilaporkan merupakan harta perolehan pada tahun 2020 dan dikenakan tarif 14% atas harta di dalam wilayah NKRI. Sehingga, didapatkan total uang tebusan sebesar Rp 13.937.280. Tetapi, apabila wajib pajak NS memutuskan untuk tidak mengikuti PPS, maka atas harta di dalam wilayah NKRI tersebut dikenakan tarif 30% beserta sanksi administrasi pajak bunga sebesar 1.82% sehingga total PPh terutang beserta sanksi adalah Rp 36.388.247.

Lalu wajib pajak FT menggunakan kebijakan 1 PPS atas harta di dalam wilayah NKRI yang diperoleh pada tahun 2015. Sehingga atas harta tersebut dikenakan tarif 8% dan didapatkan total uang tebusan Rp 494.560.000. Jika wajib pajak FT memilih untuk tidak menerapkan PPS, maka dikenakan tarif 30% atas nilai harta tersebut dan sanksi administrasi pajak sebesar 200% sehingga jumlah pajak terutang beserta sanksi yang harus dilunasi sebesar Rp 5.563.800.000.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Penerapan Fasilitas Pengampunan Pajak Jilid II (Tax Amnesty) oleh WPOP

Diketahui bahwa baik wajib pajak NS dan wajib pajak FT belum sepenuhnya mengungkapkan seluruh harta yang dimiliki hingga tahun 2015. Wajib pajak NS menjelaskan bahwa harta yang belum dilaporkan karena baru diperoleh pada tahun 2015, sedangkan wajib pajak FT menerangkan bahwa alasan belum melaporkan harta-harta tersebut dikarenakan wajib pajak FT yang belum siap untuk membayar dan bertanggungjawab atas pajak terutang. Berikut harta yang telah dilaporkan dalam SPT PPh tahun pajak 2015 oleh wajib pajak NS dan wajib pajak FT kepada KKP X:

Tabel 4. Harta yang dilaporkan dalam SPT PPh Tahun 2015

Nama Harta	Nilai yang dilaporkan dalam SPT PPh 2015	
	NS	FT
Deposito	Rp 12.100.000.000	Rp -
Rumah	Rp 250.000.000	Rp -
Peralatan Elektronik	Rp 50.000.000	Rp -
Saham	Rp 14.250.000	Rp -
Rumah di XX	Rp 3.500.000.000	Rp -
Perhiasan	Rp 50.000.000	Rp -
Mobil	Rp 640.000.000	Rp -
Tanah dan/atau bangunan tempat tinggal	Rp 2.654.050.000	Rp 14.500.000
Tabungan	Rp 1.990.000.000	Rp -
Uang Tunai	Rp 36.000.000	Rp -
Rumah	Rp 1.237.104.000	Rp -
Total Jumlah	Rp 22.521.404.000	Rp 14.500.000

Sumber: KKP X, Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas, wajib pajak NS dan wajib pajak FT telah melaporkan harta melalui SPT PPh tahun pajak 2015 masing-masing sebesar Rp 22.521.404.000 dan Rp 14.500.000. Berikut harta-harta yang belum dilaporkan oleh kedua wajib pajak sampai SPT PPh tahun pajak 2015 yang meliputi harta baik di dalam maupun di luar wilayah NKRI.

Tabel 5. Harta bersih yang berada di dalam wilayah NKRI yang belum dilaporkan

Nama Harta	Nilai yang dilaporkan dalam SPT PPh 2015	
	NS	FT
Tanah dan/atau bangunan tempat tinggal	Rp 8.512.004.000	Rp 4.000.000.000
Tabungan	Rp 12.662.055.669	Rp 553.282.199
Asuransi	Rp 603.714.376	Rp 3.303.000.000
Total Jumlah	Rp 21.777.774.045	Rp 7.856.282.199

Sumber: KKP X, Data diolah (2022)

Tabel 6. Harta bersih yang berada di luar wilayah NKRI yang belum dilaporkan

Nama Harta	Nilai yang dilaporkan dalam SPT PPh 2015	
	NS	FT
Tanah dan/atau bangunan tempat tinggal	Rp 9.535.426.963	Rp -
Tabungan	Rp 613.800.000	Rp -
Reksadana	Rp -	Rp -
Total Jumlah	Rp 10.149.226.963	Rp -

Sumber: KKP X, Data diolah (2022)

Setelah harta yang belum dilaporkan oleh masing-masing wajib pajak dijabarkan, maka sesuai dengan PMK RI No. 118/PMK.03/2016 tentang Pelaksanaan Pengampunan Pajak, maka nilai harta bersih tersebut dijadikan sebagai dasar pengenaan uang tebusan. Uang tebusan tersebut akan dikenakan tarif yang sesuai dengan periode fasilitas Pengampunan Pajak yang diikuti oleh masing-masing wajib pajak. Berdasarkan peraturan tarif tersebut, wajib pajak NS dikenakan tarif 2% untuk harta di dalam negeri dan 4% untuk harta di luar negeri yang tidak dialihkan ke dalam negeri. Sementara itu, wajib pajak FT dikenakan tarif 0,5% dikarenakan memiliki peredaran usaha sampai dengan Rp 4.800.000.000 dengan nilai harta di bawah Rp 10.000.000.000 yaitu Rp 7.856.282.199.

Tabel 7. Perhitungan uang tebusan WPOP saat Fasilitas TA

Uang Tebusan Wajib Pajak Orang Pribadi NS			
Harta di Dalam Wilayah NKRI	: 2% x Rp 21.777.774.045	: Rp	435.555.481
Harta di Luar Wilayah NKRI	: 4% x Rp 10.149.226.963	: Rp	405.969.079
		Rp	841.524.559
Uang Tebusan Wajib Pajak Orang Pribadi FT			
Harta di Dalam Wilayah NKRI	: 0.5% x Rp 7.856.282.199	: Rp	39.281.411
		Rp	39.281.411

Sumber: KKP X, Data diolah (2022)

Apabila DJP menemukan adanya harta wajib pajak yang diperoleh sejak 1 Januari 1985 sampai 31 Desember 2015 yang belum dilaporkan dalam SPT Tahunan PPh, maka harta tersebut akan dianggap sebagai penghasilan tambahan yang diterima atau diperoleh wajib pajak yang tidak mengikuti fasilitas TA. Penghasilan tambahan tersebut akan dikenai sanksi sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku dan PPh kurang bayar akan diakui. PPh kurang bayar tersebut kemudian akan dikenakan sanksi administrasi berupa bunga sebesar 2% per bulan maksimum 24 bulan sehingga sanksi administrasi yang dikenakan maksimum 48%. Apabila tidak memanfaatkan fasilitas TA, maka berikut adalah perhitungan PPh wajib pajak NS dan wajib pajak FT beserta denda masing-masing wajib pajak orang pribadi.

Tabel 8. Perhitungan Tarif Progresif Wajib Pajak Orang Pribadi

Perhitungan Tarif Progresif Wajib Pajak Orang Pribadi NS			
Harta di Dalam Wilayah NKRI	:	Rp	21.777.774.045
Harta di Luar Wilayah NKRI	:	Rp	10.149.226.963
Total Harta	:	Rp	31.927.001.008
5%	x Rp	50.000.000	: Rp 2.500.000
15%	x Rp	200.000.000	: Rp 30.000.000
25%	x Rp	250.000.000	: Rp 62.500.000
30%	x Rp	31.427.001.008	: Rp 9.428.100.302
Total PPh Terutang			Rp 9.523.100.302

Perhitungan Tarif Progresif Wajib Pajak Orang Pribadi FT			
Harta di Dalam Wilayah NKRI	:	Rp	7.856.282.199
Harta di Luar Wilayah NKRI	:	Rp	-
Total Harta	:	Rp	7.856.282.199
5%	x Rp	50.000.000	: Rp 2.500.000
15%	x Rp	200.000.000	: Rp 30.000.000
25%	x Rp	250.000.000	: Rp 62.500.000
30%	x Rp	7.356.282.199	: Rp 2.206.884.660
Total PPh Terutang			Rp 2.301.884.660

Sumber: KKP X, Data diolah (2022)

Tabel 9. Perhitungan Denda Wajib Pajak Orang Pribadi

Perhitungan Denda Wajib Pajak Orang Pribadi NS			
Total denda atas PPh Terutang	:	Rp 9.523.100.302 x 2%	: Rp 190.462.006

Perhitungan Denda Wajib Pajak Orang Pribadi FT			
Total denda atas PPh Terutang	:	Rp 2.301.884.660 x 2%	: Rp 46.037.693

Sumber: KKP X, Data diolah (2022)

4.2.2 Penerapan Fasilitas Pengampunan Pajak Jilid II (Program Pengungkapan Sukarela) oleh WPOP

Berikut harta yang telah dilaporkan dalam SPT PPh tahun pajak 2021 oleh wajib pajak NS dan wajib pajak FT kepada KKP X.

Tabel 10. Harta yang dilaporkan dalam SPT PPh Tahun 2021

Nama Harta	Nilai yang dilaporkan dalam SPT PPh 2021	
	NS	FT
Deposito	Rp 12.394.663.099	Rp -
Peralatan	Rp 1.000.000.000	Rp -
Harta bergerak lainnya	Rp 2.832.000.000	Rp -
Motor	Rp 14.000.000	Rp -
Tanah dan/atau bangunan tempat tinggal	Rp 27.423.692.875	Rp 4.014.500.000
Tabungan	Rp 2.373.520.273	Rp 142.905.707
Uang Tunai	Rp 881.218.408	Rp -
Investasi lainnya	Rp 8.204.094.655	Rp -
Asuransi	Rp -	Rp 3.903.000.000
Total Jumlah	Rp 55.123.189.310	Rp 8.060.405.707

Sumber: KKP X, Data diolah (2022)

Berikut harta-harta yang belum dilaporkan oleh kedua wajib pajak sampai SPT PPh tahun pajak 2021 yang meliputi harta di dalam wilayah NKRI.

Tabel 11. Harta bersih yang berada di dalam wilayah NKRI yang belum dilaporkan

Nama Harta	Nilai yang dilaporkan dalam SPT PPh 2021	
	NS	FT
Emas Logam	Rp 99.552.000	Rp -
Reksadana	Rp -	Rp 6.182.000.000
Total Jumlah	Rp 99.552.000	Rp 6.182.000.000

Sumber: KKP X, Data diolah (2022)

Sesuai dengan penjelasan sebelumnya, wajib pajak NS dan wajib pajak FT telah mengikuti fasilitas TA pada periode 1, sehingga uang tebusan masing-masing wajib pajak dapat dihitung sebagai berikut:

Tabel 12. Perhitungan Uang Tebusan Wajib Pajak Orang Pribadi

Uang Tebusan Wajib Pajak Orang Pribadi NS			
Harta di Dalam Wilayah NKRI	: 14% x Rp 99.552.000	: Rp	13.937.280
		Rp	13.937.280
Uang Tebusan Wajib Pajak Orang Pribadi FT			
Harta di Dalam Wilayah NKRI	: 8% x Rp 6.182.000.000	: Rp	494.560.000
		Rp	494.560.000

Sumber: KKP X, Data diolah (2022)

Apabila DJP menemukan adanya harta wajib pajak yang diperoleh sejak 1 Januari 1985 sampai 30 Juni 2022 yang belum dilaporkan dalam SPT Tahunan PPh, maka harta tersebut akan dianggap sebagai penghasilan tambahan yang diterima atau diperoleh wajib pajak yang tidak mengikuti fasilitas PPS.

Tabel 13. Perhitungan Apabila Wajib Pajak Tidak Mengikuti PPS

Wajib Pajak Orang Pribadi NS			
Pajak yang terutang	: 30% x Rp 99.552.000	: Rp	29.865.600
Sanksi administrasi pajak bunga	: 1.82% x 12 x Rp 29.865.000	: Rp	6.522.647
		Rp	36.388.247
Wajib Pajak Orang Pribadi FT			
Pajak yang terutang	: 30% x Rp 6.182.000.000	: Rp	1.854.600.000
Sanksi administrasi pajak kenaikan	: 200% x Rp 1.854.600.000	: Rp	3.709.200.000
		Rp	5.563.800.000

Sumber: KKP X, Data diolah (2022)

5. KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian yang telah dijabarkan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa

1. Sebelum adanya penerapan fasilitas Pengampunan Pajak pertama (TA), total pajak yang harus dibayar oleh wajib pajak NS dan wajib pajak FT sebesar Rp 9.523.100.302 dan Rp 2.301.884.660. Namun, setelah dilakukannya penerapan fasilitas TA, maka wajib pajak NS dan wajib pajak FT hanya perlu membayar total uang tebusan masing-masing Rp 841.524.559 dan Rp 39.281.411.
2. Dikarenakan masih adanya harta yang belum diungkapkan oleh wajib pajak NS dan wajib pajak FT, maka kedua wajib pajak tersebut dapat memanfaatkan fasilitas Pengampunan Pajak kedua (PPS). Dalam PPS, wajib pajak FT dikenakan kebijakan 1 dengan total uang tebusan sebesar Rp 494.560.000 sedangkan wajib pajak NS menggunakan kebijakan 2 dengan total uang tebusan sebesar Rp 13.937.280. Walaupun seperti itu, apabila baik wajib pajak NS maupun wajib pajak FT memutuskan untuk tidak menerapkan fasilitas PPS maka kedua wajib pajak tersebut harus membayar pajak terutang beserta sanksi masing-masing sebesar Rp 36.388.247 dan Rp 5.069.240.000.

6. KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini masih sebatas perhitungan atas penerapan fasilitas *Tax Amnesty* dan PPS bagi WPOP yang tidak terlalu kompleks. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat meneliti WP Badan yang memiliki perhitungan lebih kompleks dalam menerapkan fasilitas *Tax Amnesty* dan PPS.

7. DAFTAR PUSTAKA

Hartati, Neneng. (2015). Pengantar Perpajakan. CV Pustaka Setia.

Gumanti, T. A., Moeljadi, & Utami, E. S. (2018). Metode Penelitian Keuangan (1st ed.). Mitra Wacana Media.

Hidayat, W. W. (2018). Dasar-Dasar Analisa Laporan Keuangan. Uwais Inspirasi Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=FIIDwAAQBAJ> Ikatan Akuntan Indonesia (IAI). (2020). Modul Pelatihan Pajak Terapan Brevet AB.

Ispriyarso, B. (2019). Keberhasilan Kebijakan Pengampunan Pajak (Tax Amnesty) di Indonesia. *Administrative Law & Governance Journal*, 2(1), 47–59.

Jafnika, H. (2019). Tax Amnesty dalam Perspektif Hukum Perpajakan Indonesia Ditinjau Dari Undang-Undang No 11 Tahun 2016 Tentang Pengampunan Pajak Di Indonesia. *PETITA*, 6(1).

Karnedi, Nahdah Fistra, Hidayatullah, Amir, (2019). Pengaruh Kesadaran Perpajakan, Sanksi Pajak dan Tax Amnesty Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Profita: Komunikasi Ilmiah Akuntansi dan Perpajakan*

Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2020). Amnesti Pajak. <https://kemenkeu.go.id/single-page/amnesti-pajak/>

Kementerian Keuangan Republik Indonesia. 2016. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2016 Tentang Pengampunan Pajak

- Kementerian Sekretariat Negara. 2007. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan. Jakarta.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). Analisis data kualitatif. Jakarta: UI press
- Nuridin, E., Awaluddin, I., & Rahmawati, U. (2019). Analisis Kebijakan Tax Amnesty Atas Laporan Keuangan PT. XYZ. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 4(2).
- Oktapiani, S. (2020). Pengaruh Good Corporate Governance dan Tax Amnesty Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 5(1), 4–10.
- Poernomo, D. (2015). *Usaha Mikro Batik Madura*. Griya Pandiva.
<https://books.google.co.id/books?id=-tXBDwAAQBAJ>
- Pohan, C. A. (2017). *Pembahasan Komprehensif Perpajakan Indonesia Teori dan Kasus* (2nd ed.). Mitra Wacana Media.
- Prabandaru, Ageng (2020). Pajak Pribadi. Wajib Pajak Pribadi:Ketentuan dan Kewajiban Perpajakannya https://klikpajak.id/blog/wajib-pajak-pribadi-ketentuan-dan-kewajiban-perpajakannya/#Pengertian_Wajib_Pajak_Pribadi
- Prihadi, T. (2019). *Analisis Laporan Keuangan*. Gramedia Pustaka Utama.
- Resmi, Siti. (2009). *Perpajakan, Teori dan Kasus*. Yogyakarta: Salemba Empat.
- Salsabila, Najla Ulfah (2018). *Pengaruh Religiusitas, Nasionalisme, Kepercayaan Pada Otoritas, dan Tax Amnesty Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi*. Skripsi UII. Yogyakarta
- Sekaran, U., & Bougie, R. J. (2017). *Research Methods for Business*. John Wiley & Sons, Limited. https://books.google.co.id/books?id=-87_MAAACAAJ
- Setiadi, (2022). Harmonisasi UU HPP Perpajakan Indonesia Dengan Tax Center Jilid II. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi Unsurya*. Vol. 7, No. 1, Januari 2022
- Sumarsan, T. (2017). *Perpajakan Indonesia* (Kelima). Indeks, Jakarta.
- Surbakti, J., & Ahmar, N. (2019). Dampak Implementasi Standar Akuntansi Pengampunan Pajak (Tax Amnesty) Terhadap Kinerja Keuangan dan Return Saham. *Jurnal Inovasi Manajemen Ekonomi Dan Akutansi*, 1(2), 215–226.
- Suryani, N. K., & Foeh, J. (2018). *Kinerja Organisasi*. Deepublish.
<https://books.google.co.id/books?id=itV5DwAAQBAJ>
- Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian Populer & Praktis* (1st ed.). Rajawali Pers.

Analisis Kinerja Keuangan Pemerintah Kota Depok Tahun 2017-2020

Ginetta Titania¹⁾, Titi Suhartati²⁾

¹⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: ginettatania.ak18@mhs.w.pnj.ac.id

²⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: titi.suhartati@akuntansi.pnj.ac.id

ABSTRACT

This study aims to measure and analyze the financial performance of the Depok City Government in 2017-2020. Financial performance is measured using expenditure growth analysis, expenditure variance analysis and effectiveness ratio, degree of decentralization, efficiency, and regional dependence as well. This study uses a descriptive quantitative approach using the case study method. The data used is secondary data in the form of the Depok City Budget Realization Report for 2017-2020. The results showed that the performance of the local government of Depok City when measured using spending growth showed positive and negative growth. Then, the calculation of the expenditure variance shows that expenditure absorption has reached 83.38%, this figure shows a good difference which means that regional spending does not exceed the budget target. The ratio calculation shows that the effectiveness ratio is very effective with a percentage of 109.55%. The decentralization ratio of the Depok City Government is considered moderate or towards an independent area with a percentage of 39.56%. However, the efficiency of the Depok City Government is still less efficient with a percentage of 98.07%. In addition, dependence on the center is very high with a percentage of 56.21%. This is due to the fact that most of the regional revenue comes from transfers from the central government.

Keywords: *Regional Financial Performance; Absorption of Regional Expenditures; Growth; Regional Original*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan menganalisis kinerja keuangan Pemda Kota Depok tahun 2017-2020. Kinerja keuangan diukur menggunakan analisis pertumbuhan belanja, analisis varians belanja serta rasio efektifitas, derajat desentralisasi, efisiensi, dan ketergantungan daerah serta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan menggunakan metode studi kasus. Data yang digunakan adalah data sekunder berupa Laporan Realisasi Anggaran Kota Depok tahun 2017-2020. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja Pemda Kota Depok jika diukur menggunakan pertumbuhan belanja menunjukkan pertumbuhan positif dan negatif. Lalu, perhitungan varians belanja menunjukkan penyerapan belanja telah mencapai 83,38%, angka tersebut menunjukkan selisih baik yang artinya belanja daerah tidak melebihi target anggaran. Perhitungan rasio menunjukkan bahwa rasio efektifitas sudah sangat efektif dengan persentase 109,55%. Rasio derajat desentralisasi Pemda Kota Depok dinilai sedang atau menuju

¹ Corresponding author. E-mail: someone@akuntansi.pnj.ac.id

daerah yang mandiri dengan persentase 39,56%. Namun, efisiensi Pemda Kota Depok masih kurang efisien dengan persentase 98,07%. Selain itu, ketergantungan kepada pusat sangat tinggi dengan persentase 56,21%. Hal tersebut disebabkan oleh sebagian besar pendapatan daerah yang berasal dari transfer pemerintah pusat.

Kata-Kata Kunci: Kinerja Keuangan Daerah; Penyerapan Belanja Daerah; Pertumbuhan; Pendapatan Asli Daerah

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Otonomi daerah merupakan kewenangan yang diberikan oleh pemerintah pusat kepada pemerintah daerah untuk mengatur sendiri urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakatnya, yang mana dalam pelaksanaannya mengacu kepada UU No. 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah (Wardani & Saleh, 2020). Adanya otonomi daerah diharapkan agar pemerintah daerah dapat menggali dan mengembangkan potensi yang ada pada daerahnya masing-masing. Selain itu, otonomi daerah juga meningkatkan kemandirian dan mengurangi ketergantungan bantuan kepada pemerintah pusat. Menurut Faridatussalam (2021) Agar dapat menilai suatu daerah, diperlukan standar atau acuan untuk mengukur kinerja keuangan pemerintah daerah. Standar atau acuan untuk pengukuran kinerja keuangan dapat diukur menggunakan analisis varians, pertumbuhan, dan rasio. Rasio yang digunakan yaitu rasio kemandirian, efektifitas, desentralisasi, ketergantungan, dan efisiensi.

Kota Depok merupakan daerah yang strategis karena berbatasan langsung dengan ibukota. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), laju pertumbuhan Kota Depok termasuk yang paling tinggi di Provinsi Jawa Barat. Perkembangan Kota Depok yang sangat pesat juga dapat terlihat dari banyaknya pusat perbelanjaan, restoran, dan tempat hiburan. Hal tersebut membuat realisasi Kota Depok melebihi target setiap tahunnya. Walaupun setiap tahunnya PAD yang diterima Pemda Kota Depok melebihi target anggaran, namun pendapatan yang berasal dari transfer pemerintah pusat lebih besar dari penerimaan PAD. Oleh sebab itu, dapat dikatakan bahwa Pemda Kota Depok masih bergantung kepada pemerintah pusat. Meskipun ketergantungan Kota Depok masih tinggi, Pemerintah Kota Depok mendapatkan opini WTP 11 kali berturut-turut sejak tahun 2010-2021. Padahal menurut (Kusumawati & Ratmono (2017) ketergantungan pemerintah daerah berbanding negatif terhadap opini BPK. Ketergantungan pemerintah daerah yang tinggi menyebabkan pertanggung jawaban kepada pemerintah pusat yang besar terkait penggunaan dana yang berasal dari transfer pemerintah pusat. Sehingga kemungkinan untuk mendapatkan opini WTP akan semakin kecil.

Besarnya PAD yang diterima Kota Depok berbanding lurus dengan besarnya pendapatan daerah. Namun, besarnya pendapatan tidak diikuti dengan pemaksimalan belanja daerah. Selama tahun 2017-2020 realisasi belanja Kota Depok belum mencapai target anggaran. Rata-rata realisasi belanja kota Depok selama empat tahun sebesar 83%. Hal ini dapat dikatakan bahwa masih banyak dana belanja daerah yang belum terserap. Pemerintah belum dapat merealisasikan belanja daerah dengan maksimal.

Menurut Ruhmaini (2018) peran pemerintah daerah dalam mengoptimalkan pengelolaan keuangan daerah sangat penting. Kinerja pemerintah daerah dalam mengelola keuangan daerahnya merupakan indikator keberhasilan otonomi daerah (Khikmah, 2014). Maka, perlu adanya

pengukuran kinerja sebagai evaluasi kinerja keuangan. Analisis laporan keuangan digunakan untuk pembuatan keputusan dan evaluasi kinerja keuangan (Tanan & Duri, 2018).

Berdasarkan latar belakang diatas maka pertanyaan penelitian ini yaitu bagaimana kinerja pemerintah kota depok selama periode 2017-2020 jika diukur menggunakan analisis pertumbuhan, analisis varians, dan analisis rasio keuangan. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur dan menganalisis kinerja keuangan daerah dengan menggunakan analisis pertumbuhan, analisis varians, dan analisis rasio keuangan.

Rumusan Masalah

Kota Depok berhasil mencapai target penerimaan PAD setiap tahunnya, Sehingga PAD yang terealisasi melebihi yang sudah dianggarkan. Namun, pendapatan yang berasal dari transfer pusat dan provinsi lebih besar dari penerimaan PAD yang artinya Kota Depok masih bergantung kepada pemerintah pusat. Meskipun ketergantungan masih sangat tinggi, namun laporan keuangan Kota Depok memperoleh opini WTP dari BPK. Padahal ketergantungan berbanding negative terhadap opini BPK. Selain itu, pendapatan Kota Depok belum dapat direalisasikan secara penuh pada belanja daerah. Sehingga realisasi belanja daerah belum mencapai target anggaran. Hal tersebut berdampak pada kinerja Kota Depok, Sehingga, masih banyak program pemerintah yang belum terealisasi. Pemerataan pembangunan merupakan salah satu program yang belum dapat terealisasi sepenuhnya. Padahal pemerintah daerah mendapatkan bantuan dana yang berasal dari pusat, yang seharusnya bisa untuk membiayai program-program yang belum terealisasi.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengukur kinerja keuangan Kota Depok tahun 2017-2020 jika diukur menggunakan analisis rasio keuangan, analisis pertumbuhan belanja, dan analisis varians belanja.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Akuntansi Sektor Publik

Akuntansi sektor publik adalah entitas ekonomi yang menyediakan barang dan/atau jasa publik untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat, bukan untuk keuntungan ekonomi (Deddi et al; 2010:4). Menurut Mahmudi (2016:13) akuntansi dalam organisasi sektor publik memiliki empat peran, yaitu:

- 1) Pengelolaan keuangan negara
- 2) Pelaporan keuangan
- 3) Pemeriksaan
- 4) Perwujudan tata kelola yang baik

Anggaran Pendapatan Belanja dan Daerah (APBD)

Menurut Mardiasmo (2012) APBD adalah suatu rencana kerja pemerintah daerah yang mencakup seluruh pendapatan atau penerimaan dan belanja atau pengeluaran pemerintah daerah, baik provinsi, kabupaten, dan kota dalam rangka mencapai sasaran pembangunan dalam kurun waktu satu tahun yang dinyatakan dalam satuan uang dan disetujui oleh DPRD dalam peraturan yang disebut Peraturan Daerah.

Kinerja Keuangan Daerah

Definisi kinerja keuangan daerah menurut Sartika (2019) adalah pengukuran kinerja menggunakan indikator keuangan daerah yang dilakukan dengan cara menganalisis rasio keuangan daerah. Sedangkan menurut Albasiah (2012) kinerja keuangan pemerintah daerah adalah

hasil kerja di bidang keuangan daerah yang meliputi pendapatan dan belanja daerah dengan menggunakan indikator keuangan yang ditetapkan oleh kebijakan atau ketentuan perundang-undangan untuk suatu periode anggaran.

Laporan Keuangan Daerah

Laporan keuangan merupakan hasil dari sistem akuntansi yang memuat informasi untuk pihak internal dan eksternal serta dapat digunakan untuk pengambilan keputusan. Selain itu, laporan keuangan dapat digunakan sebagai alat akuntabilitas dan evaluasi kinerja keuangan (Mahmudi, 2016).

Analisis Rasio Keuangan

Analisis rasio keuangan digunakan untuk mengukur dan melakukan evaluasi kinerja keuangan tahunan. Analisis Rasio keuangan dilakukan dengan membandingkan pencapaian suatu periode dengan periode sebelumnya untuk melihat kecenderungan yang terjadi.

1. Rasio Efektifitas

Rasio efektifitas pendapatan menunjukkan kemampuan pemerintah dalam memobilisasi penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) sesuai dengan yang ditargetkan (Mahmudi, 2016:170). Berikut rumus yang digunakan dalam menghitung rasio efektifitas:

$$\text{Rasio Efektifitas PAD} = \frac{\text{Realisasi Penerimaan PAD}}{\text{Anggaran Penerimaan PAD}} \times 100\%$$

Tabel 2. 1 Kriteria Pengukuran Efektifitas

Persentase	Kriteria
>100%	Sangat Efektif
90 – 100%	Efektif
80 -90%	Cukup Efektif
60 – 80%	Kurang Efektif
<60%	Tidak Efektif

Sumber : Tim Litbang Depdagri Fisipol UGM dalam Susanto (2014)

2. Derajat Desentralisasi

Rasio ini menunjukkan derajat kontribusi PAD Terhadap total penerimaan daerah. Semakin tinggi kontribusi PAD maka semakin tinggi juga kemampuan daerah dalam penyelenggaraan desentralisasi (Mahmudi, 2016:169). Berikut rumus yang digunakan dalam menghitung derajat desentralisasi:

$$\text{Derajat desentralisasi} = \frac{\text{Pendapatan Asli Daerah}}{\text{Total Pendapatan}} \times 100\%$$

Tabel 2. 2 Skala Interval Rasio Derajat Desentralisasi

Rasio Derajat Desentralisasi	Keterangan
00,00 – 10,00%	Sangat Kurang
10,01 – 20,00%	Kurang
20,10 – 30,00%	Cukup
30,01 – 40,00%	Sedang
40,01 – 50,00%	Baik
>50,00 %	Sangat Baik

Sumber : Tim Litbang Depdagri – Fisip UGM (1991)

3. Rasio Efisiensi

Rasio efisiensi menunjukkan perbandingan antara biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan dengan realisasi penerimaan pendapatan. Semakin kecil rasio maka semakin baik kinerja pemerintah dalam perolehan pendapatan, hal ini berlaku sebaliknya (Mahmudi, 2016:171). Berikut rumus yang digunakan dalam menghitung rasio efisiensi:

$$\text{Rasio efisiensi} = \frac{\text{Realisasi belanja}}{\text{Realisasi pendapatan}} \times 100\%$$

Tabel 2. 3 Kriteria Pengukuran Efisiensi

Persentase	Kriteria
>100%	Tidak Efisien
90 – 100%	Kurang Efisien
80 -90%	Cukup Efisien
60 – 80%	Efisien
<60%	Sangat Efisien

Sumber : Tim Litbang Depdagri Fisipol UGM dalam Susanto (2014)

4. Rasio Ketergantungan Daerah

Rasio ketergantungan digunakan untuk melihat seberapa besar ketergantungan daerah kepada pusat. Semakin tinggi rasio maka semakin besar juga ketergantungan daerah kepada pusat, hal ini berlaku sebaliknya (Mahmudi, 2016:170). Berikut rumus yang digunakan dalam menghitung rasio ketergantungan daerah:

$$\text{Rasio efisiensi} = \frac{\text{Realisasi belanja}}{\text{Realisasi pendapatan}} \times 100\%$$

Tabel 2. 4 Kategori Pengukuran Ketergantungan Daerah

Rasio Derajat Desentralisasi	Keterangan
00,00 – 10,00%	Sangat Rendah
10,01 – 20,00%	Rendah
20,10 – 30,00%	Sedang
30,01 – 40,00%	Cukup
40,01 – 50,00%	Tinggi
>50,00 %	Sangat Tinggi

Sumber : Tim Litbang Depdagri – Fisip UGM (1991)

Analisis Pertumbuhan Belanja

Pengukuran menggunakan analisis pertumbuhan dilakukan guna mengetahui perkembangan kinerja keuangan pemerintah. Berikut rumus yang digunakan dalam menghitung pertumbuhan belanja:

$$\text{Pertumbuhan } X_t = \frac{X_t - X_{t-1}}{X_{t-1}} \times 100\%$$

Keterangan :

X_t = Realisasi belanja pada tahun t

X_{t-1} = Realisasi belanja pada tahun t-1

Kriteria untuk pengukuran pertumbuhan yaitu : (1) Jika angkanya naik maka pertumbuhannya positif (2) jika angkanya turun maka pertumbuhannya negatif.

Analisis Varians Belanja

Pengukuran varians belanja dilakukan untuk menilai kinerja dalam pelaksanaan target anggaran. Kinerja belanja dapat dinilai baik apabila tidak melebihi target anggaran, namun kinerja belanja akan dinilai kurang baik apabila melebihi target yang sudah dianggarkan (Mahmudi, 2016:162). Berikut rumus yang digunakan untuk menghitung varians belanja:

$$\text{Varians Belanja} = \text{Realisasi belanja} - \text{Anggaran belanja}$$

3. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif-deskriptif yang mana dapat menjelaskan dan menggambarkan berbagai kondisi dan situasi atau berbagai variable penelitian berdasarkan kejadian yang diperoleh dan diobservasi melalui dokumen yang akan diteliti (Abdullah, 2015). Objek penelitian yang digunakan adalah Laporan Realisasi Anggaran Pemerintah Kota Depok Tahun 2017-2020. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh melalui *website* e-ppid.bpk.go.id. Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini berupa dokumen. Metode analisis data dilakukan dengan beberapa tahapan yaitu: (1) mengumpulkan dokumen; (2) melakukan seleksi data; (3) melakukan pengukuran dan analisis; (4) melakukan penarikan kesimpulan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Rasio Keuangan

1. Rasio Efektifitas

Berdasarkan hasil perhitungan maka, diperoleh hasil berikut ini:

Table 1. Perhitungan Rasio Efektivitas Pemda Kota Depok Tahun 2017-2020

Tahun	Realisasi PAD	Target PAD	Rasio Efektivitas	Kriteria
2017	1.210.748.605.561,14	1.078.263.821.180,92	112,29%	Sangat efektif
2018	1.059.700.280.639,72	1.007.434.833.378,00	105,19%	Sangat efektif
2019	1.293.003.769.037,00	1.138.499.654.711,00	113,57%	Sangat efektif
2020	1.214.939.201.530,00	1.140.891.422.838,80	106,49%	Sangat efektif
Rata-rata			109,55%	Sangat efektif

Sumber: LRA Kota Depok Tahun 2017-2020 (Data diolah)

Berdasarkan data pada Tabel 1 terlihat bahwa rasio efektivitas Pemda Kota Depok tahun 2017-2020 berada pada kriteria sangat efektif dengan persentase diatas 100%. Realisasi paling besar terdapat pada tahun 2017 dengan persentase realisasi PAD sebesar 112,29% dari target anggaran, dalam hal ini kontribusi yang paling besar berasal dari penerimaan pajak daerah yaitu sebesar 69,52% dari jumlah PAD. Tahun 2018 realisasi PAD sebesar 105,19% dimana realisasi pada tahun ini mengalami penurunan dari tahun sebelumnya dan penurunannya dapat dikatakan paling besar selama 4 tahun terakhir. Menurut Laporan Kinerja Intansi Pemerintah (LKIP) Badan Keuangan Daerah (BKD) Tahun 2018 penurunan PAD disebabkan karena adanya Permendagri Nomor 138 Tahun 2017 tentang Pelayanan Terpadu Satu Pintu yang menyebabkan retribusi IMB

dan HO tidak lagi menjadi beban dalam target pendapatan. Meskipun beberapa kali mengalami penurunan, tetapi realisasi PAD masih diatas 100%. Artinya, kinerja Pemda Kota Depok sangat baik dalam merealisasikan PAD tahun anggaran 2017-2020.

2. Derajat Desentralisasi

Berdasarkan hasil perhitungan maka, diperoleh hasil berikut ini:

Table 2. Perhitungan Derajat Desentralisasi Pemda Kota Depok Tahun 2017-2020

Tahun	Total PAD	Total Pendapatan	Derajat Desentralisasi	Keterangan
2017	1.210.748.605.561,14	2.847.403.733.203,14	42,52%	Baik
2018	1.059.700.280.639,72	2.940.266.487.078,72	36,04%	Sedang
2019	1.293.003.769.037,00	3.236.277.806.392,00	39,95%	Sedang
2020	1.214.939.201.530,00	3.059.775.185.315,00	39,71%	Sedang
Rata-rata			39,56%	Sedang

Sumber: LRA Kota Depok Tahun 2017-2020 (Data diolah)

Berdasarkan data pada Tabel 2 rasio derajat desentralisasi tertinggi selama tahun anggaran 2017-2020 terdapat pada tahun 2017 dengan rasio 42,52%, angka tersebut dapat dikatakan baik dan termasuk kategori daerah yang mandiri. Namun pada tahun 2018 persentase rasio yang diperoleh sebesar 36,04% dimana terdapat penurunan yang signifikan dari tahun sebelumnya dan merupakan angka yang paling rendah selama tahun anggaran 2017-2020. Hal ini disebabkan oleh penurunan yang signifikan pada retribusi daerah dan lain-lain PAD yang sah. Retribusi daerah mengalami penurunan sebesar Rp. 27.206.432.453 dari tahun sebelumnya. Lalu, lain-lain PAD yang sah mengalami penurunan sebesar Rp. 126.298.352.524,42. Secara keseluruhan, rata-rata rasio yang diperoleh selama tahun 2017-2020 sebesar 39,56% dengan kategori sedang.

3. Rasio Efisiensi

Berdasarkan hasil perhitungan maka, diperoleh hasil berikut ini:

Table 3. Perhitungan Rasio Efisiensi Pemda Kota Depok Tahun 2017-2020

Tahun	Realisasi Belanja	Realisasi Pendapatan	Rasio Efisiensi	Kriteria
2017	2.672.164.042.797,52	2.847.403.733.203,14	93,85%	Kurang efisien
2018	2.765.083.907.819,15	2.940.266.487.078,72	94,04%	Kurang efisien
2019	3.231.267.376.079,00	3.236.277.806.392,00	99,85%	Kurang efisien
2020	3.199.202.687.103,55	3.059.775.185.315,00	104,56%	Tidak efisien
Rata-rata			98,07%	Kurang efisien

Sumber: LRA Kota Depok Tahun 2017-2020 (Data diolah)

Berdasarkan data pada Tabel 3 dapat dilihat bahwa rasio efisiensi selama tahun 2017-2020 mengalami peningkatan setiap tahun. Hal ini menyebabkan rasio efisiensi yang semula termasuk kedalam kriteria kurang efisien menjadi tidak efisien. Peningkatan terbesar terjadi pada tahun 2020 yang mana rasio efisiensi meningkat menjadi 104,56% sehingga kriteria berubah dari kurang efisien menjadi tidak efisien. Perubahan kriteria menjadi tidak efisien disebabkan oleh belanja yang melebihi pendapatan. Pengeluaran belanja yang paling besar berasal dari belanja pegawai untuk gaji dan tunjangan.

4. Rasio Ketergantungan Daerah

Berdasarkan hasil perhitungan maka, diperoleh hasil berikut ini:

Table 4. Perhitungan Rasio Ketergantungan Pemda Kota Depok Tahun 2017-2020

Tahun	Pendapatan Transfer	Total Pendapatan	Rasio Ketergantungan Daerah	Kategori
2017	1.618.576.523.642,00	2.847.403.733.203,14	56,64%	Sangat tinggi
2018	1.715.411.835.006,00	2.940.266.487.078,72	58,34%	Sangat tinggi
2019	1.758.865.812.107,00	3.236.277.806.392,00	54,35%	Sangat tinggi
2020	1.692.035.384.452,00	3.059.775.185.315,00	55,30%	Sangat tinggi
Rata-rata			56,21%	Sangat tinggi

Sumber: LRA Kota Depok Tahun 2017-2020 (Data diolah)

Berdasarkan data pada Tabel 4 dapat dilihat bahwa rasio ketergantungan selama empat tahun termasuk kedalam kategori sangat tinggi dengan persentase diatas 50%. Ketergantungan terbesar terjadi pada tahun 2018 dengan persentase sebesar 58,34%. Ketergantungan kepada pusat dapat diatasi dengan melakukan intensifikasi dan ekstensifikasi pajak. Penyebab ketergantungan pemda Kota Depok kepada Pemerintah pusat disebabkan oleh besarnya penerimaan yang berasal dari Dana Alokasi Umum (DAU). Alokasi dari DAU digunakan untuk membayar gaji Aparatur Sipil Negara (ASN) dan peningkatan pelayanan publik. Penerimaan DAU untuk pelayanan publik dapat digunakan untuk mengoptimalkan pelayanan kepada masyarakat (CALK).

Analisis Pertumbuhan Belanja

Berdasarkan hasil perhitungan maka, diperoleh hasil berikut ini:

Table 5. Perhitungan Pertumbuhan Belanja Pemda Kota Depok Tahun 2017-2020

Tahun	Realisasi Belanja	Kenaikan/penurunan	Persentase
2016	2.755.256.803.566,27	-	-
2017	2.672.164.042.797,52	-83.092.760.769	-3,02%
2018	2.765.083.907.819,15	92.919.865.022	3,48%
2019	3.231.267.376.079,00	466.183.468.260	16,86%
2020	3.199.202.687.103,55	-32.064.688.976	-1%

Sumber: LRA Kota Depok Tahun 2017-2020 (Data diolah)

Berdasarkan data Tabel 5 dapat dilihat bahwa selama tahun 2017-2020 realisasi belanja Kota Depok mengalami kenaikan dan penurunan. Tahun 2017 realisasi belanja mengalami penurunan atau pertumbuhan negatif sebesar Rp. -83.092.760.769 atau 3,02%. Penurunan ini berasal dari belanja perlatan, mesin, Gedung, bangunan, jalan, irigasi, jaringan, dan aset tetap lainnya yang termasuk golongan belanja modal. Kenaikan atau pertumbuhan positif yang signifikan terjadi pada tahun 2019 sebesar 466.183.468.260 atau 16,86%. Kenaikan ini terjadi pada semua komponen belanja yaitu belanja operasi, belanja modal, dan belanja tak terduga. Namun, kenaikan terbesar terjadi pada belanja operasi yang dialokasikan untuk belanja pegawai, barang dan jasa, hibah, bantuan social, dan bantuan keuangan.

Analisis Varians Belanja

Berdasarkan hasil perhitungan maka, diperoleh hasil berikut ini:

Table 6. Perhitungan Varians Belanja Pemda Kota Depok Tahun 2017-2020

Tahun	Realisasi Belanja Daerah	Anggaran Belanja Daerah	Selisih	Persentase
2017	2.672.164.042.797,52	3.236.288.845.611,28	(564.124.802.813,76)	82,57%
2018	2.765.083.907.819,15	3.523.746.275.418,88	(758.662.367.599,73)	78,47%
2019	3.231.267.376.079,00	3.786.740.736.807,55	(555.473.360.728,55)	85,33%
2020	3.199.202.687.103,55	3.671.363.699.698,35	(472.161.012.594,80)	87,14%
Rata-rata	2,966,929,503,449.81	3,554,534,889,384.02	587,605,385,934.21	83.38%

Sumber: LRA Kota Depok Tahun 2017-2020 (Data diolah)

Berdasarkan perhitungan di atas, selisih yang paling kecil menunjukkan penyerapan yang paling besar atau dapat dikatakan anggaran yang belum terealisasi tidak terlalu besar. Realisasi belanja paling besar terdapat pada tahun 2020 dengan realisasi sebesar 87,14%. . Realisasi tahun 2020 mengalami kenaikan sebesar 1,81%, selain itu anggaran belanja tak terduga tahun 2020 terealisasi sebesar 56,50%. Selama tahun 2017-2020 realisasi belanja tak terduga tahun 2020 termasuk yang paling besar. Berdasarkan data dari CALK (2020) dana tersebut dialokasikan untuk pandemik covid-19. Secara keseluruhan, realisasi belanja daerah tidak melebihi target yang dianggarkan atau *favorable*. Hal ini dapat dikatakan bahwa kinerja belanja termasuk kategori baik.

5. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan dan pembahasan yang sudah diuraikan pada BAB sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil analisis efektifitas yang telah dilakukan kepada Pemda Kota Depok tahun 2017-2020 menunjukkan kriteria sangat efektif. Pemda Kota Depok telah berhasil mencapai target anggaran PAD. walaupun PAD mengalami fluktuasi setiap tahunnya, namun realisasinya masih diatas 100%. Rata-rata realisasi selama empat tahun sebesar 109,55%, artinya Pemda Kota Depok sudah sangat baik kinerjanya dalam upaya mencapai target PAD setiap tahunnya. Analisis selanjutnya yaitu analisis derajat desentralisasi Pemda Kota Depok Tahun 2017 dan 2020 menunjukkan hasil yang baik di tahun 2017 karena berada diantara 40%-50% dan termasuk kategori daerah yang mandiri. Untuk tahun 2018-2019 menunjukkan hasil sedang karena berada diantara 30%-40% dan termasuk kategori daerah menuju mandiri. kemudian analisis efisiensi pada Pemda Kota Depok tahun 2017-2020 menunjukkan bahwa setiap tahun efisiensi terus mengalami penurunan. Akibat penurunan tersebut kinerja Pemda Kota Depok yang mulanya kurang efisien menjadi tidak efisien. Analisis ketergantungan Pemda Kota Depok tahun 2017-2020 menunjukkan bahwa ketergantungan Pemda Kota Depok sangat tinggi. Selama empat tahun rasio ketergantungan berada di atas 50% yang artinya lebih dari setengah pendapatan yang diterima Kota Depok berasal dari transfer pemerintah pusat.
2. Berdasarkan analisis pertumbuhan belanja Kota Depok tahun 2017-2020 dapat dikatakan bahwa pertumbuhan belanja mengalami pertumbuhan positif dan negatif. Tahun 2018-2019 pertumbuhan belanja mengalami kenaikan atau pertumbuhan positif, tetapi pada tahun 2017 dan 2020 pertumbuhan belanja mengalami penurunan atau pertumbuhan negatif.
3. Berdasarkan analisis varians belanja dapat dikatakan bahwa selisih antara realisasi dengan anggaran tidak terlalu besar. Realisasi anggaran tidak melebihi target anggaran atau menunjukkan selisih menguntungkan (*favorable*). Sehingga kinerja belanja dapat dikatakan baik walaupun realisasinya belum dapat menyerap semua target anggaran.

Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang sudah di uraikan di atas, maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Pemda Kota Depok
Efektifitas PAD harus dipertahankan karena kinerja Pemda Kota Depok dalam merealisasikan PAD selama tahun 2017-2020 sudah sangat efektif dengan capaian realisasi di atas 100%. Pemda Kota Depok juga diharapkan bisa terus menggali potensi PAD yang ada pada daerahnya guna mengurangi ketergantungan kepada pusat. Untuk anggaran belanja daerah diharapkan kedepannya dapat disusun dengan mempertimbangkan kondisi yang ada agar anggaran dapat direalisasikan dengan baik.
2. Bagi peneliti selanjutnya
Peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian di bidang yang sama agar dapat mengembangkan penelitian dengan menambah metode wawancara kepada pengelola keuangan daerah agar mendapatkan informasi lebih banyak, jelas, dan aktual.

DAFTAR PUSTAKA

- Albasiah, O. A. (2012). Analisis Kinerja Pengelolaan Keuangan Daerah dan Tingkat Kemandirian Daerah Di Era Otonomi Daerah: Studi Kasus Kota Malang (Tahun Anggaran 2007-2011). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2).
- Deddi, Nordiawan, Ayuningtyas, Hertianti. (2010). Akuntansi Sektor Publik Edisi 2. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Faridatussalam, S. R. (2021). Analisis Kinerja Dan Kemampuan Keuangan Pemerintah Daerah Kabupaten Karanganyar Tahun 2014-2018. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 22(2), 71–76.
- Khikmah, A. (2014). Pengukuran kinerja pemerintah daerah Kabupaten lamongan berdasarkan konsep value for money. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*, 3(1).
- Kusumawati, D. K., & Ratmono, D. (2017). Determinan opini atas laporan keuangan pemerintah daerah di Indonesia. *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(1), 177–191.
- Mahmudi. (2016). Akuntansi Sektor Publik. Yogyakarta: UII Press Yogyakarta
- Mardiasmo. 2012. Transparansi dan Akuntabilitas Publik Melalui Akuntansi Sektor Publik. Yogyakarta: Andi.
- Ruhmaini, R., Abdullah, S., & Darwanis, D. (2018). Analisis Serapan Anggaran Belanja Pemerintah Kabupaten Aceh Tengah. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, 4(1), 31–43.
- Ruhmaini, R., Abdullah, S., & Darwanis, D. (2018). Analisis Serapan Anggaran Belanja Pemerintah Kabupaten Aceh Tengah. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, 4(1), 31–43.
- Sartika, N. (2019). Analisis Rasio Keuangan Daerah untuk Menilai Kinerja Keuangan Pemerintah Daerah Kepulauan Meranti. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 7(2), 147–153.
- Tanan, C. I., & Duri, J. A. (2018). Analisis Rasio Untuk Pengukuran Kinerja Keuangan dan Evaluasi Kinerja Keuangan Pemerintah (Studi Kasus Pemerintah Kota Jayapura). *Future: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 6(1), 91–101.
- Wardani, S., & Saleh, M. (2020). Analisis Kinerja Keuangan Dan Kemampuan Keuangan Pemerintah Daerah Dalam Pelaksanaan Otonomi Daerah di Kabupaten Barito Kuala Tahun 2015-2018. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, 3(2), 407–420.

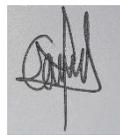
Halaman Persetujuan Artikel dari Dosen Pembimbing

Artikel saya berjudul

“Analisis Kinerja Keuangan Pemerintah Kota Depok Tahun 2017-2020”

Telah selesai dikoreksi dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk dipublikasikan.

Tanda tangan



tanggal

20 Agustus 2022

20 Agustus 2022

Mahasiswa : Ginetta Titania



Dosen Pembimbing : Dr. Titi Suhartati, S.E., Ak, M.M., M.Ak

22 Agustus 2022

Penilaian Kinerja Keuangan Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan Tahun Anggaran 2017-2021

Amelia Aryanti¹⁾, Herbirowo Nugroho²⁾

¹⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: amelia.aryanti.ak18@mhs.w.pnj.ac.id

²⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: d4akuntansi.pnj@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to measure and interpret the financial performance of the South Sumatra Provincial Government for the 2017-2021 fiscal year, which is assessed based on the ratio of independence, effectiveness, efficiency, growth, and the degree of decentralization. The type of research used is quantitative descriptive research using documentation techniques for data collection. The data used in this study is secondary data in the form of a report on the realization of the South Sumatra Provincial Government budget for 2017-2021. The results of this study indicate that the financial performance of the South Sumatra Provincial Government in 2017-2021 based on the independence ratio has a medium category with a participatory relationship pattern, the effectiveness ratio has an effective category, the efficiency ratio has a less efficient category, the growth ratio has decreased in several years and increased in one year, the ratio of degrees of decentralization has a sufficient category. In general, the financial performance of the South Sumatra Provincial Government is considered quite good in managing the budget.

Keywords: *Regional Financial Performance, Independence, Effectiveness, Efficiency, Growth, Degree of Decentralization.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan menginterpretasikan kinerja keuangan Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan tahun anggaran 2017-2021 yang dinilai berdasarkan rasio kemandirian, efektivitas, efisiensi, pertumbuhan, dan derajat desentralisasi. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif deskriptif dengan menggunakan teknik dokumentasi untuk pengumpulan data. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa laporan realisasi anggaran Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan tahun 2017-2021. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja keuangan Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan tahun 2017-2021 berdasarkan rasio kemandirian memiliki kategori sedang dengan pola hubungan partisipatif, rasio efektivitas memiliki kategori efektif, rasio efisiensi memiliki kategori kurang efisien, rasio pertumbuhan mengalami penurunan dalam beberapa tahun dan kenaikan dalam satu tahun, rasio derajat desentralisasi memiliki kategori cukup. Secara umum, kinerja keuangan Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan dinilai cukup baik dalam mengelola APBD-nya.

Kata-Kata Kunci: Kinerja Keuangan Daerah, Kemandirian, Efektivitas, Efisiensi, Pertumbuhan, Derajat Desentralisasi.

1. PENDAHULUAN

Dengan adanya pergantian sistem pemerintahan dari masa orde baru ke era reformasi saat ini, membuka peluang lahirnya otonomi daerah yang ditandai dengan adanya transfer kekuasaan pemerintahan dari pemerintah pusat ke pemerintah daerah. Menurut Halim (2007) suatu daerah dapat dikatakan mampu melaksanakan otonomi apabila (1) memiliki kemampuan keuangan daerah yang baik, (2) tingkat ketergantungan fiskal terhadap pemerintah pusat harus relatif kecil supaya pendapatan asli daerah (PAD) dapat menjadi bagian dari sumber keuangan yang tertinggi sehingga peranan pemerintah daerah menjadi lebih besar. Dengan adanya penerapan otonomi daerah, maka anggaran ditentukan oleh pemerintah daerah sesuai dengan kemampuan dan potensi daerah tersebut (Putri et al., 2021). Penyerapan anggaran merupakan salah satu topik yang kerap diperbincangkan saat mendekati akhir tahun anggaran. Hal ini disebabkan karena tingkat penyerapan anggaran daerah yang rendah. Menurut Kemendagri (2021) Provinsi Sumatera Selatan menjadi salah satu daerah yang memiliki serapan anggaran belanja yang rendah. Kondisi tersebut dapat dilihat pada tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1. Anggaran dan Realisasi Belanja Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2017- 2021

Tahun	Anggaran	Realisasi	Persentase
2017	6.439.523.470.869,00	5.788.552.526.667,59	89,89 %
2018	7.426.770.057.057,95	6.763.760.533.371,09	91,07 %
2019	7.074.829.339.229,22	6.422.760.771.550,39	90,78 %
2020	7.901.928.827.814,38	6.900.475.143.744,16	87,33 %
2021	11.410.177.341.872,00	10.060.730.260.979,39	88,17 %
Rata-rata			89,45%

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 1 di atas, tingkat penyerapan anggaran pada Provinsi Sumatera Selatan mengalami kenaikan dan penurunan (fluktuatif) dengan nilai rata-rata sebesar 89,45%. Padahal jika ditinjau berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 158, kinerja penganggaran dinilai baik apabila kementerian negara/lembaga memiliki persentase penyerapan anggaran paling sedikit sebesar 95%. Penyerapan anggaran pada pengadaan barang dan jasa menjadi hal yang penting untuk dilakukan, karena pengadaan barang dan jasa merupakan salah satu cara dalam membangkitkan perekonomian bangsa. Provinsi Sumatera Selatan juga memiliki tingkat serapan yang rendah pada belanja barang dan jasa. Data tersaji sebagai berikut:

Tabel 2. Anggaran dan Realisasi Belanja Barang dan Jasa Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2017-2021

Tahun	Anggaran	Realisasi	Persentase
2017	1.210.114.980.395,00	1.108.078.001.845,00	91,57 %
2018	1.506.908.550.153,00	1.375.068.372.158,94	91,25 %
2019	1.656.097.451.834,20	1.405.117.520.744,41	84,85 %
2020	1.522.451.937.658,71	1.392.760.537.519,30	91,48 %
2021	2.062.603.115.941,00	1.811.885.209.417,49	87,84 %
Rata-rata			89,40 %

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 2 di atas, Provinsi Sumatera Selatan memiliki nilai rata-rata sebesar 89,40%. Tingkat serapan yang rendah pada belanja barang dan jasa di Provinsi Sumatera Selatan disebabkan karena sumber daya manusia yang masih belum kompeten dalam melakukan pelayanan terhadap pengadaan barang dan jasa serta lambatnya proses tender akibat sistem administrasi yang terkendala (MediaIndonesia.com). Selain itu, terdapat penelitian yang

dilakukan oleh Sinaga (2016) yang menjelaskan bahwa salah satu faktor yang menyebabkan rendahnya penyerapan anggaran yaitu banyaknya institusi yang ragu dan takut dalam menjalankan penyerapan anggaran, karena banyaknya kasus korupsi yang berhasil diungkap KPK, khususnya dalam hal pengadaan barang dan jasa. Hal ini pun sejalan dengan banyaknya kasus korupsi yang terjadi di Provinsi Sumatera Selatan pada pengaturan tender atau lelang pengadaan barang dan jasa, dengan adanya rasa takut para pejabat perbendaharaan menjadi lebih berhati-hati dalam menggunakan anggaran, akibatnya banyak yang enggan merealisasikan program kegiatan yang telah dianggarkan sehingga penyerapan anggaran belanja dan jasa menjadi rendah (MAKI, 2021).

Dampak dari serapan anggaran yang rendah tersebut akan mereduksi akselerasi pertumbuhan ekonomi di Provinsi Sumatera Selatan. Selain itu, dengan adanya kegagalan target pada penyerapan anggaran, akan berakibat pada hilangnya manfaat belanja serta memberikan dampak langsung terhadap masyarakat, karena program yang telah direncanakan Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan menjadi terhambat, seperti program pembangunan daerah, program penanggulangan kemiskinan, serta program investasi dan pengembangan usaha. Akibat lain dari serapan anggaran yang kurang optimal akan menurunkan jumlah lapangan kerja yang menyebabkan tingkat pengangguran semakin tinggi. Oleh karena itu, pengukuran kinerja terhadap anggaran pendapatan dan belanja daerah (APBD) perlu dilakukan untuk mengetahui apakah pengelolaan APBD tersebut sudah dilakukan dengan baik. Selain itu, dengan adanya pengukuran kinerja tersebut, dapat dijadikan sebagai evaluasi dan tolak ukur untuk peningkatan kinerja pemerintah daerah pada periode selanjutnya (Zuhri & Soleh, 2016). Analisis rasio keuangan terhadap APBD yang sudah ditetapkan merupakan salah satu cara untuk menilai kinerja keuangan pemerintah daerah (Marlissa et al., 2021).

2. TINJAUAN PUSTAKA

Pemerintah Daerah

Menurut Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014, pemerintah daerah adalah kepala daerah sebagai unsur penyelenggara pemerintahan daerah yang memimpin pelaksanaan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah otonom. Pemerintah daerah adalah gubernur, bupati, atau walikota, dan perangkat daerah sebagai unsur penyelenggara pemerintahan daerah.

Laporan Keuangan Pemerintah Daerah

Menurut Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 71 Tahun 2010, laporan keuangan daerah adalah laporan yang terstruktur mengenai posisi keuangan dan transaksi-transaksi yang dilakukan oleh suatu entitas pelaporan. PP Nomor 71 Tahun 2010 mengungkapkan bahwa laporan keuangan pemerintahan daerah meliputi laporan realisasi anggaran, laporan perubahan saldo anggaran lebih, neraca, laporan operasional, laporan arus kas, laporan perubahan ekuitas, dan catatan atas laporan keuangan.

Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003 Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) adalah rencana keuangan tahunan pemerintahan daerah yang disetujui oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD). APBD memiliki tiga struktur yaitu pendapatan daerah, belanja daerah, dan pembiayaan daerah.

Keuangan Daerah

Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 58 Tahun 2005 menyatakan bahwa keuangan daerah adalah semua hak dan kewajiban daerah dalam rangka penyelenggaraan pemerintahan daerah yang dapat dinilai dengan uang termasuk didalamnya segala bentuk kekayaan yang berhubungan dengan hak dan kewajiban daerah tersebut.

Kinerja Keuangan Pemerintah Daerah

Berdasarkan PP Nomor 12 Tahun 2019, kinerja keuangan daerah adalah program atau kegiatan yang telah dicapai pemerintah daerah sehubungan dengan penggunaan anggaran terhadap semua hak dan kewajiban daerah dalam rangka penyelenggaraan pemerintahan daerah.

Penilaian Kinerja Keuangan Pemerintah Daerah

Menurut Halim & Kusufi (2012) penilaian kinerja pemerintah daerah dapat dilakukan dengan menggunakan salah satu alat seperti rasio keuangan dengan cara membandingkan hasil yang telah diraih dari satu periode dengan periode sebelumnya. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui tingkat kemampuan yang dimiliki pemerintah daerah dalam mengelola keuangan dan anggaran daerahnya. Adapun rasio keuangan yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

- **Rasio Kemandirian**

Menurut Halim & Kusufi (2012) rasio kemandirian menggambarkan kemampuan pemerintah daerah dalam membiayai sendiri kegiatan pemerintahannya, seperti pelaksanaan pembangunan dan pelayanan publik. Kinerja pemerintah daerah dianggap semakin baik apabila rasio kemandirian semakin tinggi. Berikut rumus rasio kemandirian:

$$\text{Rasio Kemandirian} = \frac{\text{Pendapatan Asli Daerah}}{\text{Transfer Pusat} + \text{Provinsi} + \text{Pinjaman}} \times 100\%$$

Tabel 3. Pola Hubungan, Tingkat Kemandirian, dan Kemampuan Daerah

Kemampuan Daerah	Rasio Kemandirian (%)	Pola Hubungan
Rendah Sekali	0 – 25	Instruktif
Rendah	25 – 50	Konsultatif
Sedang	50 - 75	Partisipatif
Tinggi	75 - 100	Delegatif

Sumber: Kepmendagri Nomor 600.900-327

- **Rasio Efektivitas**

Rasio efektivitas menunjukkan kinerja dari pemerintah daerah dalam merealisasikan pendapatan asli daerah (PAD) yang direncanakan, kemudian dibandingkan dengan sasaran yang telah ditetapkan berdasarkan potensi riil daerah. Kinerja pemerintah daerah dianggap semakin baik apabila rasio efektivitas semakin tinggi (Halim & Kusufi, 2012). Berikut rumus rasio efektivitas:

$$\text{Rasio Efektivitas} = \frac{\text{Realisasi Penerimaan PAD}}{\text{Target Penerimaan PAD yang Ditetapkan}} \times 100\%$$

Tabel 4. Kriteria Penilaian Efektivitas Kinerja Keuangan

Persentase Kinerja Keuangan	Kriteria
> 100%	Sangat Efektif
90% - 100%	Efektif
80% - 90%	Cukup Efektif
60% - 80%	Kurang Efektif
< 60%	Tidak Efektif

Sumber: Kepmendagri Nomor 600.900-327

- Rasio Efisiensi

Menurut Halim & Kusufi (2012) rasio efisiensi menunjukkan tingkat kemampuan pemerintah daerah dalam mengefisienkan biaya yang dikeluarkannya. Kinerja pemerintah daerah dinilai semakin baik apabila rasio efisiensi semakin rendah. Berikut rumus rasio efisiensi:

$$\text{Rasio Efisiensi} = \frac{\text{Realisasi Belanja Daerah}}{\text{Realisasi Pendapatan Daerah}} \times 100\%$$

Tabel 5. Kriteria Penilaian Efisiensi Kinerja Keuangan

Persentase Kinerja Keuangan	Kriteria
> 100%	Tidak efisien
90% - 100%	Kurang Efisien
80% - 90%	Cukup Efisien
60% - 80%	Efisien
< 60%	Sangat Efisien

Sumber: Kepmendagri Nomor 600.900-327

- Rasio Pertumbuhan

Rasio pertumbuhan digunakan untuk mengukur kinerja pemerintah daerah dalam mempertahankan dan meningkatkan keberhasilan yang sudah dicapai selama beberapa periode, sehingga dapat diketahui pertumbuhan yang terjadi positif atau negatif yang dapat digunakan sebagai bahan evaluasi untuk memperbaiki daerah yang memiliki potensi rendah (Halim & Kusufi, 2012). Berikut rumus rasio pertumbuhan:

$$r = \frac{\text{Pendapatan tahun } t - \text{Pendapatan tahun } (t - 1)}{\text{Pendapatan tahun } (t - 1)} \times 100\%$$

- Rasio Derajat Desentralisasi

Rasio derajat desentralisasi menunjukkan seberapa besarnya tanggung jawab pemerintah daerah pada pemerintah pusat dalam rangka meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD) yang digunakan untuk pengembangan daerahnya. Kinerja pemerintah daerah dianggap semakin baik apabila rasio derajat desentralisasi semakin tinggi (Mahmudi, 2016). Berikut rumus rasio derajat desentralisasi:

$$\text{Rasio Derajat Desentralisasi} = \frac{\text{Pendapatan Asli Daerah}}{\text{Total Pendapatan Daerah}} \times 100\%$$

Tabel 6. Kriteria Penilaian Derajat Desentralisasi

Persentase	Tingkat Desentralisasi
0,00 – 10,00	Sangat Kurang
10,01 – 20,00	Kurang
20,01 – 30,00	Sedang
30,01 – 40,00	Cukup
40,01 – 50,00	Baik
>50,01	Sangat Baik

Sumber: Tim Litbang Depdagri – Fisipol UGM

3. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini berjenis kuantitatif deskriptif dengan studi kasus pada Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan yang menggunakan rasio keuangan daerah untuk menjelaskan kinerja

keuangan Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan tahun 2017-2021. Menurut Suhardjono (2011) penelitian deskriptif dilakukan dengan mengumpulkan informasi tentang suatu peristiwa atau kejadian kemudian mendeskripsikannya. Menurut Arikunto (2013) pendekatan kuantitatif adalah pendekatan dengan menggunakan kuantitatif karena menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya.

Objek Penelitian

Objek penelitian ini yaitu laporan realisasi anggaran Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan tahun 2017 - 2021.

Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan (*scoring*) (Sugiyono, 2021). Adapun data kuantitatif dalam penelitian ini berupa angka-angka yang terdapat dalam laporan realisasi anggaran (LRA) pemerintah Provinsi Sumatera Selatan tahun 2017-2021. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data sekunder yang diperoleh dari *website* resmi Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan berupa laporan realisasi anggaran (LRA). Selanjutnya, untuk sumber teori yang digunakan, data tersebut diperoleh dari buku, berita dan jurnal penelitian yang sejenis.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dokumentasi, dengan mengumpulkan dokumen yang diperlukan dalam penelitian ini, seperti LRA dan data lainnya, kemudian data tersebut akan diamati secara mendalam.

Metode Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis deskriptif, karena penelitian ini menginterpretasikan hasil atas pengukuran kinerja keuangan pemerintah Provinsi Sumatera Selatan yang mana data tersebut diperoleh dari laporan realisasi anggaran (LRA) Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penilaian Kinerja Keuangan Daerah berdasarkan Rasio Kemandirian

Tabel 7. Hasil Perhitungan Rasio Kemandirian Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2017-2021

Tahun	Pendapatan Asli Daerah	Pendapatan Transfer	Rasio Kemandirian	Kriteria	Pola Hubungan
2017	3.031.633.624.303,95	4.061.113.371.545,00	74,65%	Sedang	Partisipatif
2018	3.528.010.712.183,54	5.577.767.500.414,00	63,25%	Sedang	Partisipatif
2019	3.494.510.853.251,62	5.765.176.417.582,00	60,61%	Sedang	Partisipatif
2020	3.375.100.984.842,03	6.001.639.852.874,00	56,24%	Sedang	Partisipatif
2021	3.865.463.033.085,17	6.206.249.249.474,71	62,28%	Sedang	Partisipatif
Rata-rata			63,41%	Sedang	Partisipatif

Sumber: LRA Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2017-2021 (data diolah)

Berdasarkan tabel 7 di atas, Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan memiliki tingkat kemandirian dengan nilai rata-rata sebesar 63,41% yang tergolong sedang dan memiliki pola hubungan partisipatif. Adapun pola hubungan partisipatif menunjukkan bahwa peran Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan dinilai cukup mampu dalam melaksanakan otonomi daerahnya. Pada tahun 2017, Provinsi Sumatera Selatan memiliki kategori sedang. Kemudian pada tiga tahun berikutnya mengalami penurunan tingkat persentase secara berturut-turut. Hal

ini disebabkan adanya kenaikan pada pendapatan transfer, dikarenakan adanya peningkatan pada komponen dana alokasi khusus non fisik, terutama pada alokasi dana BOS satuan pendidikan provinsi dan pemberian tunjangan profesi guru PNSD (CALK Sumsel). Pada tahun 2021, rasio kemandirian mulai mengalami peningkatan. Hal ini disebabkan oleh pendapatan pajak daerah yang mengalami kenaikan sebesar 14,34% dikarenakan Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan telah mengoptimalkan perolehan pajak daerah dari pungutan pajak bahan bakar kendaraan bermotor (PBBKB) dengan membentuk satgas PBBKB di perairan sungai dan laut (Elko, 2021).

Penilaian Kinerja Keuangan Daerah berdasarkan Rasio Efektivitas

Tabel 8. Hasil Perhitungan Rasio Efektivitas Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2017-2021

Tahun	Realisasi Pendapatan Asli Daerah	Anggaran Pendapatan Asli Daerah	Rasio Efektivitas	Kriteria
2017	3.031.633.624.303,95	3.165.360.996.225,00	95,78%	Efektif
2018	3.528.010.712.183,54	3.449.590.628.837,14	102,27%	Sangat Efektif
2019	3.494.510.853.251,62	3.436.828.903.746,55	101,68%	Sangat Efektif
2020	3.375.100.984.842,03	3.617.058.256.621,75	93,31%	Efektif
2021	3.865.463.033.085,17	4.747.088.053.007,00	81,43%	Cukup Efektif
Rata-rata			94,89%	Efektif

Sumber: LRA Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2017-2021 (data diolah)

Berdasarkan tabel 8 di atas, pada tahun 2017 tingkat efektivitas memiliki kategori efektif. Selanjutnya pada tahun 2018 mengalami kenaikan yang disebabkan oleh penerimaan pajak yang meningkat, dikarenakan adanya reformasi struktur perpajakan melalui perbaikan kompetensi dan perbaikan integritas sumber daya manusia pada bidang perpajakan di wilayah Provinsi Sumatera Selatan (DPR, 2019). Penurunan terus terjadi pada tahun-tahun selanjutnya, hal ini disebabkan karena adanya penurunan kegiatan perekonomian sebagai dampak pandemi Covid-19 sehingga berakibat pada menurunnya pendapatan retribusi daerah (BPK Sumsel, 2021), adanya kebijakan *refocusing* dan realokasi APBD dengan rasionalisasi sebesar 1,08% sebagai bentuk percepatan penanganan COVID-19 (BPK Sumsel, 2021), serta masih terdapat komponen PAD yang tidak mencapai sasaran seperti lain-lain PAD yang sah disebabkan PT RJT belum memberikan kontribusi kepada Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan (CALK, 2020). Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan memiliki rasio efektivitas dengan rata-rata sebesar 94,89% yang tergolong efektif, hal ini menunjukkan bahwa secara umum Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan sudah efektif dalam merealisasikan penerimaan PAD.

Penilaian Kinerja Keuangan Daerah berdasarkan Rasio Efisiensi

Tabel 9. Hasil Perhitungan Rasio Efisiensi Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2017-2021

Tahun	Realisasi Pendapatan Daerah	Realisasi Belanja Daerah	Rasio Efisiensi	Kriteria
2017	8.195.968.131.799,96	6.409.382.404.458,31	78,20%	Efisien
2018	9.141.371.395.099,79	7.941.143.670.101,78	86,87%	Cukup Efisien
2019	9.280.742.072.448,62	9.618.074.513.840,80	103,63%	Tidak Efisien
2020	9.278.520.060.062,03	9.517.763.493.965,89	102,58%	Tidak Efisien
2021	9.611.291.244.667,17	10.060.730.260.979,39	104,68%	Tidak Efisien
Rata-rata			95,19%	Kurang Efisien

Sumber: LRA Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2017-2021 (data diolah)

Berdasarkan tabel 9 di atas, pada tahun 2017 tingkat efisiensi memiliki kategori efisien. Pada tahun-tahun berikutnya tingkat persentase terus mengalami kenaikan yang mencerminkan rendahnya tingkat efisiensi Provinsi Sumatera Selatan. Hal ini disebabkan oleh belanja operasi yang mengalami peningkatan terutama pada belanja hibah, belanja gaji pokok PNS, dan tambahan penghasilan PNS, besarnya belanja modal karena meningkatnya program pembangunan dan ruas jalan (CALK Sumsel). Selain itu, pada tahun 2020 mengalami sedikit penurunan yang disebabkan realisasi transfer bagi hasil pendapatan yang lebih rendah disebabkan karena adanya penyesuaian alokasi transfer ke daerah dan dana desa sebagai salah satu bentuk realokasi anggaran terkait penanganan COVID-19 (BPK Sumsel, 2021). Pada tahun 2021 rasio efisiensi mengalami kenaikan dikarenakan besarnya dana belanja modal yang dikeluarkan untuk pembangunan infrastruktur, guna mendorong minat investor terhadap pemulihan ekonomi Sumatera Selatan (DJPB Sumsel, 2021). Jika dilihat selama lima tahun anggaran tersebut, Provinsi Sumatera Selatan memiliki persentase rata-rata sebesar 95,19% yang tergolong kurang efisien. Dengan meningkatnya rasio efisiensi, menunjukkan bahwa kinerja Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan dinilai belum optimal dalam menggali potensi pendapatan daerahnya

Penilaian Kinerja Keuangan Daerah berdasarkan Rasio Pertumbuhan

Tabel 10. Hasil Perhitungan Rasio Pertumbuhan Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2017-2021

Tahun	Pendapatan tahun t (tahun ini)	Pendapatan tahun t-1 (tahun lalu)	Selisih	Rasio Pertumbuhan
2017	8.195.968.131.799,96	6.582.780.929.676,33	1.613.187.202.123,63	24,51%
2018	9.141.371.395.099,79	8.195.968.131.799,96	945.403.263.299,83	11,53%
2019	9.280.742.072.448,62	9.141.371.395.099,79	139.370.677.348,83	1,52%
2020	9.278.520.060.062,03	9.280.742.072.448,62	-2.222.012.386,59	-0,02%
2021	9.611.291.244.667,17	9.278.520.060.062,03	332.771.184.605,14	3,59%
Rata-rata				8,23%

Sumber: LRA Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2017-2021 (data diolah)

Berdasarkan tabel 10 di atas, pertumbuhan pendapatan pada tahun 2017 merupakan pertumbuhan tertinggi dalam lima tahun anggaran. Kemudian pada tahun berikutnya pertumbuhan pendapatan mengalami penurunan, hal ini disebabkan oleh adanya kontraksi sebesar 2,91% yang dipicu oleh faktor musiman beberapa komoditas pertanian, akibatnya sektor pertanian, kehutanan dan perikanan mengalami penurunan yang cukup signifikan sebesar 19,90% serta komponen ekspor luar negeri seperti karet, bubur kayu, batu bara serta migas mengalami kontraksi sebesar 30,68% (BPS, 2019), pertumbuhan ekonomi global yang mengalami perlambatan berdampak pada penurunan volume perdagangan dunia yang menekan harga komoditas, akibatnya sektor utama perekonomian Provinsi Sumatera Selatan yang berbasis komoditas ikut mengalami penurunan (Bappeda Sumsel, 2020), serta terjadi penurunan pendapatan dan daya beli masyarakat serta meningkatnya angka pengangguran di Provinsi Sumatera Selatan yang mana terdapat 597.880 penduduk yang kehilangan pekerjaan selama pandemi Covid-19 (Apriani, 2021). Tingkat pertumbuhan mengalami kenaikan pada tahun 2021, disebabkan oleh capaian pendapatan pajak daerah yang melampaui anggaran, pendapatan pajak daerah tersebut diperoleh dari lima sektor pajak yaitu pajak rokok, pajak atas air, pajak kendaraan bermotor, pajak bahan bakar dan bea balik nama kendaraan bermotor (Febriansyah, 2022). Jika dilihat selama lima tahun anggaran tersebut, Provinsi Sumatera Selatan memiliki rasio pertumbuhan rata-rata sebesar 8,23%.

Penilaian Kinerja Keuangan Daerah berdasarkan Rasio Derajat Desentralisasi

Tabel 11. Hasil Perhitungan Rasio Derajat Desentralisasi Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2017-2021

Tahun	Pendapatan Asli Daerah	Pendapatan Daerah	Rasio Derajat Desentralisasi	Kriteria
2017	3.031.633.624.303,95	8.195.968.131.799,96	36,99%	Cukup
2018	3.528.010.712.183,54	9.141.371.395.099,79	38,59%	Cukup
2019	3.494.510.853.251,62	9.280.742.072.448,62	37,65%	Cukup
2020	3.375.100.984.842,03	9.278.520.060.062,03	36,38%	Cukup
2021	3.865.463.033.085,17	9.611.291.244.667,17	40,22%	Baik
Rata-rata			37,97%	Cukup

Sumber: LRA Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2017-2021 (data diolah)

Berdasarkan tabel 11 di atas, rasio derajat desentralisasi Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan selama empat tahun berturut-turut mengalami fluktuasi. Hal ini disebabkan karena pajak daerah yang merupakan penyumbang terbesar dalam realisasi PAD Provinsi Sumatera Selatan mengalami kenaikan dan penurunan, terutama pada komponen pajak kendaraan bermotor dan bea balik nama kendaraan bermotor. Penurunan yang terjadi disebabkan oleh pelaksanaan tarif progresif atas pajak kendaraan bermotor yang belum optimal, kemudian masih terdapat puluhan kendaraan yang dipinjampakaikan namun masih memiliki tunggakan pajak kendaraan bermotor (CALK Sumsel). Adapun kenaikan yang terjadi disebabkan karena Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan menerapkan kebijakan terhadap kendaraan bekas pakai terkhusus roda dua, baik yang membeli secara tunai maupun kredit agar secepatnya dapat mengajukan bea balik nama kendaraan bermotor, guna meningkatkan kontribusi PAD dari sektor pajak bea balik nama kendaraan bermotor (Apriyani, 2020). Pada tahun 2021 tingkat persentase mengalami kenaikan yang disebabkan karena adanya sumbangsih terbesar dari pajak kendaraan bermotor. Dengan adanya kebijakan pemutihan pajak menyebabkan tingginya antusiasme masyarakat dalam membayar pajak kendaraan (Prasetyo, 2022). Jika dilihat selama lima tahun anggaran tersebut, Provinsi Sumatera Selatan memiliki rasio derajat desentralisasi rata-rata sebesar 37,97% yang termasuk kategori cukup. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan dinilai cukup mampu dalam menyelenggarakan desentralisasi jika ditinjau dari perolehan PAD dan pendapatan daerah.

5. KESIMPULAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan di atas, simpulan yang dapat diambil dari penelitian ini, yaitu:

- Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan selama tahun 2017-2021 memiliki rasio kemandirian rata-rata 63,41% dengan kategori sedang dan memiliki pola hubungan partisipatif. Hal ini disebabkan adanya peningkatan terhadap pendapatan transfer terutama pada dana alokasi khusus non fisik seperti alokasi dana BOS pendidikan dan pemberian tunjangan profesi guru PNSD, serta meningkatnya perolehan pajak daerah yang berasal dari pungutan pajak bahan bakar kendaraan bermotor (PBBKB). Hal ini menunjukkan bahwa peran Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan dinilai cukup mampu dalam melaksanakan otonomi daerahnya.
- Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan selama tahun 2017-2021 memiliki rasio efektivitas rata-rata 94,89% dengan kategori efektif. Hal ini disebabkan adanya kenaikan penerimaan pajak karena dilakukannya reformasi struktur perpajakan serta adanya kebijakan mengenai *refocusing* dan realokasi APBD sebagai bentuk percepatan penanganan COVID-19. Hal ini

menunjukkan bahwa secara umum Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan sudah efektif dalam merealisasikan penerimaan PAD.

- Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan tahun 2017-2021 memiliki rasio efisiensi rata-rata 95,19% dengan kategori kurang efisien. Hal ini disebabkan karena belanja hibah mengalami peningkatan yang dananya dialokasikan kepada organisasi kemasyarakatan serta beberapa rumah sakit, adanya peningkatan pada program pembangunan dan perluasan ruas jalan, serta adanya peningkatan pada belanja gaji pokok PNS dan belanja tambahan penghasilan PNS. Dengan meningkatnya rasio efisiensi, menunjukkan bahwa kinerja Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan dinilai belum optimal dalam menggali potensi pendapatan daerahnya, sementara itu realisasi belanja Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan lebih besar jika dibandingkan dengan realisasi pendapatan yang diperolehnya.
- Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan tahun 2017-2021 memiliki rasio pertumbuhan rata-rata 8,23%. Rasio pertumbuhan menunjukkan tren yang menurun dari tahun 2017-2020, kemudian mengalami kenaikan pada tahun 2021. Penurunan pertumbuhan disebabkan oleh pertumbuhan ekonomi global yang melambat sehingga sektor utama perekonomian Provinsi Sumatera Selatan yang berbasis komoditas ikut mengalami penurunan, terjadi penurunan pendapatan dan daya beli masyarakat serta meningkatnya angka pengangguran sebagai dampak pandemi COVID-19. Kenaikan pertumbuhan disebabkan oleh meningkatnya capaian pendapatan pajak daerah yang berasal dari pajak rokok, pajak atas air, pajak kendaraan bermotor, pajak bahan bakar dan bea balik nama kendaraan bermotor.
- Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan tahun 2017-2021 memiliki rasio derajat desentralisasi rata-rata 37,97% dengan kategori cukup. Hal ini disebabkan karena tarif progresif atas pajak kendaraan bermotor belum optimal, masih terdapat tunggakan pajak kendaraan bermotor dan adanya penerapan kebijakan terhadap kendaraan bekas pakai roda dua. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan dinilai cukup mampu dalam menyelenggarakan desentralisasi.
- Secara umum, jika ditinjau berdasarkan rasio kemandirian, efektivitas, efisiensi, pertumbuhan dan derajat desentralisasi, kinerja keuangan Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan dinilai cukup baik dalam mengelola APBD-nya.

Saran

Berdasarkan simpulan yang telah diuraikan di atas, saran yang dapat diberikan dari penelitian ini, yaitu:

1) Bagi Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan

- Berdasarkan rasio kemandirian, efektivitas, pertumbuhan dan derajat desentralisasi Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan diharapkan mampu untuk menggali dan memaksimalkan sumber-sumber pendapatan daerah. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan pelayanan sistem elektronik perpajakan, sosialisasi rutin kepada masyarakat terhadap pentingnya membayar pajak serta melakukan penegakan hukum melalui pemberian sanksi yang tegas kepada wajib pajak, mengoptimalkan pengawasan terhadap pemungutan retribusi, baik pemanfaatan jasa umum ataupun jasa usaha dan perizinan, meningkatkan penjualan aset BMD (Barang Milik Daerah) melalui lelang secara rutin dan terencana, meningkatkan kerja sama terhadap BUMD dan perusahaan swasta, mengembangkan sektor daerah yang potensial seperti pertanian, perikanan, pertambangan dan energi, mengadakan kerja sama dengan daerah lain, pihak ketiga, dan/atau lembaga atau pemerintah daerah di luar negeri sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- Berdasarkan rasio efisiensi terhadap perbelanjaan, Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan diharapkan dapat menggunakan dana belanjanya secara optimal terutama terhadap belanja operasi, agar penggunaan anggaran tersebut dapat disesuaikan dengan kebutuhan

daerahnya sehingga tidak terjadi pemborosan dana. Serta diharapkan Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan dapat lebih memperhatikan perencanaan tata kelola, pelaporan dan memberikan pertanggungjawaban terhadap penggunaan anggaran terhadap belanja tak terduga yang difokuskan dalam penanganan pandemi COVID-19, agar dana tersebut dapat digunakan dengan baik dan tepat sasaran, guna memulihkan dan merangsang kegiatan ekonomi di Provinsi Sumatera Selatan.

- 2) Bagi peneliti selanjutnya dengan topik yang sama tentang penilaian kinerja keuangan, diharapkan dapat menambah sumber data penelitian seperti data primer, dengan melakukan wawancara dan menggali data / informasi secara langsung terhadap pihak-pihak yang terkait, agar hasil penelitian yang dihasilkan menjadi lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriani, D. (2021). Dampak Pandemi, Sumsel Masuk 10 Provinsi Termiskin. <https://mediaindonesia.com/nusantara/386166/dampak-pandemi-sumsel-masuk-10-provinsi-termiskin>
- Apriani, D. (2021). Tender Lambat, Sebabkan Serapan Anggaran di Sumatra Selatan Rendah. <https://mediaindonesia.com/nusantara/449725/tender-lambat-sebabkan-serapan-anggaran-di-sumatra-selatan-rendah>
- Apriyani, D. (2020). Pemprov Sumsel Terapkan Kendaraan Bekas Bisa Langsung Balik Nama. <https://mediaindonesia.com/nusantara/282310/pemprov-sumsel-terapkan-kendaraan-bekas-bisa-langsung-balik-nama>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Badan Litbang Depdagri RI dan FISIPOL – UGM. (1991). *Pengukuran Kemampuan Keuangan Daerah Tingkat II Dalam Rangka Otonomi Daerah Yang Nyata Dan Bertanggung Jawab*.
- Bappeda Sumsel. (2020). BAPPEDA Bersama BI, BPS dan UNSRI Bahas Perkembangan Ekonomi Sumsel Terkini & Prediksi Ekonomi Makro Triwulan III 2019. <https://bappeda.sumselprov.go.id/berita/947/bappeda-bersama-bi-bps-dan-unsri-bahas-perkembangan-ekonomi-sumsel-terkini-prediksi-ekonomi-makro-triwulan-iii-2019>
- BPKAD Sumatera Selatan. Laporan Realisasi Anggaran Provinsi Sumatera Selatan. <http://bpkad.sumselprov.go.id/>. (diakses 20 Juni 2022)
- BPK Sumsel. (2021). Refocusing dan Realokasi Anggaran Terkait Penanganan Covid 19 di Pemprov Sumsel. <https://sumsel.bpk.go.id/2021/01/22/refocusing-dan-realokasi-anggaran-terkait-penanganan-covid-19-di-pemprov-sumsel/>
- BPS. (2019). Ekonomi Sumatera Selatan Triwulan IV-2018 Tumbuh 6,04 Persen. <https://sumsel.bps.go.id/pressrelease/2019/02/06/447/ekonomi-sumatera-selatan-triwulan-iv-2018-tumbuh-6-04-persen>
- CALK. Catatan Atas Laporan Keuangan. Sumatera Selatan: Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan.
- DJPB Sumsel. (2021). Kajian Fiskal Regional Provinsi Sumatera Selatan. https://djp.kemenkeu.go.id/portal/images/file_artikel/file_pdf/kfr/tw1_2021/6_Sumatera%20Selatan_TwI_2021.pdf
- DPR. (2019). Penerimaan Pajak Sumsel Capai 96 Persen. <https://www.dpr.go.id/berita/detail/id/23822/t/javascript>
- Elko, M. R. B. (2021). Sumsel optimalkan pajak daerah dari pungutan PBBKB. <https://sumsel.antaranews.com/berita/601417/sumsel-optimalkan-pajak-daerah-dari-pungutan-pbbkb>
- Febriansyah, D. (2022). PAD Sumsel 2021 Lampau Target, Tahun Ini Naik 5,68 Persen. <https://sumsel.inews.id/berita/pad-sumsel-2021-lampau-target-tahun-ini-naik-568-persen>
- Halim, A. (2007). *Akuntansi Keuangan Daerah*. Edisi Revisi. Jakarta: Salemba Empat.

- Halim, A., & Kusufi, M. S. (2012). Akuntansi Keuangan Daerah. Edisi Empat. Jakarta: Salemba Empat.
- Kemendagri. (2021). Serapan Anggaran Rendah, Pusat Terjungan Tim Asistensi ke Tujuh Provinsi. <https://www.idxchannel.com/economics/serapan-anggaran-rendah-pusat-terjungan-tim-asistensi-ke-tujuh-provinsi>
- Kepmendagri. (1996). Pedoman Penilaian dan Kinerja Keuangan.
- Mahmudi. (2016). Kinerja Keuangan Pemerintah Daerah, UPP STIM YKPN. Yogyakarta.
- MAKI. (2021). MAKI Sumsel: Korupsi APBD Dimulai Sejak Proses Tender. <https://www.klikanggaran.com/opini/pr-115966420/maki-sumsel-korupsi-apbd-dimulai-sejak-proses-tender>
- Marlissa, D. C., Murni, S., & Saerang, I. S. (2021). Analisis Kinerja Keuangan Daerah Pemerintah Kabupaten Tambrauw Provinsi Papua Barat. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 7(2), 597-604.
- Prasetyo, E. (2022). Sumsel Pasang Target Pajak Daerah Rp3,6 Triliun di Tahun 2022. <https://www.rmolsumsel.id/sumsel-pasang-target-pajak-daerah-rp36-triliun-di-tahun-2022>
- Putri, R. S., Fermansyah, D., Eliza, A., & Suharto, S. (2021). Analisis Rasio Keuangan untuk Mengukur Kinerja Keuangan Pemerintah Daerah Provinsi Lampung. *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(1), 60-72.
- Sinaga, E. J. (2016). Analisis Rendahnya Penyerapan Anggaran Kementerian/Lembaga (K/L) dan Pemerintah Daerah. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 5(2), 261-274.
- Suhardjono. (2011). Penelitian di Bidang Teknik Pengairan. Malang: Cakrawala Indonesia.
- Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Zuhri, M., & Soleh, A. (2016). Analisis Kinerja Keuangan Pemerintah Daerah Kabupaten Kaur. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2).

Halaman Persetujuan Artikel dari Dosen Pembimbing

Artikel saya berjudul

“Penilaian Kinerja Keuangan Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan Tahun Anggaran 2017-2021”

Telah selesai dikoreksi dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk dipublikasikan.

	Tanda Tangan	Tanggal
Mahasiswa :		
Amelia Aryanti		22-08-2022
Dosen Pembimbing :		
Herbirowo Nugroho, S.E., M.Si.Ak., CPIA.		22-08-2022

Analisis Kinerja Keuangan Pemerintah Desa Wanaherang Kecamatan Gunung Putri Kabupaten Bogor Tahun Anggaran 2016-2020

Riska Januarisma¹⁾, Indianik Aminah²⁾

¹⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: riska.januarisma.ak18@mhs.w.pnj.ac.id

²⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: indianik.aminah@akuntansi.pnj.ac.id

ABSTRACT

This study aims to examine how the financial performance of Wanaherang Village Government, Gunung Putri District, Bogor Regency for the period 2017-2021 with a Value for Money (VfM) concept, namely economic, efficiency, and effectiveness ratio. This research using quantitative descriptive approach with the object being research is the realization of the budget. Data collection techniques in the form of documentation. The data used in the form of secondary data. The result of the economic ratio analysis stated that Wanaherang Village in 2016-2020 was still quite good in managing and utilizing its financial resources even though the movement was fluctuating and tended to decline. The result of the efficiency ratio analysis showed that the financial performance of Wanaherang Village in that period was less efficient. The result of the effectiveness ratio analysis of Wanaherang Village of 89.29% are categorized as quite effective. This means that Wanaherang Village was good enough in setting its income target and utilizing existing sources to maximize income generation.

Keywords: *Village financial performance; economic ratio; efficiency; effectiveness; value for money.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji bagaimana kinerja keuangan Pemerintah Desa Wanaherang Kecamatan Gunung Putri Kabupaten Bogor tahun anggaran 2016-2020 dengan pendekatan konsep *Value for Money* (VfM) yaitu rasio ekonomis, efisiensi, dan efektivitas. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan objek yang diteliti adalah laporan realisasi anggaran. Teknik pengumpulan data berupa dokumentasi. Data yang digunakan berupa data sekunder. Hasil analisis rasio ekonomis menyatakan bahwa Desa Wanaherang pada tahun 2016-2020 masih cukup baik dalam mengelola dan memanfaatkan sumber keuangannya meskipun dengan pergerakan yang berfluktuatif dan cenderung menurun. Hasil analisis rasio efisiensi menunjukkan bahwa kinerja keuangan Desa Wanaherang pada periode tersebut kurang efisien. Hasil analisis rasio efektivitas Desa Wanaherang sebesar 89,29% termasuk kategori cukup efektif. Artinya Desa Wanaherang sudah cukup baik dalam membuat target pendapatannya dan memanfaatkan sumber-sumber yang ada untuk memaksimalkan perolehan pendapatan.

Kata-Kata Kunci: Kinerja keuangan desa; rasio ekonomis; efisiensi; efektivitas; *value for money*.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Negara Kesatuan Republik Indonesia memiliki sistem pemerintahan terstruktur yang terselenggara secara meluas dan menyeluruh. Seiring diberlakukannya UU No. 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah, penyelenggaraan pemerintah daerah di Indonesia telah mengalami lompatan tajam dari sentralisasi menjadi desentralisasi. Dalam upaya penerapan asas desentralisasi di Indonesia, pemerintah daerah dibagi menjadi beberapa tingkatan sesuai dengan kapasitas dan wilayah yang ditentukan. Tingkatan pemerintah yang paling dasar dan berinteraksi langsung dengan masyarakat adalah desa. Guna menunjang dalam menjalankan tugasnya untuk pembangunan dan pengembangan masyarakat, desa memiliki keuangan desa dan aset desa yang harus dikelola berdasarkan asas-asas transparan, akuntabel, partisipatif serta dilakukan dengan tertib dan disiplin anggaran (Pemendagri Nomor 20 Tahun 2018 tentang Pengelolaan Keuangan Desa).

Alat akuntabilitas yang digunakan pemerintah untuk pertanggungjawaban dan informasi keuangan bagi pihak berkepentingan seperti masyarakat luas adalah laporan keuangan (Lestari, Pertiwi, Muchlisun, Kabib, dan Anwar, 2020). Untuk menilai kinerja pemerintah desa dalam pengelolaan keuangan dapat diukur dengan menganalisis laporan keuangan. Dengan kata lain, laporan keuangan bisa menjadi alat ukur dalam menilai kinerja pemerintah desa. Salah satu parameter untuk menilai kinerja keuangan pemerintah adalah konsep *value for money*. *Value for money* dapat dikatakan sebagai inti dari pengukuran kinerja pada sebuah organisasi pemerintah yang didasarkan pada tiga elemen utama, yaitu ekonomis, efisiensi, dan efektivitas.

Penelitian ini dilakukan di Desa Wanaherang, Kecamatan Gunung Putri, Kabupaten Bogor. Desa Wanaherang memiliki potensi cukup besar dalam rangka pengembangan kemajuan desanya. Desa Wanaherang merupakan ibu kota Kecamatan Gunung Putri, dapat menentukan susunan pemerintahannya sendiri, mengatur dan mengurus rumah tangganya, serta memiliki kekayaan dan aset keuangan desa. Selain itu, di Desa Wanaherang terdapat sentra penjualan keramik dan granit yang turut andil dalam mendorong kemajuan desa.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Desa Wanaherang selama periode 2016-2020 cenderung fluktuatif dengan tingkat kenaikan/ penurunan yang cukup tajam. Namun di sisi lain, selalu ada permasalahan yang dihadapi oleh pemerintah desa setiap tahunnya dalam kurun waktu 2016-2020 seperti bencana alam, rusaknya fasilitas umum, dan pandemi covid-19. Upaya yang ditempuh pemerintah dalam menanggulangi permasalahan tersebut masih bergantung pada bantuan dari Pemda Kabupaten Bogor. Hal ini menimbulkan pertanyaan bagaimana kinerja Pemerintah Desa Wanaherang dalam mengelola keuangannya.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis hasil pengukuran kinerja keuangan Pemerintah Desa Wanaherang berdasarkan rasio ekonomis, efisiensi, dan efektivitas pada tahun anggaran 2016-2020.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desa dan Pemerintahan Desa

Menurut UU Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa, desa adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus pemerintahan, kepentingan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa masyarakat, hak asal usul, dan/atau hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam sistem pemerintah Negara Kesatuan Republik

Indonesia. Desa merupakan unit terkecil pemerintahan, memiliki hak otonomi untuk mengatur urusan rumah tangganya yang dimaksudkan sebagai usaha kemandirian desa bahwa mereka mempunyai kemampuan sendiri dalam menjalankan pemerintahan. Pemerintah desa adalah penyelenggaraan urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia (Permendagri Nomor 20 Tahun 2018 tentang Desa).

2.2 Pengelolaan Keuangan Desa

Pengelolaan keuangan desa adalah kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan keuangan desa yang meliputi pendapatan, belanja, pembiayaan yang diatur dalam pengelolaan keuangan desa yang dapat dinilai dengan uang dengan periodisasi satu tahun anggaran (Nugroho dan Suprpto, 2021). Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2018 tentang Pengelolaan Keuangan Desa pasal 2 ayat (1), “Keuangan desa dikelola berdasarkan asas-asas transparan, akuntabel, partisipatif serta dilakukan dengan tertib dan disiplin anggaran”.

2.3 Laporan Keuangan Sektor Publik dan Pemerintahan

Menurut Kawatu (2019), laporan keuangan organisasi sektor publik merupakan komponen penting untuk menciptakan akuntabilitas sektor publik. Laporan keuangan pemerintah adalah representasi posisi keuangan dalam lingkup pemerintahan. Dalam Peraturan pemerintah Nomor 71 Tahun 2010 tentang Standar Akuntansi Pemerintah, komponen laporan keuangan pemerintah terdiri dari laporan pelaksanaan anggaran (*budgetary reports*) dan laporan finansial, sehingga seluruh komponen laporan keuangan pemerintah menjadi laporan realisasi anggaran, laporan perubahan saldo anggaran lebih, neraca, laporan operasional, laporan arus kas, laporan perubahan ekuitas, dan catatan atas laporan keuangan.

2.4 Laporan Keuangan Desa

Pemberlakuan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa menetapkan entitas desa sebagai entitas pelaporan. Untuk memenuhi prinsip transparansi dan akuntabilitas, maka kepala desa wajib untuk menyusun dan menyampaikan laporan atas pelaksanaan tugas, kewenangan, hak, dan kewajibannya dalam pengelolaan keuangan desa (Nugroho dan Suprpto, 2021). Penyusunan laporan keuangan desa didasarkan pada Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2018 tentang Pengelolaan Keuangan Desa yang mengacu pada Standar Akuntansi Pemerintahan yang tertuang dalam Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2010. Komponen laporan keuangan desa terdiri atas laporan realisasi APBDes dan catatan atas laporan keuangannya, laporan realisasi kegiatan, serta daftar program sektoral atau program daerah dan program lainnya yang masuk ke desa.

2.5 Kinerja Keuangan

Menurut Fahmi (dalam Poli et al., 2020) yang dimaksud dengan kinerja keuangan adalah hasil atau ukuran suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu organisasi tertentu telah melaksanakan kegiatannya dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar. Indikator kinerja harus dapat memberikan manfaat kepada pihak internal yaitu berperan untuk menunjukkan, memberikan indikasi atau memfokuskan perhatian pada bidang yang relevan dilakukan tindakan perbaikan maupun kepada pihak eksternal yaitu mengontrol dan sekaligus memberikan informasi dalam rangka mengukur tingkat akuntabilitas publik. Keberhasilan atau kinerja sebuah organisasi akan dinilai baik jika organisasi tersebut dapat menyelenggarakan tugas dan tanggung jawabnya dalam upaya mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan kualitas atau standar yang tinggi namun dengan biaya yang murah. Artinya organisasi berkinerja pada level yang ekonomi, efisien, dan efektif.

2.6 Value for Money

Value for money merupakan sebuah konsep dalam pengukuran kinerja. Menurut Kerjasama Pemerintah dan Badan Usaha (KPBU) Kementerian Keuangan Republik Indonesia, *value for money* merupakan indikator kinerja sebuah sektor publik yang memberikan informasi apakah anggaran (dana) yang dibelanjakan menghasilkan suatu nilai tertentu bagi masyarakatnya. *Value for money* menghendaki segala sumber daya publik digunakan dengan prinsip ekonomi, efisien, dan efektif dalam rangka mencapai tujuan yang diinginkan. *Value for money* dalam organisasi sektor publik diperlukan untuk memastikan seluruh sumber daya digunakan dengan sebaik-baiknya untuk memaksimalkan kualitas pelayanan publik dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Mardiasmo, 2018). Pengembangan indikator kinerja sebaiknya memusatkan perhatian pada pertanyaan mengenai ekonomis, efisiensi, dan efektivitas program dan kegiatan.

1. Ekonomis

Ekonomis dapat didefinisikan sebagai hubungan antara pasar dan masukan (*cost of input*). Sebuah aktivitas dapat disebut ekonomis jika kegiatan tersebut mampu mengurangi atau bahkan menghilangkan biaya yang tidak penting.

$$\text{Rasio ekonomis} = \frac{\text{Realisasi belanja}}{\text{Anggaran belanja}} \times 100\%$$

Tabel 1. Klasifikasi pengukuran ekonomis

Persentase	Kriteria
>100%	Sangat Ekonomis
90% - 100%	Ekonomis
80% - 90%	Cukup Ekonomis
60% - 80%	Kurang Ekonomis
<60%	Tidak Ekonomis

Sumber: Kepmendagri No.600.900-327

2. Efisiensi

Efisiensi (berdaya guna) memiliki makna yang berkaitan dengan aspek-aspek produktivitas. Operasional kegiatan dapat dinilai efisien apabila hasil kerja atau suatu produk bisa diperoleh dengan memanfaatkan sumber daya yang serendah-rendahnya.

$$\text{Rasio efisiensi} = \frac{\text{Realisasi belanja}}{\text{Realisasi pendapatan}} \times 100\%$$

Tabel 2. Klasifikasi pengukuran efisiensi

Persentase	Kriteria
>100%	Tidak Efisien
90% - 100%	Kurang Efisien
80% - 90%	Cukup Efisien
60% - 80%	Efisien
<60%	Sangat Efisien

Sumber: Kepmendagri No.600.900-327

3. Efektivitas

Efektivitas (berhasil guna) berkaitan dengan tujuan atau sasaran yang harus dicapai. Sebuah program atau kegiatan dapat dikatakan efektif apabila tujuan atau sasaran dari program atau kegiatan tercapai dengan baik sesuai yang telah ditetapkan.

$$\text{Rasio efektivitas} = \frac{\text{Realisasi pendapatan}}{\text{Target pendapatan}} \times 100\%$$

Tabel 3. Klasifikasi pengukuran efektivitas

Persentase	Kriteria
>100%	Sangat Efektif
90% - 100%	Efektif
80% - 90%	Cukup Efektif
60% - 80%	Kurang Efektif
<60%	Tidak Efektif

Sumber: Kepmendagri No.600.900-327

2.7 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah menganalisis kinerja keuangan pemerintah desa dengan konsep *value for money* melalui laporan realisasi anggaran yang termuat dalam Laporan Penyelenggaraan Pemerintahan Desa apakah sudah terlaksana secara ekonomis, efisien, dan efektif. Berikut skema kerangka pemikiran penelitian ini:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber: data diolah, 2022

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan kejadian-kejadian secara apa adanya. Lehmann dalam Yusuf (2014) berpendapat bahwa penelitian kuantitatif adalah salah satu jenis penelitian yang bertujuan mendeskripsikan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai

Prosiding SNAM PNJ (2020). Riska Januarisma, Indianik Aminah. Kode Paper: SNAM 00 fakta dan sifat populasi tertentu, atau mencoba menggambarkan fenomena secara detail. Objek penelitian ini adalah laporan realisasi anggaran yang termuat dalam Laporan Penyelenggaraan Pemerintah desa (LPP Desa) tahun anggaran 2016-2020. Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel non-probability sampling dengan jenis purposive sampling yaitu metode pengambilan sampel yang terbatas pada siapa yang dapat memberikan data, baik karena hanya mereka yang memiliki data atau mereka yang termasuk ke dalam kriteria penelitian (Sekaran dan Bougie, 2016). Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data kuantitatif dengan sumber data sekunder. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka dan bilangan, lalu data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada dimana peneliti sebagai tangan kedua (Siyoto, Sodik, 2015). Teknik pengumpulan data yang diterapkan dalam penelitian ini ialah dokumentasi. Dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan cara mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda, dan sebagainya (Siyoto, Sodik, 2015). Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, yaitu dengan cara mengumpulkan, mengolah, dan menyajikan data yang diperoleh sehingga dapat memberikan keterangan yang lengkap dan benar agar pihak lain lebih mudah memperoleh gambaran mengenai sifat/ karakteristik objek dari data tersebut.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Desa Wanaherang adalah salah satu desa yang berada di Kecamatan Gunung Putri Kabupaten Bogor dengan luas wilayah 669.721 km². Secara geografis, Desa Wanaherang berbatasan dengan Desa Nagrak di sebelah utara, Kecamatan Cileungsi di sebelah timur, Desa Cicadas di sebelah selatan, dan Desa Cikeas Udik di sebelah barat. Per 31 Desember 2020, Desa Wanaherang memiliki jumlah penduduk sebanyak 29.837 orang. Jumlah tersebut terdiri dari 15.150 orang laki-laki, 14.687 orang perempuan, dan 10.976 orang diantaranya adalah kepala keluarga. Topografis Desa Wanaherang secara umum termasuk dataran rendah dengan ketinggian wilayah berada pada 109 meter di atas permukaan laut. Pemanfaatan wilayah sebagian besar diperuntukkan untuk pemukiman seluas 231.251 meter persegi dan tanah ladang seluas 171.900 meter persegi. Secara administratif, wilayah Desa Wanaherang terdiri dari lima dusun dengan 26 rukun warga dan 96 rukun tetangga. Desa Wanaherang memiliki visi terwujudnya masyarakat yang bertakwa, cerdas, berdaya, berbudaya dalam rangka mewujudkan Desa Wanaherang sebagai desa termaju di Kabupaten Bogor. Makna pernyataan visi tersebut dimaksudkan pada penyelenggaraan pemerintahan melalui pemberian pelayanan terbaik, bermutu, dan berkualitas untuk semua jenis pelayanan dari Pemerintah Desa Wanaherang kepada masyarakat sehingga pelayanan menjadi lebih baik, lebih cepat, dan lebih murah untuk memenuhi kebutuhan serta kepuasan publik sesuai dengan ketentuan dan peraturan perundang-undangan.

4.1.2 Hasil Perhitungan Tingkat Ekonomis

Tabel 4. Tingkat ekonomis kinerja keuangan Desa Wanaherang 2016-2020

Tahun	Realisasi Belanja (Rp)	Anggaran Belanja (Rp)	Rasio Ekonomis	Kriteria Keuangan
2016	3.194.735.458	3.029.735.548	105,45%	Sangat ekonomis
2017	3.057.004.000	3.121.582.964	97,93%	Ekonomis
2018	2.351.536.101	2.353.875.942	99,90%	Ekonomis

2019	3.294.741.982	3.415.182.957	96,47%	Ekonomis
2020	1.456.413.800	3.578.521.590	40,70%	Tidak ekonomis
Rata-rata rasio ekonomis			88,09%	Cukup ekonomis

Sumber: data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4, realisasi belanja tertinggi terjadi pada tahun 2019 sebesar Rp3.294.741.982, sedangkan terendah pada tahun 2020 yakni sebesar Rp1.456.413.800. Tahun 2020 menjadi anggaran tertinggi dengan jumlah Rp3.578.521.590, sedangkan anggaran terendah adalah tahun 2018 yakni sebesar Rp2.353.875.942. Hasil perhitungan rasio ekonomis menunjukkan nilai yang berfluktuatif namun cenderung mengalami penurunan. Rasio ekonomis terbesar adalah tahun 2016 yaitu sebesar 105,45% dan menurun menjadi 97,93% di tahun 2017. Tahun berikutnya, nilai rasio ekonomis meningkat sebesar 1,97% menjadi 99,90%, dan kembali menurun di tahun 2019 dan 2020. Nilai rasio terendah terjadi di tahun 2020 dengan penurunan 55,77% menjadi 40,70%.

4.1.3 Hasil Perhitungan Tingkat Efisiensi

Tabel 5. Tingkat efisiensi kinerja keuangan Desa Wanaherang 2016-2020

Tahun	Realisasi Belanja (Rp)	Realisasi Pendapatan (Rp)	Rasio Efisiensi	Kriteria Keuangan
2016	3.194.735.458	3.194.735.458	100,00%	Kurang efisien
2017	3.057.004.000	3.121.257.216	97,94%	Kurang efisien
2018	2.351.536.101	3.060.471.139	76,84%	Efisien
2019	3.294.741.982	3.220.347.726	102,31%	Tidak Efisien
2020	1.456.413.800	1.607.452.079	90,60%	Kurang efisien
Rata-rata rasio efisiensi			93,54%	Kurang efisien

Sumber: data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 5, realisasi belanja tertinggi terjadi pada tahun 2019 sebesar Rp3.294.741.982 dan terendah pada tahun 2020 yakni sebesar Rp1.456.413.800. Realisasi pendapatan tahun 2019 menjadi realisasi pendapatan tertinggi dengan jumlah Rp3.220.347.726 dan terendah terjadi pada tahun 2020 yakni sebesar Rp1.607.452.079. Hasil perhitungan rasio efisiensi menunjukkan nilai yang berfluktuatif. Pada tahun 2016 nilai rasio efisiensi adalah 100% dan menurun 2,06% di tahun selanjutnya. Nilai rasio efisiensi terendah terjadi pada tahun 2018 dengan nilai rasio 76,84%. Tahun berikutnya, kinerja keuangan mencapai tingkat efisiensi tertinggi dengan nilai rasio efisiensi 102,31%. Tahun 2020, nilai rasio efisiensi kembali menurun 11,71% menjadi 90,60%.

4.1.4 Hasil Perhitungan Tingkat Efektivitas

Tabel 6. Tingkat efektivitas kinerja keuangan Desa Wanaherang 2016-2020

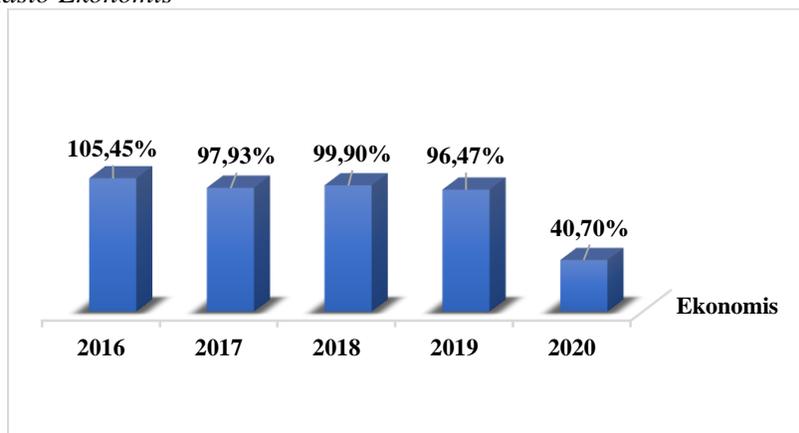
Tahun	Realisasi Pendapatan (Rp)	Target Pendapatan (Rp)	Rasio Efektivitas	Kriteria Keuangan
2016	3.194.735.458	3.029.735.548	105,45%	Sangat efektif
2017	3.121.257.216	3.440.712.974	90,72%	Efektif
2018	3.060.471.139	2.953.765.978	103,61%	Sangat efektif
2019	3.220.347.726	3.220.347.726	100,00%	Efektif
2020	1.607.452.079	3.444.188.057	46,67%	Tidak efektif
Rata-rata rasio efektivitas			89,29%	Cukup efektif

Sumber: data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 6, pendapatan tertinggi terjadi pada tahun 2019 yaitu Rp3.220.347.726, sedangkan terendahnya terjadi pada tahun 2020 yakni sebesar Rp1.607.452.079. Target pendapatan tahun 2020 menjadi target pendapatan tertinggi dengan jumlah Rp3.444.188.057 dan terendah ada pada tahun 2018 yakni sebesar Rp2.953.765.978. Hasil perhitungan rasio efektivitas menunjukkan nilai yang berfluktuatif. Pada tahun 2016 menjadi tahun dengan nilai rasio efektivitas tertinggi yaitu sebesar 105,45%. Akan tetapi menurun menjadi 90,72% di tahun 2017. Tahun berikutnya, nilai rasio ekonomis meningkat sebesar 12,89% menjadi 103,61%, dan kembali menurun di tahun 2019 dan 2020. Nilai rasio terendah terjadi pada tahun 2020 dengan penurunan tajam 53,33% menjadi 46,67%.

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

4.2.1 Analisis Rasio Ekonomis



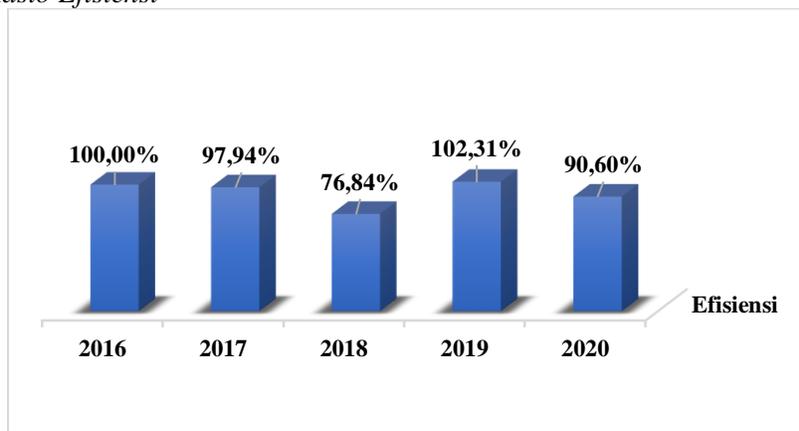
Gambar 2. Grafik tingkat ekonomis kinerja keuangan tahun 2016-2020

Sumber: data diolah, 2022

Hasil perhitungan rasio ekonomis menunjukkan nilai yang berfluktuatif namun cenderung mengalami penurunan. Pada tahun 2016 menjadi tahun dengan nilai rasio ekonomis terbesar yaitu sebesar 105,45%. Rasio ekonomis tahun ini berada pada kategori sangat ekonomis. Hal ini kemungkinan karena pada tahun 2016 terjadi realisasi belanja yang melebihi anggarannya. Pos-pos belanja tersebut yaitu belanja bidang pembinaan kemasyarakatan dengan realisasi Rp360.0000.000 sedangkan anggarannya hanya Rp210.000.000, dan belanja bidang pemberdayaan masyarakat dengan realisasi Rp 428.000.000 sedangkan jumlah belanja yang dianggarkan hanya Rp413.000.000. Kemudian, rasio ekonomis turun 7,53% menjadi 90,72% di tahun 2017. Tahun berikutnya, nilai rasio ekonomis meningkat sebesar 9,18% menjadi 99,90%. Pada 3 tahun tersebut Desa Wanaherang tidak mampu mencapai realisasi belanja pada pos-pos belanja tertentu sesuai dengan anggaran yang telah ditetapkan, namun selisih realisasinya tidak terlalu jauh. Contohnya pada 2017 realisasi belanja barang dan jasa Rp577.552.000, berada di bawah anggarannya Rp641.740.964. Nilai rasio terendah terjadi pada tahun 2020 dengan penurunan tajam 55,77% menjadi 40,70% karena realisasi belanja pada semua pos belanja berada di bawah anggaran yang telah ditetapkan sebelumnya dengan selisih yang besar. Pos-pos tersebut yaitu belanja penyelenggaraan pemerintahan desa dengan realisasi Rp730.524.000 sedangkan anggarannya Rp1.679.573.483, belanja bidang pelaksanaan pembangunan dengan selisih kurang realisasi dan anggarannya sebesar Rp784.350.683, belanja bidang pembinaan kemasyarakatan dengan selisih kurang realisasi sejumlah Rp290.400.000, dan belanja bidang pemberdayaan masyarakat dengan realisasi Rp20.400.000 sedangkan anggarannya 45.750.000. Keadaan ini

mengindikasikan bahwa Desa Wanaherang membuat anggaran belanja yang terlalu tinggi untuk tahun 2020, mengingat realisasi pendapatan tahun 2020 menurun drastis karena sedang terjadi pandemi covid-19. Di sisi lain, rata-rata tingkat ekonomis kinerja keuangan Desa Wanaherang tahun 2016-2020 sebesar 88,09%. Hal ini menunjukkan bahwa Desa Wanaherang pada periode tersebut masih cukup baik dalam mengelola dan memanfaatkan sumber atau *resource* keuangannya meskipun dengan pergerakan yang berfluktuatif dan cenderung menurun.

4.2.2 Analisis Rasio Efisiensi

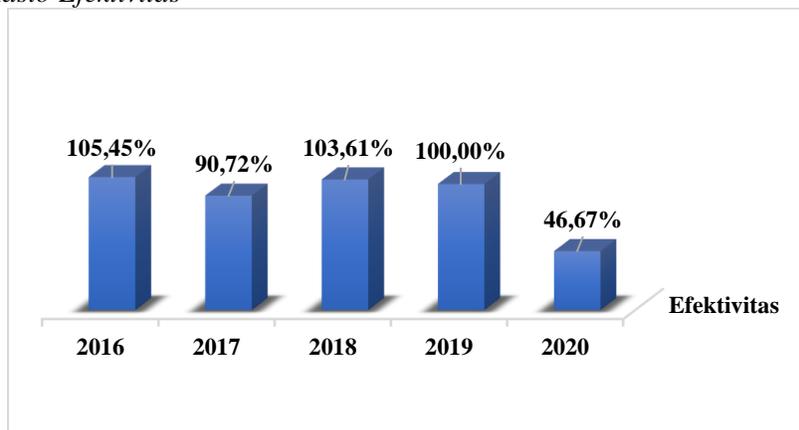


Gambar 3. Grafik tingkat efisiensi kinerja keuangan tahun 2016-2020

Sumber: data diolah, 2022

Hasil perhitungan rasio efisiensi menunjukkan nilai yang berfluktuatif. Pada tahun 2016 dan 2017, nilai rasio efisiensi berturut-turut adalah 100% dan 97,94%. Kinerja keuangan Desa Wanaherang pada dua tahun ini berada pada kategori kurang efisien. Nilai rasio efisiensi terendah atau dengan kata lain tingkat efisiensi paling baik yang dicapai Desa Wanaherang terjadi pada tahun 2018 dengan nilai rasio 76,84%. Tahun berikutnya, kinerja keuangan mencapai nilai rasio efisiensi tertinggi atau kinerja paling tidak efisien dengan nilai rasio efisiensi 102,31%. Tahun 2020, nilai rasio efisiensi kembali menurun 11,71% menjadi 90,60%. Rata-rata tingkat efisiensi kinerja keuangan Desa Wanaherang tahun 2016-2020 sebesar 93,54%. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja keuangan Desa Wanaherang pada periode tersebut dilihat dari perspektif efisiensi termasuk kurang efisien. Keadaan kurang efisien ini terlihat pula dari hubungan antara *output* yang diperoleh (realisasi pendapatan) dengan *input* yang dipakai (realisasi belanja) yang hampir seimbang. Artinya Desa Wanaherang banyak menggunakan pendapatannya untuk belanja dan sedikit menyisakan dana untuk alternatif di masa mendatang. Desa Wanaherang masih harus berbenah untuk bisa meningkatkan efisiensi kinerjanya, baik itu dengan cara memaksimalkan perolehan pendapatan, maupun dengan meminimalisasi pengeluaran.

4.2.3 Analisis Rasio Efektivitas



Gambar 4. Grafik tingkat efektivitas kinerja keuangan tahun 2016-2020

Sumber: data diolah, 2022

Hasil perhitungan rasio efektivitas menunjukkan nilai yang berfluktuatif. Pada tahun 2016 menjadi tahun dengan nilai rasio efektivitas tertinggi yaitu sebesar 105,45% dan termasuk kategori sangat efektif. Semua realisasi pos pendapatan mencapai targetnya, bahkan terdapat 2 pos pendapatan yang melebihi target pendapatan yang sudah ditetapkan sebelumnya. Kedua pos itu adalah pendapatan asli desa dan pendapatan lain-lain desa yang sah. Akan tetapi pada tahun 2017, rasio efektivitasnya menurun menjadi 90,72%. Hal ini karena realisasi beberapa pos pendapatan seperti pendapatan asli desa, bantuan keuangan dari pemerintah kabupaten, serta pendapatan hubah dan sumbangan pihak ketiga tidak mencapai targetnya. Tahun berikutnya, nilai rasio ekonomis meningkat sebesar 12,89% menjadi 103,61%, dan kembali menurun di tahun 2019 dan 2020. Kinerja keuangan tahun 2017 dan 2019 termasuk kategori efektif. Nilai rasio terendah terjadi pada tahun 2020 dengan penurunan tajam dari 53,33% pada tahun sebelumnya menjadi 46,67%. Pandemi covid-19 menjadi penyebab utamanya. Realisasi pendapatan desa menurun dan hanya memperoleh pendapatan dari pos dana desa, pajak dan retribusi, dan alokasi dana desa. Tahun 2020 ini, kinerja keuangan desa dikategorikan tidak efektif. Rata-rata tingkat efektivitas Desa Wanaherang tahun 2016-2020 sebesar 89,29%. Jadi dapat dikatakan bahwa kinerja keuangan Desa Wanaherang periode 2016-2020 cukup efektif dan mencapai tujuannya dengan cukup baik. Artinya Desa Wanaherang sudah cukup baik dalam membuat target pendapatannya dan memanfaatkan sumber-sumber yang ada untuk memperoleh realisasi pendapatan.

4.3 Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, kinerja keuangan Pemerintah Desa Wanaherang Kecamatan Gunung Putri Kabupaten Bogor periode 2016-2020 mendapat kategori “cukup” untuk tingkat ekonomis dan efektivitasnya, serta kategori “kurang” untuk tingkat efisiensi. Implikasi atau dampak dari kinerja keuangan yang cukup ekonomis ini dapat terlihat dari beberapa hal, seperti terpenuhinya kebutuhan biaya operasional tetap, tunjangan/ tambahan penghasilan kepala desa dan perangkat desa sehingga hasil yang dicapai yaitu adanya peningkatan disiplin dan kinerja aparatur desa. Selain itu, tersedianya kebutuhan biaya operasional ketua RT dan RW, termasuk belanja barang dan jasa serta belanja modal sehingga hasil yang dicapai yaitu adanya motivasi kerja dan pemenuhan kebutuhan pelayanan yang baik terhadap masyarakat.

Implikasi dari hasil kinerja keuangan Pemerintah Desa Wanaherang yang cukup efektif seperti pembangunan dan perbaikan beberapa ruas jalan dengan betonisasi sehingga transportasi dan mobilisasi masyarakat Desa Wanaherang lebih lancar. Selain itu, kinerja keuangan yang cukup efektif juga terlihat pada pembangunan gedung posyandu di Kampung Parung Dengdek (salah satu kampung yang ada di Desa Wanaherang) sehingga meningkatkan pelayanan kesehatan kepada masyarakat, pembangunan saluran air di Kampung Tlajung (salah satu kampung yang ada di Desa Wanaherang dalam upaya penanggulangan banjir di musim penghujan serta memperlancar saluran air untuk limbah rumah tangga, serta terbentuknya badan usaha milik desa (BUMDES) yang berbadan hukum dan mempunyai akta notaris, anggaran dasar dan anggaran rumah tangga (AD/ART), serta kepengurusannya. Adapun dampak atau implikasi dari kinerja keuangan Pemerintah Desa Wanaherang yang kurang efisien adalah tertundanya realisasi anggaran untuk inovasi desa berupa pembuatan tribun lapangan sepak bola Desa Wanaherang akibat relokasi dana untuk penanganan pandemi Covid-19.

Penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi kinerja bagi Pemerintah Desa Wanaherang untuk peningkatan yang lebih baik di masa mendatang. Kinerja keuangan pemerintah desa yang baik dan maksimal akan berdampak baik juga pada masyarakatnya, karena desa merupakan struktur pemerintahan terkecil dan terdekat yang bersinggungan langsung dengan masyarakat.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Rata-rata tingkat ekonomis kinerja keuangan Desa Wanaherang tahun 2016-2020 sebesar 88,09%. Hal ini menunjukkan bahwa Desa Wanaherang pada periode tersebut masih cukup baik dalam mengelola dan memanfaatkan sumber atau *resource* keuangannya meskipun dengan pergerakan yang berfluktuatif dan cenderung menurun.
2. Rata-rata tingkat efisiensi kinerja keuangan Desa Wanaherang tahun 2016-2020 sebesar 93,54% dan termasuk kurang efisien. Hal ini tergambar dari hubungan antara *output* yang diperoleh (realisasi pendapatan) dengan *input* yang dipakai (realisasi belanja) yang hampir seimbang. Artinya Desa Wanaherang masih harus berbenah untuk bisa memaksimalkan perolehan pendapatan diiringi dengan meminimalkan pengeluaran.
3. Berdasarkan rasio efektivitas, meskipun pada tahun 2020 kinerja keuangan Desa Wanaherang termasuk tidak efektif, namun ditinjau dari rata-rata tingkat efektivitas Desa Wanaherang tahun 2016-2020 sebesar 89,29%. Jadi dapat dikatakan bahwa kinerja keuangan Desa Wanaherang periode 2016-2020 cukup efektif dalam menyusun anggaran atau target pendapatannya dan memanfaatkan sumber-sumber yang ada untuk memperoleh realisasi pendapatan yang maksimal.

5.2 Saran

Berdasarkan Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis merangkum beberapa saran yang dapat diberikan, yaitu sebagai berikut.

5.2.1 Bagi Pemerintah Desa

1. Diharapkan dapat membuat anggaran belanja yang sesuai dengan kebutuhan dan memang sejumlah nilai yang hendak direalisasikan sehingga realisasi belanja mampu mencapai anggaran yang telah ditetapkan dan mencapai tingkat ekonomis yang baik.
2. Pemerintah Desa Wanaherang diharapkan mampu meningkatkan sumber pendapatan desa. Misalnya dari sektor pendapatan asli desa seperti retribusi daerah, mengembangkan badan usaha milik desa (bumdes), maupun unit usaha desa lainnya.

3. Pemerintah desa diharapkan untuk membuat target pendapatan sesuai dengan realisasi yang mampu diwujudkan sehingga tingkat efektivitas kinerja keuangan dapat meningkat.

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya, penulis berharap akan ada penelitian yang pengukuran kinerja sektor publik tidak hanya pada pemerintah daerah tingkat desa, tapi juga pada pemerintahan daerah tingkat lainnya. Misalnya pada pemerintah daerah tingkat kecamatan atau kotamadya. Selain itu, pengukuran kinerja juga dapat diukur dari indikator lainnya dan tidak terbatas pada indikator keuangan saja.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Fitriyah, S. (2021). *Analisis Rasio Keuangan Sebagai Penilaian Kinerja Keuangan Desa Jagapura Lor Kecamatan Gegecik Kabupaten Cirebon Tahun Anggaran 2016-2020*. Depok: Politeknik Negeri Jakarta.
- Hartati, et al. (2022). *Pengukuran Kinerja Sektor Publik: Teori dan Aplikasi*. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Husain, H. (2020). *Analisis Kinerja Keuangan Pemerintah Desa Baroko Kecamatan Baroko Kabupaten Enrekang*. Makassar: Universitas Muhammadiyah.
- Kawatu, F.S. (2019). *Analisis Laporan Keuangan Sektor Publik*. Sleman: Deepublish Publisher.
- Keputusan Menteri Dalam Negeri No. 600.900-327 Tahun 1996 tentang Pedoman Penilaian Kinerja Keuangan.
- Kerja Sama Pemerintah dengan Badan Usaha. (n.d). *Value for Money (VfM)*. Jakarta: Kementerian Keuangan. <https://kpbu.kemenkeu.go.id/read/21-18/pjpk/persyaratan-proyek/value-for-money-vfm#:~:text=Value%20for%20Money%20merupakan%20sebuah,ekonomi%2C%20efisien%2C%20dan%20efektif.> (Diakses 13/5/2022).
- Lestari, D.D., Pertiwi, I.B., Muchlisun, M., Kabib, N., & Anwar, S. (2020). *Analisis Kinerja Keuangan Pemerintah Desa Bejalen Kecamatan Ambarawa, Kabupaten Semarang Tahun 2017-2018*. Intelektiva: Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora, 1(9).
- Nugroho, R., & Suprpto, F.A. (2021). *Manajemen Keuangan Desa Bagiab 3: Pelaksanaan Keuangan Desa*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Mahmudi. (2016). *Akuntansi Sektor Publik*. Yogyakarta: UII Press Yogyakarta.
- Mahsun, M. (2018). *Pengukuran Kinerja Sektor Publik*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi & Bisnis UGM.
- Mardiasmo. (2018).. Yogyakarta *Otonomi & Manajemen Keuangan Daerah*: Andi Publisher.Pemerintah Desa Wanaherang. (2020). *Laporan Penyelenggaraan Pemerintahan Desa Akhir Masa Jabatan Desa Wanaherang Kecamatan Gunungputri Kabupaten Bogor Periode 2015-2020*. Pemerintah Desa Wanaherang. (2020). *Profil Wilayah*. <https://wanaherang.desa.id/index.php/artikel/2020/3/1/profile-wilayah>. (Diakses 1/8/2022).
- Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 20 Tahun 2018 tentang Pengelolaan Keuangan Desa.
- Saleh, C., Sangadji, S., Sumartono, & Domai,T. (2020). *Akuntabilitas Kinerja Anggaran Pemerintah Daerah*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. New York: John Wiley & Sons.
- Seran, M.S. (2021). *Value for Money: Suatu Analisis Pengaruh Kinerja Pemerintah Desa terhadap Pengelolaan Keuangan Desa pada Desa Subun Bestobe*. Transparansi: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi, 4(1), pp.94-101.
- Siyoto, S., & Sodik, M.A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Sleman: Literasi Media Publishing.
- Undang-undang No. 6 Tahun 2014 tentang Desa.
- Undang-undang No. 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah.
- Yusuf, A.M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenada Media.

Halaman Persetujuan Artikel dari Dosen Pembimbing

Artikel saya berjudul

Analisis Kinerja Keuangan Pemerintah Desa Wanaherang Kecamatan Gunung Putri Kabupaten Bogor Tahun Anggaran 2016-2020

Telah selesai dikoreksi dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk dipublikasikan.

		Tanda tangan	Tanggal
Mahasiswa	: Riska Januarisma	()	29 Agustus 2022
Dosen Pembimbing	: Indianik Aminah, S.E., M.M.	()	29 Agustus 2022

Analisis Pengaruh *Brand awareness*, Tingkat Religiusitas, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Bertransaksi Konsumen Hijup Sebagai *the First Islamic Fashion E-commerce in The World*

Alya Nugrahanti Ruriana¹, Dr. Sylvia Roza, S.E., M.M.²

Politeknik Negeri Jakarta, Jurusan Akuntansi, Jl. Prof. Dr. G. A. Siwabessy, Kampus Baru UI,
Depok, 16424, Indonesia

alyaruriana@gmail.com, Sylvia.rozza@akuntansi.pnj.ac.id

ABSTRACT

This study aims to test brand awareness, level of religiosity, and ease of use of transaction decisions on sharia-based e-commerce Hijup. This research was conducted because there is a gap between Hijup which is the first Islamic fashion e-commerce in the world should have become the main choice of the community in terms of purchasing Muslim fashion products plus Indonesia with the majority population of Islamic religion but does not make Hijup the main choice of the community. Sampling was carried out using purposive sampling techniques with a total of 139 respondents. The data used are primary data with questionnaires shared online via google form. The analysis method used is structural equation modeling (SEM) with Lisrel 8.8 software. The results of the study, namely brand awareness have a positive insignificant effect on transaction decisions, while the level of religiosity and ease of use has a positive significant effect on transaction decisions.

Keywords: *Hijup; Brand awareness; Level of Religiosity; Ease of Use; Transaction Decision; E-commerce.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji *brand awareness*, tingkat religiusitas, dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan bertransaksi pada *e-commerce* berbasis syariah Hijup. Penelitian ini dilakukan sebab adanya kesenjangan antara Hijup yang merupakan *the first Islamic fashion e-commerce in the world* yang seharusnya sudah menjadi pilihan utama masyarakat dalam hal pembelian produk *fashion* muslim ditambah Indonesia dengan penduduk mayoritas bergama Islam tetapi tidak menjadikan Hijup pilihan utama masyarakat. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 139 responden. Data yang digunakan adalah data primer dengan kuesioner yang dibagikan secara *online* melalui *google form*. Metode analisis yang digunakan adalah *structural equation modelling* (SEM) dengan *software* Lisrel 8.8. Hasil penelitian yaitu *brand awareness* berpengaruh positif

¹ Corresponding author. E-mail: alyaruriana@gmail.com

tidak signifikan terhadap keputusan bertransaksi, sedangkan tingkat religiusitas dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan bertransaksi.

Kata-Kata Kunci: Hijup; *Brand awareness*; Tingkat Religiusitas; Kemudahan Penggunaan; Keputusan Bertransaksi; *E-commerce*.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis setiap tahunnya dipengaruhi oleh adanya pemanfaatan teknologi, yaitu internet. Dengan adanya internet, para perusahaan memanfaatkannya sebagai sarana pemasaran secara *online* atau disebut juga *e-marketing*. *E-marketing* digunakan untuk memberitahukan, mengomunikasikan, mempromosikan, serta menjual produk dan jasa mereka kepada pembeli. Jumlah pengguna internet di Indonesia juga mengalami kenaikan. Di tahun 2019, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 196 juta jiwa dari total populasi penduduk Indonesia sebanyak 266 juta jiwa dengan tingkat pertumbuhan sebesar 8,9%. Pada awal 2021, pengguna internet di Indonesia mencapai 202,6 juta jiwa, meningkat 15,5% atau 27 juta jiwa jika dibandingkan pada Januari 2020. Total jumlah penduduk Indonesia sendiri saat ini adalah 274,9 juta jiwa dengan jumlah penetrasi internet di Indonesia pada awal 2021 mencapai 73,7%. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), rata-rata durasi masyarakat Indonesia menggunakan internet adalah sebesar 8 jam keatas perhari dengan alasan Sosial Media (51.5%), Kerja (32.9%), dan terdapat pula alasan Belanja *Online* (1.3%). Dikarenakan adanya alasan Belanja *Online* tersebut, sampai-sampai Bank Indonesia (BI) memproyeksikan persaingan *e-commerce* terus meningkat.

Salah satu *e-commerce* di Indonesia yaitu Hijup yang berdiri pada tahun 2011 sebagai *Islamic fashion e-commerce* pertama di dunia. Hijup menyediakan berbagai macam produk terbaik desainer *fashion* Muslim Indonesia. Memiliki konsep *online mall*, Hijup menyediakan berbagai *modest fashion items* dan selalu memposisikan dirinya sebagai perantara antara para desainer dengan calon pembeli di seluruh dunia sejak pertama didirikan. Hijup secara konsisten membawa misi mereka untuk menampilkan brand lokal Indonesia ke kancah dunia dengan memaksimalkan dunia digital untuk menarik konsumen dengan memilih Instagram, YouTube, dan *official website* sebagai media promosi.

Namun, di tengah maraknya persaingan *e-commerce* di Indonesia, Hijup masih belum masuk ke dalam kategori *e-commerce* yang paling sering digunakan konsumen untuk memenuhi kebutuhan produk *fashion* muslim dan kecantikan. Konsumen lebih memilih untuk membeli kebutuhan tersebut di toko *online* lain. Selain itu, peringkat Hijup juga menurun dari peringkat 29 menjadi peringkat 36 pada tahun 2020 dikarenakan terjadinya penurunan jumlah pengunjung bulanan pada situs *web* Hijup. Hal tersebut tentunya menjadi kesenjangan tersendiri mengingat status Hijup sebagai *Islamic fashion e-commerce* pertama di dunia dan ditambah dengan Indonesia sebagai negara dengan mayoritas Muslim yang sedang menggalakkan *halal lifestyle*, Hijup seharusnya menjadi pilihan utama bagi masyarakat Indonesia untuk memenuhi kebutuhannya dalam hal

berbelanja atau membeli produk busana muslim. Akan tetapi, hal ini tidak terjadi sebagaimana seharusnya.

Maka dari itu, peneliti melakukan survey awal menggunakan kuisisioner melalui *google form* untuk mengetahui alasan mengapa Hijup belum menjadi pilihan utama sebagai *e-commerce fashion* Muslim. Didapatkan dari 31 responden dengan rentang usia 15-50 tahun, semuanya menyatakan pernah bertransaksi di *e-commerce*. Sebanyak 17 responden menyatakan tidak mengetahui adanya *e-commerce* Hijup. Sebanyak 29 responden juga menyatakan bahwa mereka tidak pernah bertransaksi di *e-commerce* Hijup. Hal tersebut menandakan bahwa belum ada kesadaran atau awareness dari orang-orang terhadap brand Hijup, terlihat dari lebih banyak responden yang tidak mengetahui adanya Hijup dibanding yang mengetahui. Hasil survey juga menunjukkan masih rendahnya tingkat religiusitas responden. Hal ini terlihat dari 54.8% responden menyatakan bahwa bertransaksi di *e-commerce* berbasis syariah dilakukan bukan untuk menunjukkan komitmen terhadap syariat dan 64.5% responden menyatakan bahwa mereka tidak takut akan dosa ketika bertransaksi di *e-commerce* konvensional. Selain itu, rendahnya religiusitas juga ditunjukkan dari 45.2% responden menyatakan bahwa berbelanja busana Muslim tidak menyatakan religiusitas yang tinggi. Didapati pula bahwa sebagian besar responden mengalami kesulitan dalam bertransaksi melalui website Hijup. Ketika ditampilkan halaman Instagram Hijup, beberapa responden menyatakan bahwa tampilan Instagram Hijup belum jelas dan tidak mudah dimengerti. Hal tersebut menandakan adanya permasalahan pada konsumen mengenai kemudahan dalam menggunakan Hijup untuk bertransaksi.

Berdasarkan pemaparan tersebut, masih adanya gap atau kesenjangan antara data dengan fakta lapangan yang ditunjukkan melalui survey pendahuluan yang dilakukan, sehingga penulis menganggap penting untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan bertransaksi konsumen produk *fashion* Muslim pada *e-commerce* berbasis syariah, yaitu Hijup.

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh faktor *brand awareness* perusahaan terhadap keputusan bertransaksi konsumen melalui *e-commerce* Hijup.
2. Menganalisis pengaruh faktor tingkat religiusitas terhadap keputusan bertransaksi konsumen melalui *e-commerce* Hijup.
3. Menganalisis pengaruh faktor kemudahan penggunaan terhadap keputusan bertransaksi konsumen melalui *e-commerce* Hijup.

Manfaat Penelitian

Dari sisi akademisi, diharapkan dapat menambah sumber referensi dan kepustakaan bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian di bidang *e-commerce* berbasis syariah. Manfaat bagi perusahaan yaitu sebagai bahan evaluasi dan inovasi oleh Hijup maupun marketplace syariah lainnya, yaitu mengembangkan sistem jual beli sesuai kebutuhan masyarakat Muslim dalam konteks halal sehingga dapat meningkatkan value dan minat pembeli dalam menggunakan *e-*

commerce syariah. Selanjutnya, dari sisi regulator yaitu untuk memberi informasi, saran, dan masukan kepada pihak regulator untuk pengambilan keputusan maupun penentuan kebijakan dalam aturan main *e-commerce* syariah.

TINJAUAN PUSTAKA

E-commerce

E-commerce adalah proses jual beli yang didukung oleh alat elektronik, terutama internet. Sebaliknya, *e-commerce* melibatkan proses pembelian dan penjualan menggunakan sarana elektronik. *E-commerce* adalah kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, manufaktur, *service provider*, dan pedagang perantara melalui media internet yang di dalamnya meliputi penjualan, periklanan, dan pemesanan produk. *E-commerce* menghubungkan proses bisnis antara perusahaan dengan konsumen melalui transaksi elektronik secara dinamis. Pada hakikatnya, mekanisme *e-commerce* sama dengan transaksi jual-beli tradisional. Perbedaannya terletak pada pertemuan transaksi, dimana jual-beli tradisional dilakukan secara langsung sedangkan *e-commerce* melakukan transaksinya secara tidak langsung dan harus terhubung dengan internet. Jual-beli sendiri telah diatur dalam Islam, yaitu dalam QS Al-Baqarah (2) ayat 275 dan ketetapan Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) yang tertuang dalam Fatwa DSN-MUI No: 110/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Akad Jual Beli.

Brand awareness

Dalam (Dewi, Edyanto, dan Siagian, 2020) dijelaskan bahwa *brand awareness* adalah kerelaan seorang konsumen dalam mengenali dan mengingat sebuah merek secara khusus (Kotler dan Keller, 2012). Aaker (1991) menjelaskan definisi *brand awareness* atau kesadaran terhadap merek sebagai kemampuan merek dalam mempengaruhi pikiran konsumen dalam hal mengetahui dan mengidentifikasi suatu merek tertentu dengan mudah. Pentingnya kesadaran merek yang tinggi akan menjadikan konsumen tidak ragu dalam memutuskan untuk bertransaksi. Aaker (1991) dalam (Salma, 2017) menjelaskan bahwa kesadaran merek dibagi ke dalam tingkatan-tingkatan dimensi, yaitu *unaware brand* (tidak menyadari merek), *brand recognition* (pengenalan merek), *brand recall* (pengingatan kembali), dan *top of mind* (puncak pikiran).

Tingkat Religiusitas

Religiusitas merupakan penghayatan dan keterikatan dalam diri seseorang terhadap agama atau kepercayaan yang dianutnya. Agar dapat dipahami secara menyeluruh, (Glock dan Stark, 1969) dalam (Sartika, Dewi, Mubarak, Ali, Larasati, Indari, 2011) menjabarkan religiusitas ke dalam lima dimensi, yaitu Dimensi Ideologis, Dimensi Ritualitas, Dimensi Eksperensial, Dimensi Intelektualitas, dan Dimensi Konsikuenial. Seseorang yang meyakini dan mendalami agamanya secara sungguh-sungguh akan memiliki ikatan yang kuat terhadap agamanya dan memiliki tingkat religiusitas yang tinggi.

Kemudahan Penggunaan

Perceived ease of use atau persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya terhadap penggunaan teknologi informasi tersebut sehingga mudah untuk digunakan (Davis, 1989). Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem tersebut berguna, maka ia akan bereaksi positif dan akan menggunakan sistem tersebut, begitu pula sebaliknya (Istiarni dan Hadiprajitno, 2014). Kemudahan penggunaan terkonfirmasi menjadi salah satu hal penting dari

niat perilaku tersebut, karena sistem yang mudah digunakan lebih tinggi niat pengguna untuk menerimanya. Dimensi dari persepsi kemudahan penggunaan telah teridentifikasi ke dalam empat hal, yaitu *ease to learn* (mudah dipelajari), *ease to use* (mudah digunakan), *clear and understandable* (jelas dan mudah dimengerti), dan *become skillful* (menjadi terampil) (Sun dan Zhang, 2006).

Keputusan Bertransaksi

Menurut (Schiffman dan Kanuk, 2004) dalam (Ridzwan, Purwanti, dan Wicaksono, 2021), keputusan bertransaksi adalah memilih dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya harus tersedia beberapa alternatif pilihan bagi seseorang untuk melakukan keputusan. Pengambilan keputusan untuk bertransaksi bermula dari bagaimana proses keputusan tersebut diambil, bisa berdasarkan sikap seseorang terhadap kualitas produk yang dihasilkan. Terdapat hal yang mendasari perilaku konsumen dalam menentukan pembelian sebuah produk, yaitu mengaktualisasikan kebutuhan dalam diri konsumen juga motivasi yang mendorong mereka untuk melakukan tindakan sesuai yang diharapkan. Schiffman dan Kanuk (2004) mengemukakan bahwa model pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen terefleksi mulai dari kognitif (*problem solving*) sampai pada tingkat emosional (*emotional consumer*) dengan tiga komponen utama, yaitu input, proses, dan output.

METODELOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dengan objek penelitian yaitu *brand awareness*, religiusitas, dan kemudahan penggunaan yang memengaruhi konsumen dalam memutuskan untuk bertransaksi melalui *e-commerce* berbasis syariah, yaitu Hijup. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner *online* dalam bentuk *google form* dengan skala *4-likert* yang disebarkan kepada responden di wilayah Jabodetabek dengan rentang usia 15-50 tahun. Metode analisa data yaitu *structural equation modelling* (SEM) menggunakan *software* Lisrel 8.8 untuk menganalisis pengaruh *brand awareness* (X_1), tingkat religiusitas (X_2), dan kemudahan penggunaan (X_3) terhadap keputusan bertransaksi (Y).

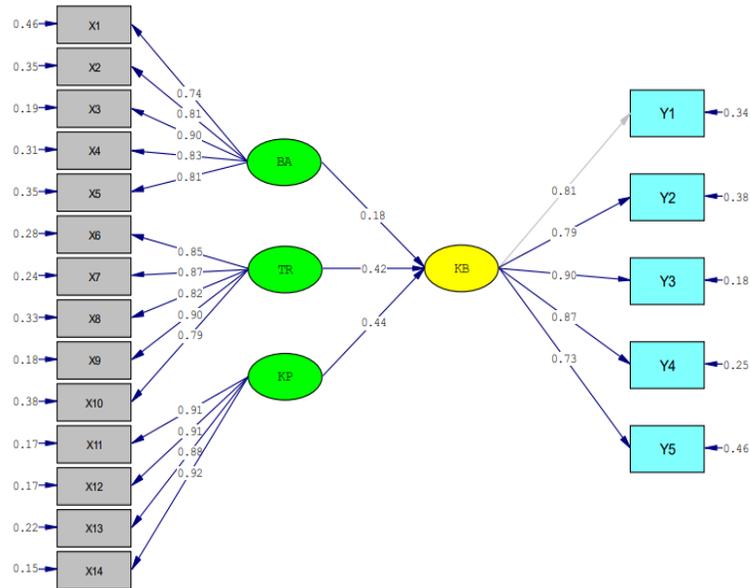
HASIL

Spesifikasi Model

Hasil output dari Lisrel 8.8 adalah berupa *path diagram* dengan model yang diusulkan adalah *Full Structural Model* yang tersusun dari 3 variabel independen dan 1 variabel dependen dengan total 19 indikator.

Analisis Model Pengukuran

Gambar berikut merupakan hasil output dari model pengukuran menggunakan teknik *Confirmatory Factor Analysis* (CFA).



Gambar 1 Model Pengukuran *Confirmatory Factor Analysis* (CFA)

Pada CFA juga dilakukan beberapa analisis, yaitu:

- *Offending Estimates*
Harus dipastikan tidak terdapat nilai-nilai yang melebihi batas yang dapat diterima (*offending estimates*), yaitu nilai *standardized loading factor* (SLF) yang harus < 1 .
- Uji Validitas
Uji validitas digunakan untuk mengukur keakuratan suatu indikator dengan melihat nilai SLF dan *t-value*. Data dinyatakan valid jika $SLF \geq 0,50$ dan $t\text{-value} \geq 1,96$.
- Uji Reliabilitas
Uji reliabilitas adalah ukuran untuk *internal consistency* indikator suatu konstruk guna memberi keyakinan bahwa indikator konsisten dengan pengukurannya. Terdapat nilai *construct reliability* (CR) dan nilai *average variance extracted* (AVE) yang dinyatakan reliabel apabila $CR \geq 0,70$ dan $AVE \geq 0,50$.

Analisa Model Struktural

Di dalam analisis model structural, terdapat uji kesesuaian model (*goodness of fit*) dan uji hipotesis yang dari hasilnya dapat mengonfirmasi diterima atau ditolaknya hipotesis penelitian yang diajukan.

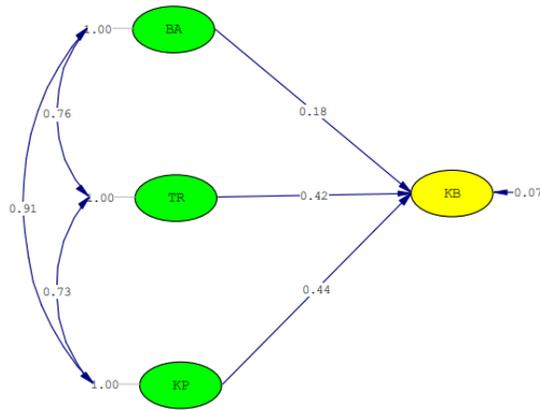
- Uji Kesesuaian Model (*Goodness of Fit*)
Pengujian ini berfungsi untuk mengevaluasi *fit* atau tidaknya model yang dihasilkan. Model dikatakan *fit* jika menunjukkan kecocokan antara data empiris dengan model konseptual. Hasil uji kesesuaian model *goodness of fit* ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 1 Hasil Uji Kesesuaian Model (Goodness of Fit)

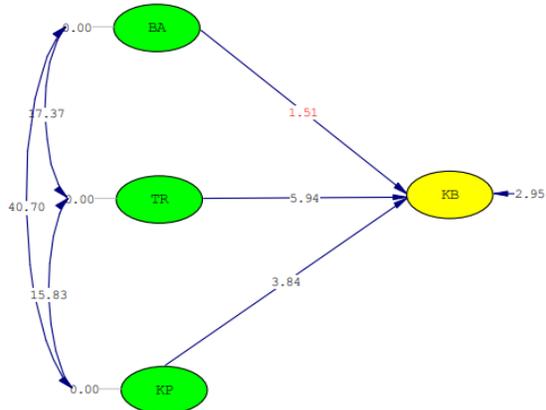
<i>Goodness of Fit Statistics</i>	Hasil Estimasi	Kriteria	Keterangan
Chi-Square (χ^2)	379.13 $p = 0.0$	Makin kecil makin baik; $p\text{-value} \geq 0,05$	<i>Poor Fit</i>
RMR	0.057	$\leq 0,05$	<i>Marginal Fit</i>
Standardized RMR	0.060	$\leq 0,05$	<i>Marginal Fit</i>
RMSEA	0.11	$\leq 0,05$	<i>Marginal Fit</i>
NFI	0.96	$\geq 0,9$	<i>Good Fit</i>
NNFI	0.97	$\geq 0,9$	<i>Good Fit</i>
PNFI	0.82	$\geq 0,9$	<i>Marginal Fit</i>
CFI	0.98	$\geq 0,9$	<i>Good Fit</i>
IFI	0.98	$\geq 0,9$	<i>Good Fit</i>
RFI	0.95	$\geq 0,9$	<i>Good Fit</i>
GFI	0.76	$0,8 \leq \text{GFI} \leq 0,9$	<i>Marginal Fit</i>
AGFI	0.69	$\geq 0,9$	<i>Poor Fit</i>
Normed χ^2 ($df = 146$)	2.60	Chi-Square/df ≤ 3	<i>Good Fit</i>

- Uji Hipotesis

Tahapan ini memiliki tujuan untuk mengonfirmasi hipotesis penelitian, yaitu ada atau tidaknya hubungan kausal yang signifikan antara variable laten eksogen dengan variable laten endogen. Uji hipotesis dilakukan dengan melihat angka *t-value* suatu jalur variable terhadap variable lainnya. Jika didapatkan angka *t-value* $\geq 1,96$, maka terdapat pengaruh yang signifikan antarvariabel, begitu pula sebaliknya. Selain itu, juga dapat dilakukan dengan melihat nilai *standardized loading factor* dan nilai koefisien determinasi (R^2) yang berasal dari *output structural equation*, sehingga dapat mengidentifikasi pengaruh langsung. *Output* pengaruh langsung yang dimunculkan Lisrel ditunjukkan pada gambar berikut.



Gambar 2 SLF Model Structural



Gambar 3 T-value Model Structural

Structural Equations

$$KB = 0.18*BA + 0.42*TR + 0.44*KP, \text{ Errorvar.} = 0.069, R^2 = 0.93$$

(0.12)	(0.070)	(0.12)	(0.023)
1.51	5.94	3.84	2.95

Gambar 4 Structural Equation

PEMBAHASAN

Pengaruh Brand awareness Terhadap Keputusan Bertransaksi

Hasil uji menunjukkan bahwa H0 diterima dan H1 ditolak, artinya *brand awareness* berpengaruh secara positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan bertransaksi. Hasil tersebut dibuktikan oleh nilai SLF yang positif dan *t-value* 1,51 < 1,96 yang menyatakan bahwa variable berpengaruh tetapi tidak signifikan. Nilai SLF sebesar 0,18 atau 18% menjadikan *brand awareness* sebagai faktor yang memiliki pengaruh paling kecil terhadap keputusan bertransaksi konsumen pada *e-commerce* Hijup. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya (Kusuma & Miartana, 2018) yang menyatakan bahwa *brand awareness* merupakan kesadaran dalam mengingat ataupun mengenali ciri merek tertentu. Maka dari itu, secara teori keputusan konsumen untuk bertransaksi di *e-commerce* Hijup akan tinggi jika kesadaran konsumen terhadap Hijup juga tinggi.

Pengaruh Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Bertransaksi

Hasil pengujian menunjukkan bahwa H0 ditolak dan H2 diterima, artinya tingkat religiusitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan bertransaksi. Hasil tersebut dibuktikan dengan nilai SLF yang positif dan *t-value* 5,94 > 1,96 yang menyatakan bahwa variable tingkat religiusitas berpengaruh signifikan. Nilai SFL sebesar 0,42 atau 42% menjadikan religiusitas sebagai faktor yang berpengaruh paling besar kedua terhadap keputusan bertransaksi pada *e-commerce* Hijup. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (Nugroho & Anwar, 2020) yang menyatakan bahwa religiusitas dengan keputusan bertransaksi memiliki hubungan yang

berbanding lurus, sehingga religiusitas yang tinggi membuat konsumen memutuskan untuk bertransaksi di Hijup.

Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Bertransaksi

Hasil pengujian menunjukkan bahwa H0 ditolak dan H3 diterima, artinya kemudahan penggunaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan bertransaksi. Hasil tersebut dibuktikan dengan nilai SLF yang positif dan $t\text{-value}$ $3,84 > 1,96$ yang menyatakan bahwa variable kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan. Nilai SLF sebesar 0,44 atau 44% menjadikan faktor kemudahan penggunaan memiliki pengaruh terbesar terhadap keputusan bertransaksi konsumen pada *e-commerce* Hijup. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (Istanti, 2017) yang menyatakan bahwa kemudahan dalam mengoperasikan situs jual-beli memberikan kesan positif dan berpengaruh terhadap ketertarikan konsumen untuk memutuskan bertransaksi. Sehingga jika konsumen mudah menjadi mahir saat mengakses Hijup, maka konsumen akan memutuskan untuk bertransaksi di *e-commerce* Hijup dibanding *e-commerce* lainnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, faktor kemudahan penggunaan dan tingkat religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan bertransaksi. Artinya, mudahnya konsumen dalam mengoperasikan Hijup dan tingginya religiusitas konsumen, dapat mendorong konsumen tersebut untuk memutuskan bertransaksi di *e-commerce* Hijup. Untuk faktor *brand awareness* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan. Artinya, *brand awareness* belum cukup untuk menjadi faktor yang mendorong konsumen untuk bertransaksi di Hijup atau menjadi faktor yang berpengaruh paling kecil terhadap keputusan bertransaksi di *e-commerce* berbasis syariah Hijup.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas, saran yang dapat diberikan adalah meningkatkan *awareness* atau kesadaran masyarakat dengan meningkatkan promosi, misalnya memperbanyak memasang iklan di media sosial Instagram dan melakukan kerjasama atau *endorse* dengan para *influencer* untuk menaikkan *engagement* agar menarik calon konsumen. Selain itu, Hijup juga dapat meningkatkan kreatifitas, mengubah tampilan pada *website* maupun sosial media yang dimiliki secara periodik dengan desain yang kekinian agar selalu fresh dan tidak terlihat kaku. Hal ini berguna agar para pengguna semakin merasakan kemudahan saat mengoperasikan Hijup sehingga bisa semakin mendorong konsumen untuk bertransaksi. Hijup juga sebaiknya membuat konten-konten yang dapat meningkatkan religiusitas konsumen, seperti membuat trivia atau kuis-kuis keislaman di sosial media dan memperbanyak varian merek maupun jenis pakaian yang tentunya tetap sesuai syariat. Terlebih, Hijup harus terus meningkatkan performa dalam mempertahankan kualitas juga keefektifan dan keefisienan dalam pembelian produk fashion muslim agar para pelanggan yang sudah ada akan terus percaya dan melakukan pembelian secara berulang di Hijup.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on The Value of a Brand Name*. New York: The Free Press.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, Vol. 13, No. 3, 319-320.
- Dewi, L. G., Edyanto, N., & Siagian, H. (2020). The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia. *SHS Web Conferences*, Vol. 76, 3.
- Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, Fatwa No: 110/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Akad Jual Beli
- Glock, C. Y., & Stark, R. (1969). Religion and Society in Tension. *American Journal of Sociology*, Vol. 74, No. 5, 545.
- Istiarni, P. R., & Hadiprajitno, P. B. (2014). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Accounting*, Vol. 03, No. 02, 2-3.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Ridzwan, M., Purwanti, I., & Wicaksono, Y. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Bertransaksi (Studi Kasus pada Agen BRILink BRI Unit Sidayu, Gresik). *Jurnal Media Komunikasi Ilmu Ekonomi*, Vol. 37, No. 1, 60.
- Salma, A. N. (2017). Pengaruh Sponsorship dalam Meningkatkan Brand Awareness (Studi pada Sponsorship Garuda Indonesia Terhadap Liverpool FC sebagai Global Official Airline Partner). *Interdisciplinary Journal of Communication*, Vol. 2, No. 1, 9-11.
- Sartika, D., Mubarak, A., & Larasati, I. (2011). Hubungan antara "Religious Commitment" dengan Keputusan Menggunakan Jasa Bank Syariah pada Dosen Unisba. *Prosiding SNaPP: Sosial, Ekonomi dan Humaniora*, Vol. 2, No. 1, 438-440.
- Schiffman, & Kanuk, A. (2004). Analisa Marketing Mix, Lingkungan, Sosial, Psikologi, Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*.
- Sun, H., & Zhang, P. (2006). Casual relationship between Perceived Enjoyment and Perceived Ease of Use: An Alternative Approach. *Journal of the Association for Information System*, Vol. 7, Issue 1.

Halaman Persetujuan Artikel dari Dosen Pembimbing

Artikel saya berjudul

“Analisis Pengaruh *Brand Awareness*, Tingkat Religiusitas, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Bertransaksi Konsumen Hijup Sebagai *the First Islamic Fashion E-Commerce in The World*”

Telah selesai dikoreksi dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk dipublikasikan.

Tanda tangan

Mahasiswa, 12 Agustus 2022



Alya Nugrahanti Ruriana
NIM 1804411054

Dosen Pembimbing, 12 Agustus 2022



Dr. Sylvia Rozza, S.E., M.M.
NIP. 196206081991032001

Strategi *Fundraising* Dalam Meningkatkan Penerimaan Dana Zakat Infak Sedekah (Studi Kasus di LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur)

Fitria Nur Melly¹, Ach. Bakhrul Muchtasib²

fitria.nurmelly.ak18@mhs.wpnj.co.id, bakhrul.muchtasib@akuntansi.pnj.ac.id
Politeknik Negeri Jakarta, Jalan Prof. Dr. G. A. Siwabessy, Kampus UI, Depok 16425

ABSTRACT

The collection (fundraising) is an effort or activity process in order to collect zakat, infak, sedekah funds and othe resources from the community (individuals, groups, organization, and companies) which will be distributed to mustahik. Fundraising activities require the right strategy in order to succeed the goals of fundraising effectively. The LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur has an important role in collecting funds from the community and distributing it to the community. This research is a qualitative descriptive study. Data sources come from the result of interviews, kuesioner, and existing documents then analyzed using SWOT and then draw conclusions. Based on the result of the SWOT analysis carried out, LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur is in an aggressive strategy position, namely the LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur institution has opportunities and strength so that it can take advantage of existing opportunities.

Keywords: *Fundraising Strategy, SWOT, LAZNAS Yatim Mandiri, Zakat, Infak, Sedekah*

ABSTRAK

Penghimpunan (*fundraising*) merupakan suatu upaya atau proses kegiatan dalam rangka menghimpun dana zakat, infak, sedekah serta sumber dana lainnya dari masyarakat (individu, kelompok, organisasi, dan perusahaan) yang akan disalurkan ke *mustahik*. Dalam kegiatan *fundraising* perlu adanya strategi yang tepat guna menyukseskan tujuan dari *fundraising* secara efektif. LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur memiliki peran penting dalam menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kepada masyarakat. Tujuan penulis dalam penelitian ini adalah menganalisis strategi *fundraising* yang diterapkan di lembaga guna meningkatkan penerimaan dana zakat, infak, sedekah. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Sumber data berasal dari hasil wawancara, kuesioner, dan dokumen-dokumen yang ada kemudian di analisis menggunakan analisis SWOT lalu ditarik kesimpulan. Berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan, LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur berada pada posisi strategi agresif yaitu LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang sudah ada.

Kata-Kata Kunci: Strategi *Fundraising*, SWOT, LAZNAS Yatim mandiri, Zakat, Infak, Sedekah

¹ E-mail: fitria.nurmelly.ak18@mhs.wpnj.co.id

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Zakat merupakan hal yang terpenting dan merupakan suatu kewajiban bagi umat Islam. Dimana dalam melaksanakan sebuah kewajiban yaitu zakat, orang yang membayar zakat (*muzakki*) tidak akan pernah bisa terlepas dari urusan bersama, dikarenakan zakat berkaitan langsung dengan harta benda yang dimiliki *muzakki* dan harta yang sudah disalurkan akan diberikan kepada siapa. Akhirnya, pemerintah Indonesia membuat peraturan perundang-undangan untuk mengatur keberadaan organisasi pengelolaan zakat di Indonesia. Dimana dalam Undang – Undang Nomor 38 Tahun 1999 dan keputusan Direktur Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Urusan Haji Nomor D/291 Tahun 2000 mengenai Teknis Pengelolaan Zakat. Dalam peraturan perundang-undangan tersebut berisikan mengenai aturan tentang pengelolaan yang sudah terorganisir dengan sangat baik, transparan, dan juga profesional dengan amil resmi yaitu Badan Amil Zakat (BAZ) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) (Lubis, Hakim, & Putri, 2018).

Penghimpunan dana zakat untuk saat ini menjadi hal terpenting dalam pengelolaan zakat, karena jika melakukan penghimpunan dana zakat secara optimal, penerimaan dana zakat akan selalu meningkat. Dikutip dari CNN Indonesia 12 April 2022, dimana potensi zakat di Indonesia bisa mencapai Rp 372 triliun, namun BAZNAS mencatat realisasi pengumpulan dana zakat di Indonesia mencapai Rp 14 triliun pada tahun 2021, jumlah ini hanya sekitar 4,28% dari proyeksi potensi zakat di Indonesia (Novellno, 2022).

Salah satu Lembaga Amil Zakat yang ada di Indonesia dan salah satu lembaga yang ingin mensejahterakan para mustahiq adalah Lembaga Amil Zakat Yatim Mandiri. Lembaga Amil Zakat Yatim Mandiri berdiri sebagai institusi pengelolaan zakat yang diharapkan akan menjadi lembaga pemberdaya anak yatim yang kuat di negeri ini serta ingin mewujudkan sebuah harapan untuk para mustahiq. Yatim Mandiri juga telah resmi terdaftar sebagai Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) berdasarkan SK. Kemenag Republik Indonesia No 185 tahun 2016. Sampai saat ini Yatim Mandiri sudah memiliki 45 kantor Cabang di 13 Propinsi di Indonesia. Salah satu cabang Yatim Mandiri yaitu berada di Jakarta Timur, tepatnya berada di Jl. Utan Kayu Raya no.64 Matraman Jakarta Timur. Ini dijelaskan penerimaan dana di Lembaga Amil Zakat Yatim Mandiri Jakarta Timur pada Tabel 1.

Tabel 1. Penerimaan Dana LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur

Tahun	Penerimaan Dana LAZ Yatim Mandiri Jakarta Timur
2018	Rp 4.086.195.694
2019	Rp 3.918.361.933
2020	Rp 3.171.080.392
2021	Rp 3.716.232.970

Sumber: Bagian Keuangan LAZ Yatim Mandiri Jakarta Timur 2022

Penerimaan dana zakat disetiap tahunnya tidak selalu mengalami kenaikan dan mengalami penurunan yang cukup signifikan ditahun 2018-2020 dan LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur memiliki target sebesar Rp 6,5 M, dan hasil penerimaannya belum memenuhi target yang dimiliki oleh LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur.

Bahwasanya *fundraising* atau penghimpunan merupakan bagian terpenting dan utama di dalam sebuah lembaga pengelolaan zakat, infak, dan sedekah. Jika dalam lembaga melaksanakannya secara maksimal kegiatan *fundraising* atau penghimpunan ini akan

menghasilkan yang optimal juga. Pengaruh penghimpunan atau *fundraising* ini sangat besar bagi eksistensi

sebuah lembaga pengelolaan dana zakat, infak, sedekah, sehingga bisa meningkatkan kesejahteraan masyarakat guna mengentaskan kemiskinan. Namun pada kenyataannya, jika *fundraising* ini tidak dilaksanakan secara optimal, strategi *fundraising* ini tidak akan bekerja dengan baik di suatu lembaga LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur.

Permasalahan

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang, maka rumusan masalah yang akan diteliti pada penelitian ini adalah :

1. Faktor-faktor internal dan eksternal apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi LAZNAS Yatim Mandiri dalam menerapkan strategi *fundraising* dan dalam meningkatkan penerimaan dana?
2. Bagaimana strategi *fundraising* yang diterapkan oleh LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur?

Tujuan

Merujuk pada permasalahan dan pertanyaan penelitian, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur Mandiri dalam menerapkan strategi *fundraising* dan dalam meningkatkan penerimaan dana.
2. Untuk mengetahui strategi *fundraising* yang diterapkan di LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi

Menurut Rangkuti (2015), strategi adalah perencanaan utama yang sangat komprehensif, dimana menjelaskan bahwasanya perusahaan akan mendapatkan semua yang dijadikan tujuan dengan berdasarkan misi yang sudah diterapkan sebelumnya.

Fundraising

Penghimpun(*fundraising*) merupakan pekerjaan yang dilakukan dengan cara menghimpun dana atau mengumpulkan dana zakat, infak dan sedekah serta sumber dana lainnya dari masyarakat baik secara individu, kelompok, organisasi, maupun sebuah perusahaan, lalu dana tersebut akan disalurkan ke masyarakat yang membutuhkan (*mustahik*) (Pangiuk, 2020).

Dalam melakukan *fundraising* selalu ada proses “mempengaruhi”. Proses tersebut yaitu: berawal dari memberitahukan, lalu mengingatkan, setelah itu mendorong, membujuk dan merayu untuk bisa menghimpun dana tersebut disebuah lembaga atau organisasi. Hal tersebut dilakukan sebagai penguat, dan jika hal tersebut memungkinkan untuk dilakukan atau diperbolehkan (Furqon, 2015).

Zakat

Zakat berasal dari kata “*Zaka*” yang berarti suci, baik, dan tumbuh. Secara definisi, zakat adalah harta yang wajib dikeluarkan oleh setiap umat Islam atau badan usaha untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya (asnaf) sesuai syariat agama Islam (Purwanti, 2020). Zakat sendiri merupakan salah satu dari lima rukun Islam dan disebutkan secara beriringan dengan kata shalat pada delapan puluh dua ayat di dalam Al-Quran dan Allah mewajibkan zakat sebagaimana dijelaskan di dalam Al-Quran, Sunnah rasul, dan kesepakatan ulama kaum muslimin (Sabiq, 2012).

Infak

Infak berasal dari kata “*anfaqa*” dengan arti membelanjakan atau membiayai, untuk sebuah kebaikan. Infak pun tidak mempunyai batas waktu, mau kapan saja infak itu dikeluarkan hal itu

diperbolehkan dan infak pun tidak mempunyai batas kecil atau besar yang dikeluarkan. Infak identik dengan harta dimana sesuatu yang diberikan untuk kebaikan. Seseorang yang berinfaq maka adanya sebuah kebaikan yang kembali ke dirinya, namun jika seseorang itu tidak berinfaq seseorang itu tidak akan mendapatkan dosa (Kurniawan, 2012).

Sedekah

Sedekah berasal dari Bahasa Arab yaitu “shadaqa” yang mempunyai arti jujur atau benar, dan seseorang yang suka bersedekah merupakan orang yang benar dalam pengakuan imannya (Hasbiyallah, 2017). Sedekah disunnahkan untuk siapa saja, dan sedekah yang dikeluarkan sesuai dengan kemampuan. Sedekah pun bukan suatu kewajiban, bersifat sukarela dan tidak terikat pada syarat tertentu dalam pengeluarannya. Sedekah yang dikeluarkan harus secara ikhlas tanpa ada unsur lain.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Dalam penyusunan penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif yaitu dengan melakukan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang sedang diteliti oleh peneliti.

Objek Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menganalisa tentang strategi *fundraising* pada penerimaan dana zakat, infak, sedekah di LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur. Subjek penelitian yang dijadikan penelitian ini yaitu pimpinan Lembaga Amil Zakat Yatim Mandiri Jakarta Timur, serta karyawan dari lembaga tersebut.

Metode Pengambilan Sampel

Teknik *Sampling* dalam penelitian ini menggunakan *Nonprobability Sampling* yaitu menurut (Sugiyono, 2012) teknik dalam pengambilan sampel tidak memberikan sebuah peluang yang sama untuk di setiap unsur anggota populasi guna dipilih menjadi sampel, sedangkan dalam teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu menggunakan *Purposive Sampling* yang dimana sampel yang dipilih berdasarkan penilaian penelitian bahwa populasi tersebut yang paling baik dan dengan adanya pertimbangan tertentu.

Untuk ketentuan responden, sampel yang ditetapkan menurut teori Roscoe (Sugiyono, 2012), ukuran sampel yang layak dalam sebuah penelitian yaitu berkisaran 30 sampai dengan 500 sampel, namun dalam penelitian ini, peneliti mengambil 30 responden dengan 5 responden dari pihak lembaga yang melakukan strategi *fundraising* ini dan 25 responden dari *muzzaki* yang berdonasi di LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur.

Jenis dan Data Sumber Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan dua jenis dalam pengambilan data, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer

Data primer yang dimaksud dari penelitian ini adalah data yang didapat dari hasil wawancara narasumber yakni pihak LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur guna mengetahui faktor kekuatan, faktor peluang, faktor kelemahan dan faktor ancaman, serta dilakukannya secara observasi lapangan.

2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini yaitu sumber data yang didapat dari dokumen-dokumen pada Lembaga Amil Zakat Yatim Mandiri dimana berkaitan dengan masalah, seperti profil Yatim Mandiri, majalah, struktur organisasi, dan laporan tahunan.

Metode Pengumpulan Data Penelitian

Berkaitan dengan data penelitian ini yang sudah diperoleh, sebelumnya melakukan pengumpulan data. Pengumpulan data yaitu salah satu hal yang berpengaruh langsung dalam suatu penelitian. Metode pengumpulan data di dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara

Pada penelitian penulis melakukan wawancara Terstruktur, dimana dilakukan secara langsung ke pimpinan LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur dan Zisco (Zakat Infak Sedekah Konsultan) LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur.

2. Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian ini berupa foto, laporan Lembaga Amil Zakat Yatim Mandiri Jakarta Timur yang terkait permasalahan yang sedang diteliti.

Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan di dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis SWOT. Menurut (Rangkuti, 2014) analisis SWOT merupakan suatu identifikasi beberapa faktor yang merumuskan strategi perusahaan, analisis ini pun juga didasarkan pada logika dimana memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan juga harus memaksimalkan peluang (*opportunity*), dan dengan bersmaan juga harus meminimalkan kelemahan (*weaknes*) dan ancaman (*threat*).

Menurut (Rangkuti, 2014) tahapan-tahapan dalam melakukan analisis SWOT, yaitu sebagai berikut:

1. Tahap Pengumpulan Data

Didalam tahap pengumpulan data ini, merupakan suatu kegiatan pengkasifikasian dan pra analisis. Dan diantaranya sebagai berikut:

a) Identifikasi Faktor-faktor Internal dan Eksternal

Tahap pertama dalam analisis swot adalah melakukan identifikasi terhadap faktor-faktor internal dan eksternal di lingkungan LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur.

b) Penyusunan Kuesioner

Kuesioner sebagai sarana untuk mendapatkan penilaian dari responden terhadap faktor-faktor yang telah dirumuskan. Penilaian terhadap faktor-faktor yang telah diidentifikasi sebagai:

1) penilaian terhadap prestasi faktor.

Dengan skala 1 sampai dengan 9, dengan kriteria: skala 1 berarti amat sangat buruk; skala 2 berarti sangat buruk; skala 3 berarti buruk; skala 4 berarti sedikit buruk; skala 5 berarti sedang/netral; skala 6 berarti sedikit baik; skala 7 berarti baik; skala 8 berarti sangat baik; skala 9 berarti amat sangat baik.

2) Penilaian tingkat kepentingan terhadap penanganan faktor-faktor dengan menentukan skala a sampai dengan d dengan kriteria: skala a berarti sangat penting untuk dilakukan penanganan; skala b berarti penting untuk dilakukan penanganan; skala c berarti kurang penting untuk dilakukan penanganan; dan skala d berarti tidak penting untuk dilakukan penanganan.

c) Pembobotan IFAS-EFAS

Melakukan pembobotan IFAS–EFAS elemen-elemen SWOT dengan cara sebagai berikut:

1) Setiap nilai rata-rata horizontal dikurangi nilai 5 (lima) sebagai nilai dari persepsi/pendapat responden yang lebih adil atas pembagian faktor internal menjadi strength dan weakness, dan faktor eksternal menjadi opportunity dan threat. Nilai 5 (lima) diambil sebagai patokan (benchmark) yang berkorelasi netral terhadap sasaran. Nilai yang dihasilkan kemudian disebut sebagai penyesuaian nilai rata-rata;

2) Nilai penyesuaian bersifat nilai mutlak;

- 3) Penentuan bobot dari masing-masing elemen SWOT untuk setiap faktornya dengan mengambil bobot masing-masing faktor = 100%. Bobot total dari setiap elemen SWOT menggambarkan total nilai penyesuaian rata-rata terhadap nilai total faktornya masing-masing;
- 4) Pembobotan yang dipakai sebagai bahan penilain prioritas adalah bobot tertimbang yang diperoleh dari perkalian antara bobot x rating. Rating diperoleh dari nilai urgensi penanganan/skala prioritas kepentingan, sesuai dengan urutan level: huruf a = 4; b = 3; c = 2; d = 1.

2. Tahap Analisis

Setelah mengumpulkan semua informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan, tahap selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi tersebut dalam model kuantitatif perumusan strategi. Perumusan strategi-strategi tersebut disusun berdasarkan faktor internal, *strength* dan *weakness*, serta faktor eksternal *opportunity* dan *threat* ke dalam Matriks IFAS-EFAS SWOT seperti dalam Tabel 2.

Tabel 2. Matriks SWOT

IFAS EFAS	Strength (S)	Weaknesses (W)
Opportunities (O)	Strategi SO Menciptakan sebuah strategi yang menggunakan kekuatan guna memanfaatkan peluang	Strategi WO Menciptakan strategi dimana meminimalkan kelemahan yang ada guna memanfaatkan peluang
Threats (T)	Strategi ST Menciptakan sebuah strategi dengan menggunakan kekuatan guna mengatasi ancaman	Strategi WT Menciptakan strategi dimana meminimalkan kelemahan yang ada dan menghindari adanya ancaman

Sumber: Rangkuti (2014)

3. Tahap Keputusan

Dalam tahap ini merupakan tindakan dalam hasil keputusan strategi yang diambil berdasarkan kepada hasil analisis yang telah dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

LAZNAS Yatim mandiri Jakarta Timur

Yatim Mandiri merupakan Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) yang dimiliki oleh seluruh masyarakat Indonesia yang mengedepankan harkat sosial kemanusiaan yatim dan dhuafa menggunakan dana dari ZISWAF (Zakat, Infaq, Sedekah, dan Wakaf) yang halal, baik

perseorangan, lembaga, institusi, maupun perusahaan. Perkembangan LAZNAS Yatim Mandiri berkembang cukup pesat, bisa dilihat dalam empat tahun terakhir terhitung sejak tahun 2018-2021 dari segi pertumbuhan *fundraising* (penghimpunan dana) LAZNAS Yatim Mandiri selalu mengalami kenaikan.

Strategi yang dilakukan di LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur mengenai *fundraising* adalah mereka yang menggunakan strategi *direct fundraising* dan *indirect fundraising*. Dengan keterangan sebagai berikut:

a. *Direct Fundraising*

Dalam *direct fundraising* strategi yang dilakukan oleh ZISCO Yatim Mandiri yaitu sebagai berikut:

- 1) *Direct mail*. Hal ini dilakukan dengan cara mengirim surat dengan bentuk prosposal ke sebuah lembaga atau instansi. Lalu selain itu memberikan juga sebuah amplop yang di dalamnya berisi brosur Yatim Mandiri maupun brosur program yang mereka tawarkan.
- 2) *Telefundraising*. Hal ini dilakukan dengan cara menelpon donator yang telah diberika *direct mail* tersebut guna *follow up* apa yang telah diberikan.
- 3) Pertemuan langsung. Hal ini dilakukan oleh Yatim Mandiri guna terus terjalinnya silaturahmi ke para donator Yatim Mandiri.

b. *Indirect Fundraising*

Strategi yang dilakukan oleh ZISCO Yatim Mandiri dalam *indirect fundraising* yaitu, sebagai berikut:

- 1) Event. Yatim Mandiri Jakarta Timur membuat suatu event khitanan massal kolaborasi dengan Bakrie Amanah.
- 2) Melalui sebuah perantara. Perihal demikian perantara media cetak Yatim Mandiri menggunakan *tool marketing* seperti buku profil Yatim Mandiri, brosur, majalah, dan spanduk. Sedangkan untuk perantara elektronik, Yatim Mandiri menggunakan internet seperti web resmi Yatim Mandiri, Facebook, Twitter, dan Instagram.

Hasil dan Analisis SWOT

Tahap awal dalam melakukan analisis SWOT yaitu mengidentifikasi faktor-faktor terhadap internal dan eksternal di lingkungan LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur yang dianggap berpengaruh positif maupun negatif terhadap strategi *fundraising*. Lalu menyusun kuesioner yang akan dibagikan kepada responden dan dimana responden ini sudah ditentukan.

Selanjutnya ditentukan faktor-faktor internal dan eksternal dengan pembobotan IFAS dan EFAS untuk menentukan kekuatan dan peluang serta kelemahan dan ancaman. Tabel 3 memperlihatkan penilaian pembobotan faktor internal (IFAS) dan Tabel 4 memperlihatkan penilaian pembobotan faktor eksternal (EFAS).

Tabel 3. Penilaian Pembobotan IFAS

		Rata-rata	Penyesuaian Nilai rata-rata	Bobot (%) (b/Xsi)*bs	Urgensi (Rating)	Bobot x Rating
STRENGTH	1	8.13	3.13	10.61	3.83	0.41
	2	8.03	3.03	10.27	3.67	0.38
	5	8	3	10.17	3.5	0.36
	6	7.97	2.97	10.07	3.5	0.35
	7	8.1	3.1	10.51	3.73	0.39

	8	8.07	3.07	10.41	3.6	0.37
	10	8	3	10.17	3.63	0.37
		Total S (Xsi)	21.3			2.63
WEAKNESS		Rata-rata	Penyesuaian Nilai rata-rata	Bobot (%) (b/Xwi)*bw	Urgensi (Rating)	Bobot x Rating
	3	7.63	2.63	8.92	3.5	0.31
	4	7.63	2.63	8.92	3.4	0.3
	9	7.93	2.93	9.93	3.5	0.35
		Total W (Xwi)	8.19			0.96
		Xi = (Xsi + Xwi)	29.49			
		Bs = (Xsi/xi)*100%	72,23			
		Bw = (Xwi/Xi)*100%	27,77			

Sumber: Data Diolah (2022)

Tabel 4. Penilaian Pembobotan EFAS

OPPORTUNITY		Rata-rata	Penyesuaian Nilai rata-rata	Bobot (%) (b/Xoi)*bo	Urgensi (Rating)	Bobot x Rating
	1	7.4	2.4	12.06	3.1	0.37
	4	7.4	2.4	12.06	3.1	0.37
	7	7.2	2.2	11.05	3.07	0.34
	8	7.6	2.6	13.06	3.37	0.44
	9	7.3	2.3	11.55	3.03	0.35
	10	7.07	2.07	10.4	2.97	0.31
		Total O (Xoi)	13.97			2.18
THREAT		Rata-rata	Penyesuaian Nilai rata-rata	Bobot (%) (b/Xti)*bt	Urgensi (Rating)	Bobot x Rating
	2	6.93	1.93	9.69	2.77	0.27
	3	6.33	1.33	6.68	2.43	0.16
	5	6.1	1.1	5.52	2.30	0.13
	6	6.57	1.57	7.89	2.67	0.21
		Total T (Xti)	5.93			0.77
		Xi = (Xoi + Xti)	19.9			
		Bo = (Xoi/xi)*100%	70.2			
		Bt = (Xti/Xi)*100%	29.79			

Sumber: Data Diolah (2022)

Dari hasil penilaian pembobotan pada IFAS dan EFAS langkah selanjutnya yaitu membuat hasil matriks interaksi kombinasi faktor internal dan eksternal yang tersaji pada Tabel 5.

Tabel 5. Matriks Interaksi Kombinasi Faktor Internal-Eksternal (SWOT)

	S = 2.63	W = 0.96
O = 2.18	SO = 4.81	WO = 3.14
T = 0.77	ST = 3.4	WT = 1.73

Sumber: Data Diolah (2022)

Hasil interaksi IFAS – EFAS dimana menghasilkan sebuah alternatif strategi yang mendapat bobot paling tinggi yaitu *Strength – Opportunity* (SO), hal ini diartikan sebagai strategi yang menggunakan faktor kekuatan untuk memanfaatkan peluang/kesempatan yang telah ada. Sehingga kondisi ini sangat menguntungkan bagi LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur, karena dilihat dari sisi faktor internal, LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur memiliki faktor kekuatan yang lebih besar dari pada faktor kelemahan, dan dari sisi faktor eksternal, peluang yang ada jauh lebih besar dari pada ancaman dalam rangka meningkatkan penerimaan dana zakat, infak, dan sedekah. Strategi SO ini diantara lain yaitu:

1. Adanya Sistem Transparansi Dengan Pemanfaatan Teknologi
2. Mempertahankan dan Meningkatkan Kualitas Layanan
3. Mempertahankan Citra Lembaga yang Professional dan Terpercaya

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Untuk bagian Internal, faktor kekuatan (*strength*) utama yang dimiliki LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur yaitu, LAZNAS Yatim Mandiri sudah tersertifikasi. Lalu faktor kelemahan (*weakness*) utama yang dimiliki LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur adalah, kualitas pelayanan ke *muzakki*. Jika bagian eksternal faktor peluang/kesempatan (*opportunity*) utama yang dimiliki LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur yaitu Memanfaatkan peluang dan kesempatan melalui media sosial, sedangkan faktor ancaman (*threat*) yang utama menurut LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur adalah, pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang berzakat dan kesadaran masyarakat dalam berzakat. Berdasarkan analisis SWOT *fundraising* dalam meningkatkan penerimaan dana zakat, infak dan sedekah di LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur dalam perhitungan. LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur berada diposisi yang sangat menguntungkan karena memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan dengan maksimal. Sehingga strategi yang sesuai adalah strategi SO (*Strength Opportunity*) yaitu menggunakan strategi dan memanfaatkan peluang yang ada dengan mendayagunakan kekuatan yang dimiliki. Dalam hal ini adalah adanya sistem transparansi dengan memanfaatkan teknologi, mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan dan mempertahankan citra lembaga yang professional dan terpercaya.
2. LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur sudah berhasil dalam melaksanakan kegiatan *fundraising* menggunakan berbagai strateginya. Diantaranya yaitu terdapat *direct fundraising*, dimana strategi yang dilakukan oleh ZISCO yaitu dengan cara menggunakan *direct mail* yang kemudian di *follow up* menggunakan *telefundraising*. Selain itu ZISCO melakukan strategi ini dengan pertemuan langsung. Dan strategi *indirect fundraising*, ZISCO melakukan dengan

cara mengikuti *event*. Selain itu strategi yang dilakukan yaitu melalui perantara, yaitu media cetak dan elektronik.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan dan hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, sehingga peneliti mencoba mengajukan beberapa saran yang diharapkan bisa memberikan manfaat untuk berbagai pihak dimasa yang akan datang. Saran-saran yang akan diajukan yaitu, sebagai berikut:

1. Bagi LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur

Setelah mengetahui faktor apa yang menjadi ancaman bagi LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur yaitu kurangnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang berzakat. Untuk meminimalisir hal tersebut, LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur bisa memanfaatkan sebuah teknologi melalui perantara yaitu media sosial. Selain itu, diharapkan LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur menambah kualitas dan kuantitas SDM (Sumber Daya Manusia) yang kompeten dibidangnya, misalnya mampu menjelaskan dasar-dasar zakat lalu mampu menjelaskan program apa saja yang dimiliki oleh LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur, sehingga mampu melakukan sosialisasi yang lebih intensif kepada muzakki demi meningkatkan pengetahuan tentang berzakat maupun mengenai lembaga.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya disarankan jika ingin menganalisis strategi *fundraising* alangkah baiknya mengkombinasikan dengan metode lain selain menggunakan metode analisis SWOT. Kemudian untuk penelitian selanjutnya dalam pengambilan objek penelitian diharapkan menggunakan objek yang berbeda, agar bisa mengembangkan metode analisis SWOT pada jenis perusahaan/lembaga yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Furqon, A. (2015). *Manajemen Zakat*. Semarang: CV Karya Abadi Jaya.
- Hasbiyallah. (2017). *Fiqh dan Ushul Fiqh*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kurniawan, B. (2012). *Manajemen Sedekah*. Tangerang: Jelajah Nusa.
- Lubis, D., Hakim, D. B., & PUTRI, Y. H. (2018). *Mengukur Kinerja Pengelolaan Zakat Di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)*. JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam). Vol. 3, No. 1. Hal 1-16.
- Novellno, A. (2022, April 12). *Realisasi Pengumpulan Zakat di RI Baru Rp14 T Pada 2021*. Retrieved Agustus 2022, from cnnindonesia.com: [https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20220412105424-532-783588/realisasi-pengumpulan-zakat-di-ri-baru-rp14-t-pada-2021#:~:text=Badan%20Amil%20Zakat%20Nasional%20\(Baznas,dalam%20negeri%20mencapai%20Rp327%20triliun](https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20220412105424-532-783588/realisasi-pengumpulan-zakat-di-ri-baru-rp14-t-pada-2021#:~:text=Badan%20Amil%20Zakat%20Nasional%20(Baznas,dalam%20negeri%20mencapai%20Rp327%20triliun).
- Pangiuk, A. (2020). *Pengelolaan Zakat di Indonesia*. Praya NTB: Forum Pemuda Aswaja.
- Purwanti, D. (2020). *Pengaruh Zakat, Infak, dan Sedekah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam. Vol. 6, No. 1. Hal 101-107.
- Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sabiq, S. (2012). *Fiqh Sunnah*. Jakarta: Pena Pundi Aksara.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung; Alfabeta.

ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU DONASI MASYARAKAT KOTA DEPOK PADA MASA PANDEMI COVID-19

Ardi Awiya Dinata¹⁾, Darna²⁾

ardi.awiya.dinata.ak16@mhs.wpnj.ac.id, darna@akuntansi.pnj.ac.id

Politeknik Negeri Jakarta, humas@pnj.ac.id, Jl. Prof. DR. G. A. Siwabessy, 16425, Depok, Indonesia

ABSTRACT

The pandemic Covid-19 crisis which has resulted in increased poverty and unemployment in Depok City, making it difficult for people to meet their basic needs, people are even more enthusiastic about helping others, as can be seen from the increased collection of donations made by Lazismu, Depok City. affect the donation behavior of the people of Depok City during the pandemic covid-19. This study uses a factor analysis test with a sampling method that is purposive sampling as many as 100 respondents from the Muslim community of Depok City who are over 20 years old and have made donations. Based on the results of the factor analysis, it was found that individual perception factors and social influence factors influenced the people of Depok City to donate during the pandemic covid-19. These results indicate that the most dominant factor is the individual perception factor, because it has 45.870% determinants of the influence of the people of Depok City and the rest is determined by other factors. This proves one of the motives of people to donate is because they care about the happiness of others "even though he gets nothing from it except the pleasure of seeing it".

Keywords: *Individual Perception; Social Influence; Donation; Altruism; Subjective Norms; Pandemic Covid-19*

ABSTRAK

Krisis pandemi Covid-19 yang berakibat pada meningkatnya kemiskinan dan pengangguran di Kota Depok sehingga membuat masyarakat sulit memenuhi kebutuhan dasarnya, masyarakat justru semakin antusias untuk membantu sesama, terlihat dari meningkatnya pengumpulan donasi yang dilakukan oleh Lazismu Kota Depok. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa faktor yang memengaruhi perilaku donasi masyarakat Kota Depok di masa pandemi covid-19. Penelitian ini menggunakan uji analisa faktor dengan metode pengambilan sampel yaitu *purposive sampling* sebanyak 100 responden masyarakat muslim Kota Depok yang berumur diatas 20 tahun dan sudah pernah melakukan donasi. Berdasarkan hasil analisa faktor ditemukan bahwa faktor persepsi individu dan faktor pengaruh sosial menjadi pengaruh masyarakat Kota Depok melakukan donasi dimasa pandemi covid-19. Hasil ini menunjukkan bahwa faktor yang paling

¹⁾ Corresponding author. Email: ardi.awiya.dinata.ak16@mhs.wpnj.ac.id

dominan adalah faktor persepsi individu, karena memiliki 45.870% penentu terhadap pengaruh masyarakat Kota Depok dan sisanya ditentukan oleh faktor lain. Hal ini membuktikan salah satu motif orang berdonasi adalah karena peduli dengan kebahagiaan orang lain “meskipun dia tidak mendapatkan apa-apa darinya kecuali kesenangan melihatnya”.

Kata-Kata Kunci: Persepsi Individu; Pengaruh Sosial; Donasi; Altruisme; Norma Subjektif; Pandemi Covid-19

PENDAHULUAN

Pada awal 2020, dunia dikejutkan dengan kemunculan virus yang dikenal sebagai virus Corona. Penyebaran virus tersebut bermula dari Wuhan, Tiongkok dan terus menyebar ke berbagai Negara lainnya. Penyebaran wabah Covid-19 yang sangat masif membuat WHO menetapkan status pandemi Covid-19 pada 11 Maret 2020. Berdasarkan data WHO pada tanggal 4 Mei 2020, telah terkonfirmasi 215 area atau teritori yang terdapat kasus Covid-19 dengan total lebih dari tiga juta kasus. Berdasarkan data dari Covid19.go.id (2020) Di Indonesia penyebaran virus tersebut bermula dari Kota Depok pada tanggal 2 Maret 2020 dan data pada tanggal 4 Mei 2020 telah terkonfirmasi lebih dari 11 ribu pasien yang dinyatakan positif terjangkit Covid-19. Keadaan tersebut mengharuskan pemerintah memberikan kebijakan untuk melakukan pembatasan aktivitas masyarakat untuk menekan penyebaran Covid-19.

Berdasarkan keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia nomor HK.01.07/MENKES/239/2020, ditetapkanlah pembatasan sosial berskala besar dalam rangka percepatan penanganan Covid-19. Namun terdapat efek samping yang ditimbulkan dari pembatasan aktivitas tersebut. Sejumlah industri dan dunia kerja, khususnya sektor informal, menjadi terhambat. Pembatasan aktivitas akibat pandemi Covid-19 telah menimbulkan kerugian ekonomi secara nasional. Kerugian itu hanya akan tertutupi apabila krisis dapat diakhiri sebelum menimbulkan kebangkrutan usaha secara massal (Hardiwardoyo, 2020).

Berkaitan dengan adanya peraturan ini BPS Kota Depok menyatakan bahwasanya berbagai pembatasan kegiatan akibat penyebaran Covid-19 berdampak pada berbagai sektor usaha di Kota Depok. Situasi tersebut mengakibatkan tingkat kemiskinan dan pengangguran di Kota Depok mengalami peningkatan.

Tingkat kemiskinan dan pengangguran berturut-turut pada tahun 2020 mengalami kenaikan 22,45% (11.080 jiwa) & 63,19% (45.707 jiwa) dan pada tahun 2021 mencapai 29,40% (14.510 jiwa) & 62,89% (45.491 jiwa). Akibat tingginya tingkat kemiskinan dan pengangguran dimasa pandemi membuat masyarakat tidak dapat memenuhi kebutuhan dasarnya. Atas dasar tersebut, timbul fenomena gerakan penggalangan dana untuk membantu tenaga medis dan masyarakat yang terdampak pandemi Covid-19 yang dilakukan oleh banyak kalangan mulai dari masyarakat umum, kelompok sosial, lembaga dan perusahaan. Dalam hal ini Lazismu Kota Depok menunjukkan rata-rata nilai donasi selama pandemi Covid-19.

Donasi yang dihimpun Lazismu Kota Depok selama tahun 2019 adalah sebesar Rp.698.003.085 lalu pada tahun 2020 naik menjadi Rp.900.614.242 atau naik sebesar 29,03% dan pada tahun 2021 sebesar Rp.731.202.351 atau mengalami kenaikan sebesar 4,76% dari tahun 2019. Penggalangan dana sudah dilakukan diberbagai situs web selama masa pandemi Covid-19, termasuk juga Lembaga Zakat Infaq Sadaqah Muhammadiyah Kota Depok (Lazismu Kota Depok). Lazismu Kota Depok sejak awal pandemi Covid-19 terus menghimpun donasi melalui Infaq dan Sadaqah serta menyalurkannya kepada yang membutuhkan.

Hal tersebut membuktikan bahwa meskipun tengah dalam masa krisis pandemi Covid-19 yang berakibat pada tingginya tingkat kemiskinan di Kota Depok dan membuat masyarakat sulit

memenuhi kebutuhan dasarnya, namun masyarakat justru semakin antusias untuk membantu sesama, terlihat dari meningkatnya pengumpulan donasi yang dilakukan oleh Lazismu Kota Depok.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka penting untuk diketahui, bagaimana sesungguhnya perilaku dan motivasi masyarakat dalam berdonasi pada masa pandemi Covid-19. Pengetahuan ini kemudian dapat digunakan untuk mendorong donasi yang lebih besar dari masyarakat di masa pandemi atau di kondisi serupa di masa yang akan datang. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul penelitian ini adalah “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Donasi Masyarakat Kota Depok pada Masa Pandemi Covid-19”.

Rumusan masalah yang akan diteliti pada penelitian ini adalah faktor apa saja yang mendorong masyarakat Kota Depok meningkatkan donasinya pada masa pandemi Covid-19, faktor apa saja yang dominan dalam mendorong masyarakat Kota Depok meningkatkan donasinya pada masa pandemi Covid-19. Merujuk pada permasalahan dan pertanyaan penelitian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisa faktor-faktor apa saja yang mendorong masyarakat Kota Depok meningkatkan donasinya pada masa pandemi Covid-19, mengidentifikasi faktor apa yang paling dominan dalam mendorong masyarakat Kota Depok meningkatkan donasinya pada masa pandemi Covid-19.

TINJAUAN PUSTAKA

Tak hanya menimbulkan dampak dari segi kesehatan, wabah Covid-19 juga memberikan dampak pada kondisi sosial dan ekonomi. Keadaan pandemi Covid-19 dan penerapan PSBB memiliki dampak pada kemampuan finansial masyarakat. Hal ini sejalan dengan pendapat Faisal (2020) dalam skenario perhitungannya yang menyatakan bahwa kegiatan perekonomian Jakarta akan berkurang 75% atau tidak berjalan sama sekali selama 14 hari pemberlakuan PSBB, yang akan berdampak pada pemutusan hak kerja di berbagai sektor industri, seperti sektor perdagangan, pariwisata, transportasi, komunikasi, konstruksi, pertanian, pertambangan, dan berbagai sektor lainnya. Sementara itu Mawar (2021) menyatakan bahwa PPKM akan berdampak pada semua sektor bisnis, terutama sektor informal. Dampak pada sektor bisnis, baik sektor formal maupun informal serta pemutusan hak kerja di berbagai industri, akan memengaruhi pendapatan masyarakat.

Donasi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia yang telah dimutakhirkan pada tahun 2020 dapat diartikan sebagai sumbangan tetap (berupa uang) dari penderma kepada perkumpulan, dan juga dapat diartikan sebagai hadiah atau pemberian. Donasi juga dapat didefinisikan sebagai penerimaan individu atau organisasi untuk mendukung kegiatan organisasi nirlaba (Johari et al., 2013). Perilaku memberi atau menyumbang secara sukarela seringkali diartikan sebagai amal atau kegiatan sukarela yang bertujuan memberi sebanyak yang kita mampu dari milik kita sendiri kepada orang lain yang membutuhkan (Kasri & Ramli, 2019). Agama dapat memengaruhi individu yang menganutnya dalam melakukan donasi (Kashif & de Run, 2015).

Menurut *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 2012), determinan utama dari niat dan perilaku mengikuti dan dapat dipahami dari segi keyakinan perilaku, normatif, dan kontrol. (Ajzen, 2012) menjelaskan bahwa banyak variabel yang mungkin terkait atau mempengaruhi keyakinan yang dipegang orang seperti usia, jenis kelamin, etnis, status sosial ekonomi, pendidikan, kebangsaan, afiliasi agama, kepribadian, suasana hati, emosi, sikap dan nilai umum, kecerdasan, keanggotaan kelompok, masa lalu, pengalaman, paparan informasi, dukungan sosial, keterampilan mengatasi, dan sebagainya. Orang yang tumbuh di lingkungan sosial yang berbeda dapat

memperoleh informasi yang berbeda tentang berbagai masalah, informasi yang memberikan dasar bagi keyakinan mereka tentang konsekuensi dari suatu perilaku, tentang harapan normatif orang lain yang penting, dan tentang hambatan yang dapat mencegah mereka dari melakukan suatu perilaku.. Oleh karena itu, semua faktor ini dapat memengaruhi keyakinan perilaku, normatif, dan kontrol kita dan, sebagai akibatnya, memengaruhi niat dan tindakan kita.

Faktor-faktor yang diduga berpengaruh pada minat masyarakat untuk berdonasi sebagian besar diturunkan dan berdasar pada teori perilaku Ajzen (2012) Beberapa faktor yang diduga tersebut antara lain. Momen atau waktu, menurut riset yang dilakukan Beik (2020) menyatakan bahwa kejadian bencana diaanggap dapat mempercepat kesadaran masyarakat untuk berdonasi sehingga donasi mengalami peningkatan. Indikator untuk mengukur momen atau waktu antara lain, persepsi tentang momen tersebut, niat berdonasi sukarela saat momen tersebut, jumlah pengeluaran donasi saat momen tersebut. Altruisme, altruisme berasal dari kata “alteri” yang artinya “orang lain”. Secara seseorang memiliki tanggung jawab moral untuk melayani umat manusia sepenuhnya sehingga altruisme menjelaskan sebuah perhatian yang tidak mementingkan diri sendiri untuk kebutuhan orang lain. Indikator untuk mengukur altruisme antara lain suasana hati, empati, meyakini keadilan dunia, sosiobiologis, situasional. Religiusitas, menurut Robbins dalam Sari (2012) adalah tingkat konsepsi seseorang terhadap agama dan tingkat komitmen seorang terhadap agamanya. indikator untuk mengukur religiusitas antara lain, keyakinan, praktik agama, pengalaman, pengetahuan, konsekuensi. Norma Subjektif, Ajzen (2012) menjelaskan bahwa norma subjektif adalah tekanan sosial yang dirasakan oleh seseorang individu. untuk melakukan atau tidak melakukan suatu Tindakan. Indikator untuk mengukur norma subjektif antara lain, dukungan keluarga, dukungan dari orang-orang penting orang, dukungan teman sebaya. *Reward*, berinfak atau berdonasi bagi beberapa orang dapat menjadi sebuah reward atau penghargaan untuk diri sendiri, *reward* tersebut berupa hal yang ingin didapat dan berdampak pada diri sendiri seperti kesenangan, kepuasan, mengharapkan pahala, dan lainnya

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan objek penelitian pada penelitian ini adalah Kota Depok. Data kuantitatif yang sudah didapatkan melalui penyebaran kuesioner akan diproses dan juga dianalisis dengan menggunakan rumus statistika. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode analisis faktor dengan data responden sebanyak 100 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji apakah instrumen penelitian valid atau tidak. Instrumen penelitian dikatakan valid apabila nilai sig lebih besar dari 0.05 (Sig > 0.05). Berdasarkan hasil uji validitas yang sudah dilakukan menunjukkan hasil seluruh item pertanyaan valid. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai signifikan seluruh item pertanyaan setiap faktor lebih kecil dibanding dengan nilai standar signifikan yaitu 0.05.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui keandalan hasil pengukuran suatu gejala. Teknik pengujian reliabilitas ini menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila koefisien reliabilitas > 0.700. Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa perhitungan *Cronbach's Alpha* masing – masing faktor lebih besar dari 0.700 atau < > 0.00, maka dapat disimpulkan bahwa semua instrumen pertanyaan dinyatakan reliabel atau andal.

Uji Analisis Faktor

Tabel 1 Uji Analisis Faktor

Faktor	Faktor yang Terbentuk	Eigen Value	Loadin g Faktor	% Variance	% Kumulatif
Norma Subjektif (F1)	Faktor Persepsi Individu	2.293	0.851	45.870	45.870
Reward (F2)			0.851		
Momen atau Waktu (F3)	Faktor Pengaruh Sosial	1.211	0.751	24.228	24.228
Altruisme (F4)			0.685		
Religiusitas (F5)			0.809		

Sumber : Hasil Penelitian, 2022

Pada table 1 hasil ekstraksi PCA diketahui dari 5 faktor yang dimasukkan untuk dilakukan analisis faktor, hanya terdapat 2 faktor yang terbentuk karena komponen nomor 1 dan 2 memiliki *eigen value* > 1, selanjutnya dilakukan rotasi dan dapat dilihat pendistribusian faktor secara jelas. Faktor pertama terdiri dari faktor norma subjektif dan reward yang selanjutnya diberi nama persepsi individu faktor ini mewakili sebanyak 45.870% dari total variansi sebesar 70.098%. Faktor kedua terdiri dari faktor momen atau waktu, altruisme, dan religiusitas yang selanjutnya diberi nama faktor pengaruh social, faktor ini mewakili sebanyak 24.228% dari total variansi sebesar 70.098%.

Pembahasan

Faktor Persepsi Individu terbentuk dari variabel Norma subjektif dan Reward yang merupakan faktor yang mempengaruhi minat masyarakat Kota Depok dalam berdonasi pada saat masa pandemi Covid-19. Penamaan faktor ini didasarkan pada variabel-variabel yang membentuk faktor tersebut merupakan hal mempengaruhi masyarakat Kota Depok berdonasi pada masa pandemi Covid-19. Faktor Persepsi Individu memiliki varians 45,870%. Hal tersebut sejalan dengan Adam Smith dalam Birch dalam Osella (2018), salah satu motif orang berdonasi adalah karena peduli dengan kebahagiaan orang lain “meskipun dia tidak mendapatkan apa-apa darinya kecuali kesenangan melihatnya”. Reward atau penghargaan menurut penelitian Beik & Alhasanah (2012) memiliki pengaruh terhadap partisipasi zakat. Hal ini membuktikan bahwa berdonasi sukarela bagi beberapa orang dapat menjadi sebuah reward atau penghargaan untuk diri sendiri. Hal tersebut juga didukung dengan teori Norma subjektif yaitu persepsi individu terhadap harapan dari orang-orang yang berpengaruh dalam kehidupannya (*significant others*) mengenai dilakukan atau tidak dilakukannya perilaku tertentu Yusfiarto (2020). Norma subjektif dalam penelitian Fajar Subekhi & Ratnasari (2018) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensi pedagang dalam berinfak. Umumnya responden menjelaskan bahwa ada dorongan sosial terhadap responden untuk melakukan donasi, terutama dari keluarga.

Faktor Pengaruh Sosial ini didasarkan pada variabel-variabel yang membentuk faktor tersebut merupakan hal mempengaruhi masyarakat Kota Depok berdonasi pada masa pandemi Covid-19 yaitu Variabel altruisme, momen dan waktu, dan religiusitas yang mana Faktor pengaruh

sosial berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai variansi hanya 24,228%. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian Beik dan Alhasanah (2012), tingkat altruisme dan keimanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap rutinitas berdonasi sukarela masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa salah satu alasan masyarakat berdonasi sukarela adalah karena ingin membantu orang lain yang mengalami kesulitan, seperti yang disampaikan oleh Kasri (2011), alasan utama pemberian amal adalah untuk membantu orang miskin. Hal tersebut juga di dukung dengan hasil penelitian Mujiyati (2010), variabel momen memiliki korelasi yang positif dan pengaruh signifikan terhadap penerimaan zakat, infak, dan sedekah. Hal tersebut membuktikan, dilatar belakangi motivasi tertentu, manusia cenderung akan lebih sering atau mengalokasikan lebih banyak harta untuk diinfakkan atau didonasikan pada momen tertentu. Menurut penelitian yang dilakukan (Beik, 2020) menyatakan bahwa kejadian bencana dianggap dapat mempercepat kesadaran masyarakat untuk berdonasi sehingga donasi mengalami peningkatan. Hal tersebut menunjukkan bahwa pada momen atau waktu tertentu khususnya bencana alam, masyarakat akan mengeluarkan atau menyisihkan dana lebih untuk keperluan donasi.

Faktor yang Dominan

Berdasarkan total nilai varian pada tabel total variance explained dari hasil penelitian tersebut dan dari hasil analisis secara keseluruhan, ternyata faktor yang paling dominan atau mempengaruhi minat masyarakat Kota Depok untuk berdonasi pada masa pandemi Covid-19 adalah Faktor Persepsi Individu sebesar 45,870% dari total keseluruhan 70,098%, sedangkan sisanya sebesar 20,902% diduga diterangkan oleh faktor lain yang tidak diteliti dari penelitian ini.

KESIMPULAN

Setelah melakukan pengolahan dan analisis data, berikut adalah kesimpulan yang dihasilkan, faktor yang mendorong masyarakat Kota Depok meningkatkan donasinya pada masa pandemi Covid-19 ada 2, yaitu, faktor Persepsi Individu, dengan nilai variansi sebesar 45,870% yang terbentuk dari variabel norma subjektif dan reward, faktor Pengaruh Sosial, dengan nilai variansi sebesar 24,228% yang terbentuk dari variable altruisme, momen dan waktu, dan religiusitas. Faktor yang paling dominan dari kedua faktor yang mempengaruhi perilaku berdonasi masyarakat Kota Depok pada masa pandemi Covid-19 adalah Faktor Persepsi Individu.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2005). Attitudes, Personality and Behaviour - I Ajzen - Google Buku. In McGraw-Hill Education (UK).
- Ajzen, I. (2012). The theory of planned behavior. In Handbook of Theories of Sosial Psychology: Volume 1. <https://doi.org/10.4135/9781446249215.n22>
- Beik, I., & Alhasanah, I. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Partisipasi Dan Pemilihan Tempat Berzakat Dan Berinfak. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 2(1).
- BPS Kota Depok. (2019-2022). Depok Dalam Angka. DEPOK MUNICIPALITY IN FIGURES. <https://depokkota.bps.go.id/>
- Covid19.go.id. (2020). Update Situasi Terkini dan Penyebaran Virus Covid-19 di Indonesia. <https://covid19.go.id/artikel/2022/08/17/situasi-covid-19-di-indonesia-update-17-agustus-2022>
- Fajar Subekhi, R., & Ratnasari, R. T. (2018). RELIGIOUSITY AND THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR TOWARDS INTENTION TO GIVE INFAQ. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 3(2). <https://doi.org/10.20473/jebis.v3i2.7028>
- Faisal, F. (2020). PSBB Berlaku per Hari Ini, Apa Dampaknya ke Ekonomi Jakarta?. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200410061039-4-151038/psbb-berlaku-per-hari-ini-apa-dampaknya-ke-ekonomi-jakarta>

- Johari, R., Sanusi, Z., Rahman, R., & Omar, N. (2013). Auditors' Independence, Experience and Ethical Judgments: The Case of Malaysia. *Journal of Business and Policy Research*, 8(1).
- Hardiwardoyo, W. (2020). Kerugian Ekonomi Nasional Akibat Pandemi Covid-19. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/baskara/article/view/6207>
- Kashif, M., & de Run, E. C. (2015). Money donations intentions among Muslim donors: An extended theory of planned behavior model. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 20(1). <https://doi.org/10.1002/nvsm.1519>
- Kasri, R. A., & Ramli, U. H. (2019). Why do Indonesian Muslims donate through mosques?: A theory of planned behaviour approach. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 12(5), 663–679. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-11-2018-0399>
- Lazismu Kota Depok (2019-2021). Penghimpunan Donasi Lazismu Kota Depok. Laporan Keuangan Lazismu Kota Depok.
- Mawar. (2021). Dampak Sosial Ekonomi Kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) di Indonesia. <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit>
- Mujiyati, Rudhiyoko, B., & Sholahuddin, M. (2010). Some Influence Factors of Zakah-Infaq- Shadaqah Collecting (Case in Surakarta- Central Java-Indonesia) Some Influence Factors of Zakah-Infaq- Shadaqah Collecting (Case in Surakarta- Central Java-Indonesia). 7th International Conference on the Tawhidi Epistemology: Zakat and Waqf Economy, 2002.
- Osella, F. (2018). *Charity and Philanthropy in South Asia: An introduction*. Published online by Cambridge University Press.
- Robbins, R., Glock, C. Y., & Stark, R. (1966). Religion and Society in Tension. *Sociological Analysis*, 27(3). <https://doi.org/10.2307/3710391>
- Yusfiarto, R. (2020). Literacy and Intention to Pay Zakat A Theory Planned Behavior View Evidence from

Pengaruh Ekspor, Investasi, Konsumsi Rumah Tangga, dan Pengeluaran Pemerintah terhadap Pertumbuhan Ekonomi Tahun 2012-2021

Riznaky Roosmanita¹⁾, Jhonny Marbun²⁾

¹⁾ Politeknik Negeri Jakarta, riznaky.roosmanita.ak18@mhs.w.pnj.ac.id, Jl. Prof. Dr. G.A. Siwabessy, Depok

²⁾ Politeknik Negeri Jakarta, jhonny.marbun@akuntansi.pnj.ac.id, Jl. Prof. Dr. G.A. Siwabessy, Depok

ABSTRACT

Economic growth is an indicator to measure the progress of a country success. There are many factors that can affect economic growth including export, investment, household consumption, and government expenditure. This study aims to analyze the effect of export, investment, household consumption and government expenditure on Indonesia's economic growth in 2012-2021. The type of data used is secondary data obtained from the website of National Statistics Agency, the Investment Coordinating Board, and the Ministry of Finance. The analytical method used is multiple regression analysis with a significance level 5%. The result of this study indicate that partially export have a significant positive effect on economic growth, investment has a significant positive effect on economic growth, household consumption has a significant positive effect on economic growth, and government expenditure has a significant positive effect on economic growth. Then simultaneously it shows that export, investment, household consumption, and government expenditure have a significant effect on economic growth by 96,1 % while the remaining 3,9% is influenced by other factors outside of this study model

Keywords: *Export, Investment, Household Consumption, Government Expenditure, and Economic Growth.*

ABSTRAK

Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator untuk mengukur kemajuan keberhasilan suatu negara. Terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi diantaranya yaitu ekspor, investasi, konsumsi rumah tangga, dan pengeluaran pemerintah terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2012-2021. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Nasional, Badan Koordinasi Penanaman Modal, dan Kementerian Keuangan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan tingkat signifikansi 5%. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial ekspor berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi, investasi berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi, konsumsi rumah tangga berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi, dan pengeluaran pemerintah berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi. Lalu secara simultan menunjukkan bahwa ekspor, investasi, konsumsi rumah tangga, dan pengeluaran pemerintah berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi sebesar 96,1% sedangkan sisanya 3,9% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci: Ekspor, Investasi, Konsumsi Rumah Tangga, Pengeluaran Pemerintah Ekonomi.

¹ Corresponding author. E-mail: riznaky.roosmanita.ak18@mhs.w.pnj.ac.id

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada umumnya negara berkembang memiliki fokus pada pertumbuhan ekonomi untuk mewujudkan pembangunan ekonomi negara. Pertumbuhan ekonomi merupakan tolak ukur keberhasilan kemajuan pembangunan suatu negara. Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator keberhasilan pembangunan perekonomian. Kemajuan suatu perekonomian ditentukan oleh besarnya *output* yang dihasilkan dari pertumbuhan ekonomi. Perkembangan perekonomian suatu negara tidak lepas dari lingkungan ekonomi global. Hubungan ekonomi antar negara menjadi faktor penting yang berpengaruh terhadap perkembangan ekonomi di setiap negara. Kondisi ini dapat menimbulkan daya saing sebagai salah satu faktor yang menentukan dalam kompetisi antar negara agar terbuka perekonomian dunia, (Ismadiyanti Purwaning Astuti, 2018). Salah satu cara untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dengan meningkatkan ekspor. Menurut (Ginting, 2017) menyatakan bahwa peningkatan ekspor dilakukan oleh negara berkembang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi. Pemerintah melakukan berbagai langkah untuk meningkatkan ekspor seperti memperluas pasar ekspor berbagai negara serta memberikan kemudahan dalam perizinan ekspor yang menyebabkan terjadinya pertumbuhan ekonomi serta menjadikan peluang untuk menghasilkan produksi barang dan jasa agar terciptanya lapangan pekerjaan sehingga mendorong pertumbuhan ekonomi. Kegiatan ekspor mempunyai peranan penting bagi pertumbuhan perekonomian. Pada sebuah negara mempunyai keunggulan sebuah produk yang tidak dapat dihasilkan oleh negara lain maka menjadi sebuah keunggulan untuk negara tersebut untuk dapat mengeksport barang yang tidak dapat dihasilkan oleh negara lain.

Hal tersebut akan mampu menambah devisa bagi dalam negeri yang akan digunakan sebagai pembayaran utang luar negeri yang akan digunakan sebagai pembayaran utang luar negeri yang jumlahnya sangat besar dan devisa yang didapat dari hasil ekspor dimanfaatkan untuk mengimpor bahan baku dan barang modal yang tidak dapat diproduksi di dalam negeri dan diharapkan mampu mendorong pertumbuhan ekonomi dalam negeri (Saputra, 2019).

Selain Ekspor, Menurut Teori Harrod Domar menganalisis persyaratan yang dibutuhkan suatu negara agar perekonomian tumbuh dan berkembang dalam jangka panjang serta memiliki peranan penting dalam pembentukan investasi. Investasi dianggap sebagai faktor penting dalam perekonomian karena investasi memiliki 2 peran untuk mempengaruhi perekonomian yaitu pendapatan dan penyerapan tenaga kerja. Investasi yang memadai akan berdampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi secara umum semakin banyak modal yang tersedia, semakin banyak investor menanamkan modal maka meningkatkan produksi apabila produksi meningkat maka pendapatan yang dibayarkan kepada negara akan meningkat. Selain ekspor dan investasi, konsumsi rumah tangga mempengaruhi pertumbuhan ekonomi.

Konsumsi rumah tangga merupakan pengeluaran yang dikeluarkan oleh rumah tangga atau masyarakat untuk memperoleh barang atau jasa pada periode tertentu dengan tujuan memenuhi kebutuhan. Semakin banyak memperoleh barang dan jasa dalam periode tertentu maka roda perekonomian akan semakin baik. Konsumsi rumah tangga memiliki peranan penting dalam perekonomian negara, semakin tinggi konsumsi rumah tangga akan mendorong pertumbuhan ekonomi.

Pengeluaran pemerintah merupakan salah satu dampak terhadap pertumbuhan ekonomi, peran pemerintah merupakan pelaku ekonomi yang sangat penting dalam perekonomian. Hal yang dilakukan pemerintah dalam menjalankan perannya adalah dengan melakukan regulasi perekonomian yang mendukung pelaksanaan kebijakan fiskal melalui penyusunan anggaran dan belanja negara yang memiliki peranan penting dalam meningkatkan laju pertumbuhan ekonomi.

Apabila perekonomian mengalami kelesuan pemerintah dapat menggunakan instrumen kebijakan fiskal untuk menyelamatkan perekonomian. Dalam hal ini pengeluaran pemerintah diperuntukan untuk kesejahteraan masyarakat untuk mendorong pendapatan perkapita serta memiliki kaitan erat dengan pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi adalah proses ekonomi yang menyebabkan peningkatan barang dan jasa serta meningkatnya kekayaan suatu negara. Pertumbuhan ekonomi terjadi apabila permintaan barang tinggi maka perekonomian suatu negara akan naik. Hal ini dapat meningkatkan kemakmuran kesejahteraan masyarakat (Ardiansyah, 2017). Masalah pertumbuhan ekonomi merupakan masalah jangka panjang, Ketika faktor produksi mengalami peningkatan kuantitas dan kualitas, maka kemampuan negara untuk memproduksi barang dan jasa meningkat dari suatu periode ke periode lainnya. Pertumbuhan ekonomi merupakan kunci dari tujuan ekonomi makro. Ada 3 hal mendasari Pertama, penduduk yang terus bertambah. Kedua, kebutuhan dan keinginan selalu tidak terbatas. Ketiga, pemerataan pertumbuhan ekonomi melalui pendapatan akan lebih mudah dicapai dalam pertumbuhan ekonomi yang tinggi. Pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan berkelanjutan merupakan syarat utama bagi keberlangsungan pembangunan ekonomi. Data Produk Domestik Bruto memberikan indikator keadaan perekonomian suatu negara selama periode waktu tertentu. Nilai PDB menguraikan kemampuan negara untuk mengelola serta memanfaatkan sumber daya yang tersedia.

Dampak global pada tahun 2012 yang dialami oleh setiap negara di dunia akibat krisis ekonomi di eropa membuat perekonomian setiap negara memiliki kekhawatiran termasuk Indonesia. Menurut Menko Hatta Rajasa perekonomian Indonesia harus memiliki terobosan baru untuk menyelamatkan perekonomian nasional. Ditengah krisis perekonomian global Indonesia harus ditopang dengan faktor-faktor yang menjadi kekuatan perekonomian. Faktor-faktor perekonomian didukung dengan permintaan domestik yang tetap stabil, investasi, ekspor dan pengeluaran pemerintah. Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti bagaimana pilar-pilar ekonomi yang menjadi faktor pendorong pertumbuhan ekonomi khususnya ekspor, investasi, konsumsi rumah tangga, dan pengeluaran pemerintah terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia selama sepuluh tahun.

Berdasarkan Fenomena diatas sesuai hasil penelitian oleh Ari Mulianta Ginting (2017) dengan judul penelitian “Analisis Pengaruh Ekspor Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Periode 2011-2015” menyatakan hasil penelitian bahwa ekspor memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Asnawi dan Maria Fernanda (2018) dengan judul penelitian “Pengaruh Ekspor Minyak Mentah dan Inflasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia Periode 1996-2016” menyatakan hasil penelitian bahwa variabel ekspor minyak mentah tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Sehingga sampai saat ini terdapat silang pendapat terhadap variabel ekspor. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Firdaus Jufrida (2016) dengan judul penelitian “Analisis Pengaruh Investasi Asing Langsung dan Investasi Dalam Negeri Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia” menyatakan hasil penelitian bahwa investasi asing maupun investasi dalam negeri berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Padli (2017) dengan judul penelitian “Pengaruh Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga, Investasi Swasta dan Belanja Langsung Pemerintah Daerah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Lombok Timur 2001-2017” menyatakan hasil penelitian bahwa variabel investasi swasta tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Sehingga sampai saat ini terdapat silang pendapat terhadap variabel investasi. Lalu penelitian dilakukan oleh Rasnino (2020) dengan judul penelitian “Pengaruh Angka Harapan Hidup, Rata-rata Lama Sekolah dan Konsumsi Rumah Tangga di Kabupaten/Kota Provinsi Lampung Tahun 2014-2019”

menyatakan hasil penelitian bahwa variabel konsumsi rumah tangga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Fitri (2021) dengan judul penelitian “Pengaruh Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga, Pengeluaran Pemerintah Terhadap Variabel Penyerapan Tenaga Kerja Serta Pertumbuhan Ekonomi Bali” menyatakan bahwa variabel konsumsi rumah tangga tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi. Hal ini terdapat silang pendapat terhadap variabel konsumsi rumah tangga serta penelitian terdahulu masih menggunakan lingkup kota/ kabupaten dan provinsi saja sehingga variabel ini diuji kembali dengan lingkup nasional. Lalu pengeluaran pemerintah memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi sesuai penelitian yang dilakukan oleh Pagiuk (2017) dengan judul penelitian “Pengaruh Investasi dan Pengeluaran Pemerintah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Jambi (Studi tahun 2012-2015)” menyatakan hasil penelitian bahwa variabel pengeluaran pemerintah berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Fitri (2021) dengan judul penelitian “Pengaruh Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga, Pengeluaran Pemerintah Terhadap Variabel Penyerapan Tenaga Kerja Serta Pertumbuhan Ekonomi Bali” menyatakan bahwa variabel pengeluaran pemerintah tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi. Hal ini terdapat silang pendapat terhadap variabel pengeluaran pemerintah serta penelitian terdahulu masih menggunakan lingkup provinsi maka variabel ini diuji dengan menggunakan lingkup nasional. Pada objek penelitian penulis memilih lingkup kajian yaitu perekonomian Indonesia guna untuk mengetahui fenomena pertumbuhan ekonomi Indonesia yang mengalami fluktuatif 10 tahun. Oleh karena itu, dengan adanya alasan tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Ekspor, Investasi, Konsumsi Rumah Tangga, dan Pengeluaran Pemerintah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Tahun 2012-2021”**.

Permasalahan

Dalam hal ini pemerintah berusaha untuk mengoptimalkan kinerja ekspor untuk mendorong peningkatan pertumbuhan ekonomi dengan cara meningkatkan produksi barang agar terbuka lapangan pekerjaan, mempermudah izin ekspor dan memperluas pasar tujuan ekspor ke berbagai negara. Selain itu, pemerintah memperbaiki iklim investasi di Indonesia agar dapat menarik para investor. Oleh perbaikan yang dilakukan oleh pemerintah dalam meningkatkan ekspor dan investasi maka pada penelitian ini akan meneliti kembali variabel tersebut. Selain itu, pada penelitian ini menambahkan variabel konsumsi rumah tangga dan pengeluaran pemerintah. Penambahan tersebut dilakukan karena pada penelitian sebelumnya hanya meneliti dalam ruang lingkup provinsi saja.

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang, maka rumusan masalah yang akan diteliti pada penelitian ini adalah:

1. Apakah ekspor berpengaruh secara parsial terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2012-2021?
2. Apakah investasi berpengaruh secara parsial terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2012-2021?
3. Apakah konsumsi rumah tangga berpengaruh secara parsial terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2012-2021?
4. Apakah pengeluaran pemerintah berpengaruh secara parsial terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2012-2021?
5. Apakah ekspor, investasi, konsumsi rumah tangga, dan pengeluaran pemerintah berpengaruh secara simultan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2012-2021?

Tujuan

Merujuk pada permasalahan dan pertanyaan penelitian, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menganalisis pengaruh ekspor secara parsial terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2012-2021
2. Untuk menganalisis pengaruh investasi secara parsial terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2012-2021
3. Untuk menganalisis pengaruh konsumsi rumah tangga secara parsial terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2012-2021
4. Untuk menganalisis pengaruh pengeluaran pemerintah secara parsial terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2012-2021
5. Untuk menganalisis pengaruh ekspor, investasi, konsumsi rumah tangga, dan pengeluaran pemerintah secara simultan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2012-2021

TINJAUAN PUSATAKA

Ekspor

Ekspor adalah proses pengangkutan barang atau komoditas dari suatu negara ke negara lain. Proses ini sering digunakan oleh usaha bisnis kecil hingga menengah sebagai strategi untuk utama bersaing dalam pasar internasional. Strategi ekspor digunakan karena memiliki risiko lebih rendah, lebih kecil dan lebih mudah dibandingkan dengan strategi lainnya. Alasan setiap negara memacu kegiatan ekspor adalah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi. (Jhingan, 2016).

Investasi

Penanaman Modal di Indonesia diatur dengan Undang-Undang Nomor 25 tahun 2017 tentang Penanaman Modal. Dalam Undang-Undang ini yang dimaksud dengan Penanaman Modal Asing adalah kegiatan menanam modal untuk melakukan usaha di wilayah Republik Indonesia yang dilakukan oleh penanam modal asing, baik menggunakan modal asing sepenuhnya maupun yang berpatungan dengan penanam modal dalam negeri

Konsumsi Rumah Tangga

Konsep konsumsi merupakan pembelanjaan yang dilakukan oleh rumah tangga atas barang dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan. Menurut Keynes menyebutkan bahwa konsumsi merupakan fungsi pendapatan. Apabila pendapatan naik maka konsumsi akan naik teori ini sejalan dengan Hukum Engel yaitu semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar konsumsi.

Pengeluaran Pemerintah

Pengeluaran pemerintah merupakan salah satu bagian dari kebijakan fiskal yakni suatu tindakan untuk mengatur jalannya perekonomian dengan cara menentukan besarnya penerimaan dan pengeluaran pemerintah setiap tahunnya yang dapat dipantau dari APBN (Anggaran Pendapatan Belanja Negara) dan APBD (Anggaran Pendapatan Belanja Daerah). (Zahari, 2017).

Pertumbuhan Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi merupakan masalah perekonomian jangka panjang. Hal ini ditunjukkan melalui pendapatan nasional semakin meningkat pendapatan nasional suatu negara maka semakin meningkat pula pertumbuhan ekonomi (Firdausy 2018).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode dokumentasi dan studi Pustaka. Dalam penelitian ini menggunakan jenis data sekunder yang diperoleh dari website Badan Pusat Statistik, Badan Koordinasi Penanaman Modal, dan Kementerian Keuangan.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah data nett ekspor, investasi, data anggaran belanja negara dan data produk domestik bruto secara triwulan.

Model analisis data yang digunakan adalah data analisis regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 26. Uji yang digunakan uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan uji determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0
	Std. Deviation	108695,3669522
Most Extreme Differences	Absolute	0,106
	Positive	0,106
	Negative	-0,73
Test Statistic		0,104
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: output SPSS versi 26

Berdasarkan tabel diatas hasil dari uji *One Sample K-S Test* dapat dilihat (Asymp. Sig. 2-tailed) menunjukkan angka 0,200. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi berdistribusi normal karena hasil signifikansi $> 0,05$ sehingga model regresi dalam penelitian ini dapat dilanjutkan untuk melakukan pengujian selanjutnya.

2. Uji Multikolinieritas

Tabel 2. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Mode 1		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Ekspor (X1)	0,327	3,060
	Investasi (X2)	0,409	2,447
	Konsumsi Rumah Tangga (X3)	0,265	3,375
	Pengeluaran Pemerintah (X4)	0,727	3,375
a. Dependent Variable: Pertumbuhan Ekonomi (Y)			

Sumber: output SPSS versi 26

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* variabel ekspor 0,327 lalu variabel investasi 0,409, variabel konsumsi rumah tangga 0,265 dan variabel pengeluaran pemerintah 0,727 maka dari hasil ketiga variabel dengan nilai tolerance diatas 0,10. Selanjutnya nilai VIF variabel ekspor 3,606 lalu variabel investasi 2,447, variabel konsumsi rumah tangga

3,771 dan variabel pengeluaran pemerintah 3,375 maka dari hasil ketiga variabel dibawah 10. Dengan demikian disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinearitas.

3. Autokorelasi

Tabel 3. Hasil Uji Autokorelasi

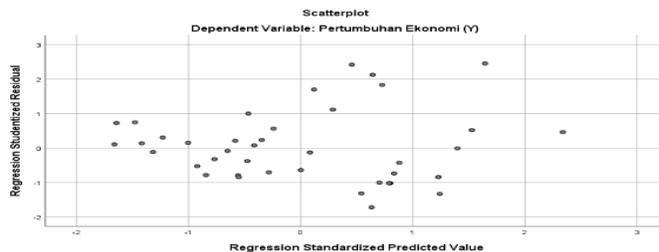
Model	Durbin-Watson
1	1,041 ^a
a. Predictors: (Constant), Pengeluaran Pemerintah (X3), Ekspor (X1), Investasi (X2)	
b. Dependet Variable: Pertumbuhan Ekonomi (Y)	

Sumber: output SPSS versi 26

Berdasarkan tabel diatas hasil uji autokorelasi, diperoleh nilai Durbin-Watson sebesar 1,041. Syarat tidak terjadi autokorelasi adalah nilai Durbin-Watson berada di antara -2 sampai 2. Hasil dari uji ini menunjukkan nilai $-2 < 1,041 < 2$, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini terbebas dari autokorelasi.

4. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: output SPSS versi 26

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola ataupun menumpuk diatas dan dibawah titik 0 pada sumbu Y. maka dapat disimpulkan bahwa uji heteroskedastisitas menggunakan *scatterplot* pada model regresi yang terbentuk dinyatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis

No	Hipotesis	Status	Keputusan
1	H1: Ekspor berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi	t (hitung) $3.296 > 2.030$ t (tabel)	H1 diterima
2	H2: Investasi berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi	t (hitung) $2.972 > 2.030$ t (tabel)	H2 diterima
3	H3: Konsumsi rumah tangga berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi	t (hitung) $7.003 > 2.030$ t (tabel)	H3 diterima
4	H4: Pengeluaran pemerintah berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi	t (hitung) $2.919 > 2.030$ t (tabel)	H4 diterima

5	H5: Ekspor, Investasi, Konsumsi Rumah Tangga, dan Pengeluaran Pemerintah terhadap pertumbuhan ekonomi.	t (hitung) 100915 > 2.63 t (tabel)	H5 diterima
---	--	--	-------------

Sumber: output SPSS versi 26

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	1196633,154	149532,570
	Ekspor (X1)	0,333	0,332
	Investasi (X2)	5,201	0,051
	Konsumsi Rumah Tangga (X3)	5,681	0,097
	Pengeluaran Pemerintah (X4)	2,432	0,025

Sumber: output SPSS versi 26

Berdasarkan tabel diatas hasil uji regresi linier berganda diatas, maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dapat dirumuskan persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = 1196633,154 + 1,093 X_1 + 5,201 X_2 + 5,681 X_3 + 2,423 X_4$$

Keterangan:

1. Nilai konstanta atau nilai tetap pada persamaan diatas adalah 1196633,154. Angka tersebut menunjukkan besaran nilai pertumbuhan ekonomi apabila ekspor, investasi, konsumsi rumah tangga, dan pengeluaran pemerintah dianggap nol atau tidak mengalami perubahan, maka besaran tingkat pertumbuhan ekonomi sebesar 1196633,154 miliar rupiah.
2. Nilai koefisien variabel Ekspor (X₁) sebesar 1,093. Artinya apabila ekspor mengalami kenaikan sebesar satu persen maka Pertumbuhan Ekonomi akan meningkat sebesar 1,093 miliar rupiah dengan asumsi lain dianggap konstan.
3. Nilai koefisien Investasi (X₂) sebesar 5,201. Artinya apabila Investasi mengalami kenaikan sebesar satu persen maka Pertumbuhan Ekonomi akan meningkat sebesar 5,201 miliar rupiah dengan asumsi lain dianggap konstan.
4. Nilai koefisien Konsumsi Rumah Tangga (X₃) sebesar 5,681. Artinya apabila mengalami kenaikan sebesar satu persen maka Pertumbuhan Ekonomi akan meningkat sebesar 5,681 miliar rupiah dengan asumsi lain dianggap konstan.
5. Nilai koefisien Pengeluaran Pemerintah (X₄) sebesar 2,423. Artinya apabila mengalami kenaikan satu persen maka Pertumbuhan Ekonomi akan meningkat sebesar 2,423 miliar rupiah dengan asumsi lain dianggap konstan.

Uji Koefisien Determinasi R^2

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,970	0,962	0,961	114738,53868
a. Predictors: (Constant), Pengeluaran Pemerintah (X4), Investasi (X2), Ekspor (X1), Konsumsi Rumah Tangga (X3)				
b. Dependent Variable: Pertumbuhan Ekonomi (Y)				

Sumber: output SPSS versi 26

Dari tabel di atas merupakan hasil dari uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah nilai R^2 yang disesuaikan, nilai *Adjusted R Square* pada tabel di atas sebesar 0,961 artinya bahwa variabel independen yang terdiri atas Ekspor (X^1), Investasi (X^2), Konsumsi Rumah Tangga (X^3), dan Pengeluaran Pemerintah (X^4) secara simultan mampu menjelaskan perubahan yang terjadi terhadap Pertumbuhan Ekonomi sebesar 96,1%. Sisanya sebesar 3,9% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Ekspor Terhadap Pertumbuhan Ekonomi

Hasil penelitian yang dilakukan pada penelitian ini dihipotesis pertama (H_1) menyatakan bahwa ekspor berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pertumbuhan Ekonomi. Oleh karena itu hipotesis awal (H_1) menyatakan bahwa Ekspor berpengaruh terhadap Pertumbuhan Ekonomi diterima. Hubungan yang terjadi antara Ekspor dan Pertumbuhan Ekonomi adalah positif yaitu ketika Ekspor mengalami kenaikan maka Pertumbuhan Ekonomi juga mengalami kenaikan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ginting (2017) dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa Ekspor berpengaruh signifikan terhadap Pertumbuhan Ekonomi karena semakin besar nilai ekspor maka akan diikuti semakin meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Bahkan hasil analisis ECM menunjukkan bahwa baik dalam jangka panjang maupun jangka pendek ekspor memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi.

Pengaruh Investasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi

Hasil penelitian yang dilakukan pada penelitian ini dihipotesis kedua (H_2) menyatakan bahwa Investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pertumbuhan Ekonomi. Oleh karena itu hipotesis awal (H_2) menyatakan bahwa Investasi berpengaruh terhadap Pertumbuhan Ekonomi diterima. Hubungan yang terjadi antara Investasi dan Pertumbuhan Ekonomi adalah positif yaitu ketika Investasi mengalami kenaikan maka Pertumbuhan Ekonomi juga mengalami kenaikan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pagiuk (2017) menyatakan bahwa investasi berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi karena semakin banyak investasi akan mendorong tingkat pertumbuhan ekonomi melalui pembukaan lapangan pekerjaan, teknologi semakin maju dan ilmu pengetahuan.

Pengaruh Konsumsi Rumah Tangga Terhadap Pertumbuhan Ekonomi

Hasil penelitian yang dilakukan pada penelitian ini dihipotesis ketiga (H_3) menyatakan bahwa Konsumsi Rumah Tangga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pertumbuhan Ekonomi. Oleh karena itu hipotesis awal (H_3) menyatakan bahwa Konsumsi Rumah Tangga berpengaruh terhadap Pertumbuhan Ekonomi diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cass Alexander Rasnino, Didi Nuryadin dan Sri Suharsih (2020) menyatakan bahwa konsumsi rumah tangga berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi. Namun hasil uji ini tidak sejalan dengan penelitian Padli, Hailuddin dan Wahyunadi (2017) yang menyatakan bahwa konsumsi rumah tangga tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi.

Pengaruh Pengeluaran Pemerintah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi

Hasil penelitian yang dilakukan pada penelitian ini dihipotesis keempat (H_4) menyatakan bahwa Pengeluaran Pemerintah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pertumbuhan Ekonomi. Oleh karena itu hipotesis awal (H_4) menyatakan bahwa Pengeluaran Pemerintah berpengaruh terhadap Pertumbuhan Ekonomi diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dilakukan oleh Pagiuk (2017) dan M. Zahari MS (2017) menyatakan bahwa Pengeluaran Pemerintah berpengaruh positif terhadap Pertumbuhan Ekonomi karena semakin banyak pengeluaran pemerintah akan mendorong tingkat pertumbuhan ekonomi melalui pos-pos belanja APBN seperti meningkatkan infrastruktur dan pembangunan fasilitas untuk menunjang pertumbuhan ekonomi negara.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh Ekspor, Investasi, Konsumsi Rumah Tangga, dan Pengeluaran Pemerintah terhadap Pertumbuhan Ekonomi tahun 2012-2021 berikut merupakan kesimpulan:

1. Dari hasil uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini secara parsial variabel ekspor berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2012-2021. Variabel ekspor memiliki hubungan positif terhadap pertumbuhan ekonomi menyatakan bahwa semakin meningkatnya ekspor maka akan meningkatnya pertumbuhan ekonomi. dapat dinyatakan hipotesis pertama diajukan diterima.
2. Dari hasil uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini secara parsial variabel investasi berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2012-2021. Variabel investasi memiliki hubungan positif terhadap pertumbuhan ekonomi menyatakan bahwa semakin meningkatnya investasi maka akan meningkatnya pertumbuhan ekonomi. dapat dinyatakan hipotesis kedua diajukan diterima.
3. Dari hasil uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini secara parsial variabel konsumsi rumah tangga berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2012-2021. Variabel rumah tangga memiliki hubungan positif terhadap pertumbuhan ekonomi menyatakan bahwa semakin meningkatnya konsumsi rumah tangga maka akan meningkatnya pertumbuhan ekonomi. dapat dinyatakan hipotesis ketiga diajukan diterima.
4. Dari hasil uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini secara parsial variabel pengeluaran berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2012-2021. Variabel pengeluaran pemerintah memiliki hubungan positif terhadap pertumbuhan ekonomi menyatakan bahwa semakin meningkatnya pengeluaran pemerintah maka akan meningkatnya pertumbuhan ekonomi. dapat dinyatakan hipotesis keempat diajukan diterima.

5. Dari hasil uji simultan menyatakan bahwa variabel ekspor, investasi, konsumsi rumah tangga, dan pengeluaran pemerintah berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2012-2021.

KETERBATASAN

Penelitian yang dilakukan saat ini masih memiliki kekurangan dan keterbatasan, diantaranya:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi pada penelitian ini hanya terdiri dari: Ekspor, Investasi, Konsumsi Rumah Tangga, dan Pengeluaran Pemerintah banyak faktor lain dari Pertumbuhan Ekonomi.
2. Penelitian ini menggunakan data triwulan dari masing-masing variabel.

DAFTAR PUSTAKA

- Anak Agung Fitri Martaningsih D, A. M. (2021). Pengaruh Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga, Pengeluaran Pemerintah Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Serta Pertumbuhan Ekonomi Bali. *E-Jurnal EP*.
- Anonim. (2022, Februari 16). *Infrastruktur dan Korupsi, Hambatan Utama Ekonomi Tahun 2012*. Retrieved from Voa Indonesia: <https://www.voaindonesia.com/a/infrastruktur-dan-korupsi-hambatan-utama-ekonomi-indonesia-136529318/102893.html>
- Anonim. (2022, Februari 16). *Laporan Perekonomian Indonesia Tahun 2012*. Retrieved from Bank Indonesia: https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/Pages/LPI_2012
- Anonim. (2022, Juni 26). *PDB Triwulanan Atas Dasar Harga Berlaku menurut Pengeluaran (Milyar Rupiah), 2012*. Retrieved from [pdb-triwulanan-atas-dasar-harga-berlaku-menurut-pengeluaran](https://www.bps.go.id/indicator/169/1955/11/-seri-2010-1-pdb-triwulanan-atas-dasar-harga-berlaku-menurut-pengeluaran.html): <https://www.bps.go.id/indicator/169/1955/11/-seri-2010-1-pdb-triwulanan-atas-dasar-harga-berlaku-menurut-pengeluaran.html>
- Ardiansyah, H. (2017). Pengaruh Inflasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Pendidikan Volume 5 Nomor 3*.
- Asnawi, M. F. (2018). Pengaruh Ekspor Minyak Mentah dan Inflasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia 1996-2016. *Jurnal Ekonomika Indonesia Vol 2*.
- Cass Alexander Rasnino, D. N. (2022). Pengaruh Angka Harapan Hidup, Rata-Rata Lama Sekolah, dan Konsumsi Rumah Tangga Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten/Kota Provinsi Lampung Tahun 2014-2019. *Jurnal Impresi Indonesia*.
- Firdaus Jufrida, M. N. (Maret, 2016). Analisis Pengaruh Investasi Asing Langsung dan Investasi Dalam Negeri Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Prespektif Ekonomo Darussalam Vol 2 Nomor 1*.
- Firdausy, C. M. (2018). *Kebijakan dan strategi peningkatan pendapatan asli daerah dalam pembangunan nasional*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Ginting, A. M. (2017). Analisis Pengaruh Ekspor Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Periode Tahun 2001-2015. *Jurnal Buletin Ilmiah Pedangan, Vol 11, No.1 Terindeks Sinta 2*.
- I Dewa Made Bayu Saputra, W. E. (2019). Analisis Determinan Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Nusa Tenggara Barat 2014-2018. *Jurnal Ekonomi Pmebangunan*.
- Ismadiyanti Purwaning Astuti, F. J. (2018). PENGARUH EKSPOR DAN IMPOR TERHADAP PERTUMBUHAN. *Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan Vol 19 Nomor 1*.
- Jhingan. (2016). *Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- M. Razak, M. J. (2017). Pengaruh Ekspor Migas dan Non Migas Terhadap Produk Domestik Bruto Indonesia. *AKMEN Jurnal Ilmiah Vol.11 No.22*.
- Padli, H. W. (2017). Pengaruh Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga, Investasi Swasta, an Belanja Langsung Pemerintah Daerah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Lombok Timur 2001-2017. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Methodist*.
- Sukirno, S. (2017). *Teori-Teori Pertumbuhan Ekonomi*. Yogyakarta: Jakarta: Rajawali Pers.

Halaman Persetujuan Artikel dari Dosen Pembimbing

Artikel saya berjudul

Pengaruh Ekspor, Investasi, Konsumsi Rumah Tangga, dan Pengeluaran Pemerintah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Tahun 2012-2021.

Telah selesai dikoreksi dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk dipublikasikan.

		Tanda tangan	Tanggal
Mahasiswa:	Riznaky Roosmanita		12/08/2022
Dosen Pembimbing:	Jhonny Marbun, SE., M.M		12/08/2022

Analisis Implementasi *Electronic Customer Relationship Management* terhadap *Customer Satisfaction* Bank BCA (Studi pada Nasabah Bank BCA di Jakarta)

Olivia Veronica¹⁾, R. Elly Mirati²⁾

¹⁾ Politeknik Negeri Jakarta, olivia.veronica.ak18@mhs.wpnj.ac.id, Kampus UI, 16425, Depok, Indonesia

²⁾ Politeknik Negeri Jakarta, r.ellymirati@akuntansi.pnj.ac.id, Kampus UI, 16425, Depok, Indonesia

ABSTRACT

The rampant growth of banks in Indonesia has led to intense competition between banks. Technological advances also support this, requiring banks to adapt to business competition. To win the business competition, banks need to have an appropriate and structured strategy. Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) is present as a strategy implemented to build customer relationships through various technological advances. BCA's e-CRM is applied in various forms, such as: automatic customer service, applications, websites, and social media accounts.

This study examines the effect of the E-CRM strategy which has indicators of information quality, service quality, and site security. A total of 100 respondents have been obtained and meet the research criteria, namely they are BCA customers who are domiciled in Jakarta. The analytical technique used in this study is multiple linear regression with an analytical tool, namely SPSS version 26. The results of this study are that Electronic Customer Relationship Management as a whole has a significant positive effect on customer satisfaction. Information quality indicators have a negative and insignificant effect on customer satisfaction. While the indicators of service quality and site security have a positive and significant impact on customer satisfaction.

Keywords: CRM; customer satisfaction; E-CRM; information quality; service quality; site security

ABSTRAK

Maraknya pertumbuhan bank di Indonesia menimbulkan ketatnya persaingan antar bank. Kemajuan teknologi pun mendukung hal tersebut sehingga mengharuskan bank menyesuaikan diri dalam persaingan bisnis. Untuk memenangkan persaingan bisnis, bank perlu memiliki strategi yang sesuai dan terstruktur. Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) hadir sebagai strategi yang diimplementasikan untuk membangun hubungan dengan pelanggan melalui berbagai kemajuan teknologi. E-CRM BCA diaplikasikan dalam berbagai bentuk seperti: automatic customer service, aplikasi, website, hingga akun sosial media.

Penelitian ini menguji pengaruh dari strategi E-CRM yang memiliki indikator kualitas informasi, kualitas layanan, dan keamanan situs. Sebanyak 100 responden telah diperoleh dan memenuhi kriteria penelitian yaitu merupakan nasabah BCA yang berdomisili di Jakarta. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan alat bantu analisis SPSS versi 26. Hasil dari penelitian ini adalah Electronic Customer Relationship Management secara keseluruhan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Indikator kualitas informasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan indikator kualitas layanan dan keamanan situs memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kata-Kata Kunci: CRM; customer satisfaction; E-CRM; keamanan situs; kualitas informasi; kualitas layanan

¹ Olivia Veronica, olivia.veronica.ak18@mhs.wpnj.ac.id ² R. Elly Mirati, r.ellymirati@akuntansi.pnj.ac.id

PENDAHULUAN

Pertumbuhan dan perkembangan bisnis saat ini sangat meningkat dengan tajam. Oleh sebab itu, setiap perusahaan harus berhadapan dengan persaingan yang semakin ketat pula. Tentunya keadaan ini akan menimbulkan berbagai kompleksitas dalam aktivitas pemasaran. Sukses atau tidaknya perusahaan seringkali tergantung pada kemampuan perusahaan dalam penguasaan strategi pemasarannya.

Menurut Data Statistik Perbankan Indonesia (SPI) Vol. 19 No. 8, Juli 2021, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa banyaknya perusahaan jasa yang bergerak di bidang perbankan sebanyak 107 bank dan 29.713 kantor bank menyebabkan permasalahan tersendiri bagi industri perbankan yaitu timbulnya persaingan yang sangat ketat dan mengharuskan setiap bank mempunyai strateginya masing-masing dalam mengelola hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Pada masa digitalisasi seperti ini pun, upaya bank untuk memenangkan persaingan akan semakin ketat. Muncul permasalahan lainnya, yaitu semakin maraknya kemajuan teknologi yang membuat bank perlu menyesuaikan diri agar dapat terus bertahan menjalankan usahanya.

Tentunya nasabah memiliki sangat banyak pilihan untuk mendapatkan pelayanan dan produk/jasa sesuai keinginannya. Untuk memberikan pelayanan dan produk/jasa sesuai keinginan dan kebutuhannya, diperlukan adanya komunikasi kepada nasabah. Komunikasi menjadi salah satu strategi perbankan untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan nasabah.

Konsep Manajemen Hubungan Pelanggan atau biasa dikenal dengan Customer Relationship Management (CRM) adalah salah satu pendekatan bisnis yang berbasis pengelolaan hubungan atau relasi dengan pelanggan. Fokus yang ada pada strategi CRM yaitu kepada apa yang dinilai pelanggan bukan kepada produk yang ingin dijual oleh perusahaan. Melalui penerapan CRM, perusahaan diharapkan mampu membangun komunikasi dan hubungan yang baik dengan para pelanggannya sehingga dalam menghasilkan suatu produk perusahaan tidak hanya menjual dan memasarkan suatu produk/jasanya dengan kualitas yang baik atau harga yang bersaing tetapi juga memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Terlebih pada masa yang dipenuhi teknologi ini, E-CRM atau Electronic Customer Relation Management hadir dan dapat menjadi satu keunggulan dalam peningkatan pelayanan. E-CRM diperlukan untuk membangun hubungan dengan pelanggan melalui website, aplikasi, ataupun berbagai teknologi yang digunakan.

TINJAUAN PUSTAKA

Customer Relationship Management

CRM merupakan sebuah konsep yang berasal dari turunan teori marketing 5.0. Menurut Kotler (2021), marketing 5.0 adalah sebuah konsep yang menekankan pada pemanfaatan teknologi dan penciptaan customer experience. CRM yang merupakan turunan dari konsep pemasaran ini diterapkan untuk aktifitas pemasaran, mulai dari segmentasi pasar, mendapatkan konsumen baru, mempertahankan kesetiaan konsumen, mengembangkan konsumen, bahkan hingga promosi penjualan.

Adapun definisi CRM yang dikemukakan oleh para ahli, sebagai berikut: Menurut Laksmana (2018), Customer Relationship Management merupakan strategi yang berfokus pada pelanggan untuk mendapatkan keuntungan melalui hubungan dengan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2012), Customer Relationship Management adalah proses mengelola informasi secara rinci mengenai masing-masing pelanggan. CRM mengelola semua titik kontak pelanggan untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan.

Electronic Customer Relationship Management

Pada pertengahan tahun 1990an, CRM telah diperkaya oleh berbagai informasi teknologi. Penerapan teknologi dalam CRM merupakan respon terhadap perubahan-perubahan yang ada

dalam dunia. Istilah E-CRM mulai digunakan pada pertengahan tahun 1990an ketika pelanggan mulai menggunakan web browser, internet, dan touch point elektronik lainnya (e-mail, PDA, call centers dan lain-lain). E-CRM merupakan pengembangan dari CRM yang dilakukan secara elektronik.

Penjelasan mengenai E-CRM dijelaskan lebih lanjut oleh para ahli yang tertuang pada beberapa definisi berikut. Menurut Suharsono, et al (2021) E-CRM mengacu pada manajemen hubungan pelanggan elektronik atau dapat dikatakan E-CRM merupakan CRM yang berbasis web, dimana hubungannya dilakukan secara elektronik. Tujuan utama dari E-CRM ini yaitu untuk mengidentifikasi dan mempertahankan pelanggan yang tepat untuk memicu penggunaan berulang atas produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Dengan penetrasi global yang semakin meningkat di Internet, E-CRM telah menjadi semakin populer sebagai alat komunikasi dan digunakan sebagai platform untuk membangun hubungan (Lam, et al, 2013).

Menurut Hamid dan Grath (2005) terdapat beberapa dimensi E-CRM yang saling terkait. Berikut tiga dimensi E-CRM yang menjadi indikator dalam penelitian ini:

1. Kualitas informasi, yang dapat diartikan sebagai cerminan dari relevansi, kemutakhiran, kecukupan, konsistensi dan dapat dimengerti. Informasi yang disajikan pada situs harus mudah dimengerti dan sesuai dengan perkembangan jaman.
2. Kualitas layanan konsumen, dimana konsumen menghendaki komunikasi yang baik dengan perwakilan. Perwakilan perusahaan harus mengerti berbagai kebutuhan konsumen. Perwakilan juga harus memiliki kapasitas untuk menangani masalah yang muncul dan mengatasi keluhan konsumen dengan ramah.
3. Keamanan situs, dimana konsumen prihatin tentang keamanan pembayaran online, keandalan, dan kebijakan privasi karena mereka harus memberikan informasi pribadi dan informasi rekening mereka dalam proses pemesanan. Perusahaan online perlu mengkomunikasikan secara jelas kepada konsumen tentang bagaimana data pribadi dan transaksi mereka diamankan.

Penelitian ini membatasi indikator dengan memakai tiga dari dua belas indikator E-CRM, yaitu kualitas informasi, kualitas layanan, dan keamanan situs. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat meneliti lebih jauh mengenai indikator-indikator lain yang terdapat pada E-CRM.

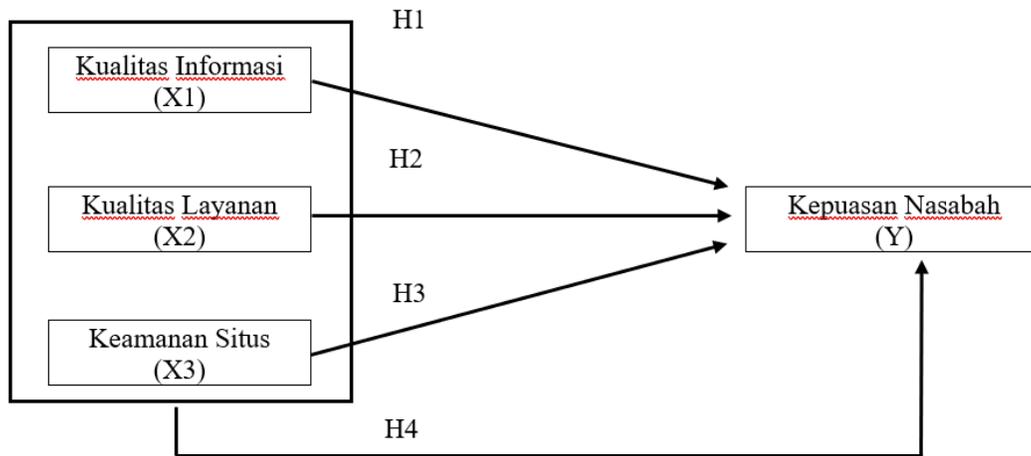
Customer Satisfaction

Menurut Kotler dan Keller (2017), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dipikirkan terhadap hasil yang diharapkan. Menurut Tjiptono (2014), kepuasan atau satisfaction berasal dari bahasa latin “satis” artinya cukup banyak atau memadai dan “facio” artinya melakukan atau membuat. Dengan itu, kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu cukup atau memadai. Menurut Kotler dan Armstrong (2012), *customer satisfaction depends on the product's perceived performance relative to a buyer's expectations.*

Penelitian Terdahulu

Sinaga, dkk (2021), Pengaruh *Customer Relationship Management* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah pada Bank Konvensional. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Customer Relationship Management* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan. Apriyanti, dkk (2021), Pengaruh e-CRM terhadap Kualitas Hubungan dan Hasil dengan Atribut Layanan dan Pemulihan Layanan sebagai Variabel Mediasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa E-CRM dapat secara langsung dan signifikan mempengaruhi setiap atribut layanan dan pemulihan layanan.

Kerangka Pemikiran



Electronic Customer Relationship Management (X)

Gambar 1. Kerangka Penelitian

Hipotesis

- H1: Kualitas Informasi (X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan
H2: Kualitas Layanan Konsumen (X2) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan
H3: Keamanan Situs (X3) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
H4: E-CRM (X) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis, Sumber, Populasi, dan Sampel Penelitian

Peneliti menggunakan jenis penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini tidak diketahui, sehingga berdasarkan hasil perhitungan dengan rumus diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden. Sampel yang diambil pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria nasabah yang mempunyai rekening Bank BCA dan berdomisili di Jakarta. Sumber data yang diambil adalah data primer dengan kuesioner (metode tertutup) menggunakan skala likert.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut: uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, analisis regresi linear berganda, uji t (parsial), uji F (simultan), dan uji koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

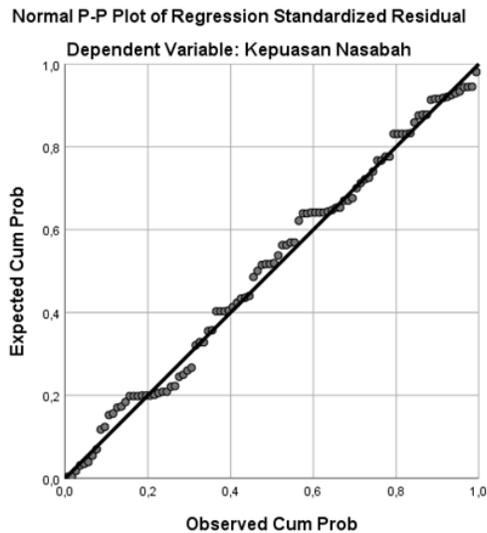
Gambaran Umum Responden

Responden yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Central Asia yang berdomisili di Jakarta sebanyak 100 responden, yang dikelompokkan menurut jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Berdasarkan hasil penelitian kepada 100 orang responden didapat karakteristik responden terbanyak berdasarkan jenis kelamin adalah wanita sebanyak 71%, karakteristik responden terbanyak berdasarkan usia adalah 17-24 tahun sebanyak 79%, dan karakteristik responden terbanyak berdasarkan pekerjaan adalah mahasiswa sebanyak (40%).

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua nilai r hitung bernilai lebih besar dari nilai r tabel dimana r tabel bernilai 0,256. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa kuesioner dinyatakan valid. Kemudian untuk hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari nilai Cronbach's Alpha Standar, dimana nilai Cronbach's Alpha Standar adalah sebesar 0,6. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa kuesioner dinyatakan reliabel.

Hasil Uji Normalitas



Gambar 2. Normal P Plot of Regression Standarized Residual

Berdasarkan Gambar 2, dapat dilihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Sehingga dari hasil tersebut dapat dihasilkan bahwa data yang digunakan untuk penelitian ini berdistribusi normal dan layak untuk digunakan.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,63480294
Most Extreme Differences	Absolute	0,071
	Positive	0,051
	Negative	-0,071
Test Statistic		0,071
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.		

Berdasarkan tabel 1, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi yang ditunjukkan dari nilai Asymp. Sig (2-Tailed) sebesar 0.2, yaitu lebih dari 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa uji normalitas melalui 2 cara yaitu probability plot dan Kolmogorov-Smirnov menunjukkan data berdistribusi normal.

Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,404	1,766		0,795	0,429		
Kualitas Informasi	-0,217	0,112	-0,190	-1,934	0,056	0,621	1,611
Kualitas Layanan	0,348	0,121	0,286	2,877	0,005	0,607	1,649
Keamanan Situs	0,670	0,092	0,570	7,244	0,000	0,964	1,037

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Tabel 2 diatas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai tolerance yang lebih besar dari 0,10 dan semua variabel memiliki nilai VIF yang lebih kecil dari 10. Sehingga hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dan kedua variabel bebas dapat dikatakan baik untuk penelitian berikutnya.

Hasil Uji Heterokedastisitas

Tabel 3. Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	3,507	0,991		3,540	0,001	
Kualitas Informasi	-0,023	0,063	-0,046	-0,370	0,712	
Kualitas Layanan	-0,140	0,068	-0,259	-2,062	0,052	
Keamanan Situs	-0,001	0,052	-0,002	-0,018	0,986	

a. Dependent Variable: ABS_RES

Berdasarkan tabel 4.5 diketahui nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel Kualitas Informasi adalah sebesar 0,712, signifikansi (Sig.) untuk variabel Kualitas Layanan adalah sebesar 0,052, dan nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel Keamanan Situs adalah sebesar 0,986. Karena nilai signifikansi kedua variabel diatas lebih besar dari 0,05 maka sesuai dasar pengambilan keputusan Uji Glejser bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	1,404	1,766		0,795	0,429	
Kualitas Informasi	-0,217	0,112	-0,190	-1,934	0,056	

	Kualitas Layanan	0,348	0,121	0,286	2,877	0,005
	Keamanan Situs	0,670	0,092	0,570	7,244	0,000
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah						

Berdasarkan tabel, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 1,404 + -0,217 X_1 + 0,348 X_2 + 0,670 (X_3) \quad (2)$$

Penjelasan persamaan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta merupakan besarnya nilai variabel dependen (Y) tanpa adanya pengaruh variabel independen (X). Hasil uji regresi menunjukkan nilai konstanta sebesar 1,404.
2. Koefisien regresi untuk variabel Kualitas Informasi (X1) sebesar -0,217. Hal tersebut dapat diartikan jika variabel Kualitas Informasi (X1) mengalami peningkatan, maka Kepuasan Nasabah dalam Implementasi E-CRM Bank BCA akan menurun dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.
3. Koefisien regresi untuk variabel Kualitas Layanan (X2) sebesar 0,348. Hal tersebut dapat diartikan jika variabel Layanan (X2) mengalami peningkatan, maka Kepuasan Nasabah dalam Implementasi CRM Bank BCA akan meningkat juga dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.
4. Koefisien regresi untuk variabel Keamanan Situs (X3) sebesar 0,670. Hal tersebut dapat diartikan jika variabel Keamanan Situs (X3) mengalami peningkatan, maka kepuasan nasabah dalam Implementasi CRM Bank BCA akan meningkat juga dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

Hasil Uji t (Parsial)

Tabel 5. Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,404	1,766		0,795	0,429
	Kualitas Informasi	-0,217	0,112	-0,190	-1,934	0,056
	Kualitas Layanan	0,348	0,121	0,286	2,877	0,005
	Keamanan Situs	0,670	0,092	0,570	7,244	0,000
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah						

Berdasarkan tabel, maka hasil uji t dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai signifikansi 0,056 lebih besar dari 0,05 (0,056 > 0,05). Hal tersebut menyatakan bahwa kualitas informasi berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam Implementasi E-CRM dan nilai t hitung -1,934 lebih kecil dari t tabel 1,98525 (-1,934 < 1,98525). Hal tersebut menyatakan bahwa kualitas informasi berpengaruh negatif terhadap kepuasan nasabah dalam implementasi E-CRM.
2. Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai signifikansi 0,005 lebih kecil dari 0,05 (0,005 < 0,05). Hal tersebut menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam Implementasi E-CRM dan nilai t hitung 2,877 lebih besar dari t

tabel 1,98525 ($2,877 > 1,98525$). Hal tersebut menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dalam implementasi E-CRM.

3. Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal tersebut menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam Implementasi E-CRM dan nilai t hitung 7,244 lebih besar dari t tabel 1,98525 ($7,244 > 1,98525$). Hal tersebut menyatakan bahwa keamanan situs berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dalam implementasi E-CRM.

Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	196,325	3	65,442	23,744	,000 ^b
	Residual	264,585	96	2,756		
	Total	460,910	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah						
b. Predictors: (Constant), Keamanan Situs, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan						

Tabel 6. Hasil Uji F (Simultan)

Berdasarkan tabel 4.8, menunjukkan hasil nilai F hitung sebesar 23,744 lebih besar dari nilai F tabel sebesar 3,09 ($70,154 > 2,70$) dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa Electronic Customer Relationship Management (X) yang terdiri dari Kualitas Informasi (X1), Kualitas Layanan (X2), dan Keamanan Situs (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BCA di Jakarta.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,653 ^a	0,426	0,408	1,66015
a. Predictors: (Constant), Keamanan Situs, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan				
b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah				

Berdasarkan tabel 4.14, diperoleh bahwa hasil uji R Square sebesar 0,426 atau 42,6%. Hal ini menunjukkan bahwa besar pengaruh variabel Kualitas Informasi (X1), Kualitas Layanan (X2), dan Keamanan Situs (X3) yang dihasilkan terhadap Kepuasan Nasabah dalam Implementasi E-CRM sebesar 42,6% sedangkan sisanya sebesar 57,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Pembahasan

Adapun penjelasan dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas informasi secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam penerapan E-CRM. Hal ini dapat menjadi catatan bagi Bank BCA untuk menampilkan informasi pada sistem E-CRMnya sesuai dengan yang nasabah inginkan. Berdasarkan hal tersebut, bank BCA perlu

menambahkan social proof dalam bentuk testimoni pada sistem E-CRMnya, seperti website, social media, pelayanan email, ataupun aplikasi. Sebagai contoh, pada website bca.co.id dapat dilengkapi oleh fitur atau kolom untuk pemberian testimoni. Pada kolom testimoni tersebut nasabah dapat menuliskan apa saja kesan yang dihadapinya selama menggunakan layanan BCA.

Pengaruh Kualitas Layanan Konsumen terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil tersebut kemudian dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam penerapan E-CRM. Setiap perwakilan Bank BCA diharapkan mampu mengatasi keluhan nasabah dengan ramah dan menyelesaikan setiap kendala mereka. Pada salah satu bagian dari sistem E-CRM BCA, yaitu bca.co.id terdapat fitur chat. Fitur chat tersebut berguna untuk berkomunikasi dengan para perwakilan bank. Melalui fitur chat, perwakilan Bank BCA perlu menjelaskan solusi yang terbaik serta memberikan konfirmasi apakah solusi yang diberikan benar-benar menyelesaikan masalah mereka.

Pengaruh Keamanan Situs terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keamanan situs secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam penerapan E-CRM. Pengamanan sistem E-CRM perlu ditingkatkan dan dipertahankan tidak hanya dari aspek infrastuktur, namun juga perlu sistem validasi yang berlapis untuk memastikan orang yang melakukan transaksi adalah orang yang sah. Misalnya, untuk log in ke salah satu sistem E-CRM BCA, yaitu MyBCA, nasabah harus selalu mengisi username dan password Bank BCA. Kemudian, saat melakukan transaksi, nasabah harus mengisi kembali pin ATM sebagai bentuk validasi.

Pengaruh Electronic Customer Relationship Management terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa E-CRM secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. bank BCA harus memberikan perhatian kepada nasabah melalui pengelolaan hubungan baik, tidak hanya selesai sampai nasabah melakukan transaksi dan mendapatkan produk yang diinginkan, namun hal tersebut juga diperlukan untuk layanan purna jual dan diharapkan dapat mengurangi potensi konflik dengan nasabah. Contohnya, sebagai bentuk implementasi E-CRM, bank BCA dapat memberikan berbagai ucapan ataupun survey melalui email dalam rangka mendukung layanan purna jual.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas informasi secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam penerapan E-CRM. Ini memberikan arti bahwa nasabah tidak merasa puas hanya dengan informasi yang lengkap, jelas, relevan, dan akurat. Hal ini dapat menjadi catatan bagi Bank BCA untuk menampilkan informasi sesuai dengan yang nasabah inginkan.
2. Kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam penerapan E-CRM. Hal ini memberikan arti bahwa peningkatan kualitas layanan bank BCA di Jakarta sejalan dengan kepuasan nasabah sehingga Bank BCA diharapkan terus membangun hubungan yang baik dengan nasabah melalui peningkatan berbagai kualitas layanan pada setiap jenis usaha.
3. Keamanan situs secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam penerapan E-CRM. Hal ini berarti bahwa keamanan situs bank BCA di

Jakarta saat ini sejalan dengan kepuasan nasabah. Karena itu, bank BCA perlu untuk selalu memberikan jaminan keamanan kepada nasabah untuk meningkatkan kepercayaan nasabah sehingga nasabah merasa puas.

4. Implementasi Electronic Customer Relationship Management pada Bank BCA secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut memberikan arti bahwa setiap peningkatan yang diberikan oleh bank BCA terhadap E-CRM juga meningkatkan kepuasan nasabah. Dengan hal ini, bank BCA diharapkan terus memberikan perhatian kepada nasabah melalui pengelolaan hubungan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanti, R., Rohman, F. and Indrawati, N.K. (2021). Pengaruh e-CRM terhadap Kualitas Hubungan dan Hasil dengan Atribut Layanan dan Pemulihan Layanan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(1), 129
- Bank Central Asia (BCA). (2022). *Monthly Financial Report BCA*. <https://www.bca.co.id/en/tentang-bca/Hubungan-Investor/laporan-presentasi/Laporan-Kuangan>. diakses pada 15 Februari 2022.
- Bintari, W. P., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. (2022). Pengaruh Usability, Information Quality, dan Service Interaction Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Tokopedia di Kabupaten Kediri). *Jurnal Perspektif*.
- Dehghanpouri, H., Soltani, Z. and Rostamzadeh, R. (2020). The impact of trust, privacy and quality of service on the success of E-CRM: the mediating role of customer satisfaction. *Journal of business & industrial marketing*.
- Fitriana, A. (2019). Pengaruh E-Marketing dan E-CRM terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan Internet Banking Bank Syariah Mandiri. *Creative Information Technology Journal*, 4(4), 306-315.
- Hendarsyah, D. (2012). Keamanan Layanan Internet Banking Dalam Transaksi Perbankan. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*.
- Kotler, P. and Keller, K. (2012). *Marketing management*. Boston: Pearson.
- Lovelock, C., Patterson, P. and Wirtz, J. (2014). *Services Marketing*. eBook Melbourne: P. Ed Australia.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2021). *Statistik Perbankan Indonesia*. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/data-dan-statistik/statistik-perbankan-indonesia/Pages/Statistik-Perbankan-Indonesia---Juli-2021.aspx>. diakses pada 3 Maret 2022.
- Putra, Y.E., Yunus, M. and Sulaiman, S. (2018). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Rakyat Indonesia. *Jurnal Manajemen Inovasi*, 8(2)
- Putri, A.A.I.M.V. and Purnami, N.M. (2019). Peran Kepuasan Memediasi Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Mega Cabang Sunset Road Kuta. *E-Jurnal Manajemen*, 8(7), 4357-4383.
- Sinaga, U.R.T., Achmad, G.N. and Kuleh, Y. (2021). Pengaruh Customer Relationship Management dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah pada Bank Konvensional. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(5). 2551-2565.
- Victor, C., Jorie, R.J. and Sumarauw, J.S. (2015). Pengaruh customer relationship management dan kepercayaan terhadap kepuasan serta dampaknya terhadap loyalitas konsumen PT. Bank BCA Tbk. Di Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(2).

Analisis Persepsi dan Pengetahuan Nasabah terhadap Pelaksanaan *Green Banking* PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk

Theresia Angel Natalia Haurissa¹⁾, Ida Nurhayati²⁾

¹⁾ Politeknik Negeri Jakarta, theresia.angelnataliahaurissa.ak18@mhs.w.pnj.ac.id , Depok, 16425, Depok, Indonesia

²⁾ Politeknik Negeri Jakarta, ida.nurhayati@akuntansi.pnj.ac.id , Depok, 16425, Depok, Indonesia

ABSTRACT

Green Banking is a concrete action taken by banks to maintain environmental awareness in order to support sustainable development. Green Banking in Indonesia has been carried out by several banks, one of which is PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. BNI is a pioneer or initiator of banking that cares about the environment by actively carrying out Green Banking Practices. This study aims to determine BNI customer perception and knowledge of the implementation of Green Banking which has been implemented which is the responsibility of all parties. This research was conducted by looking at the activities of Green Banking Practices in BNI's CSR, known as BNI Berbagi and one of the movements is BNI Go Green. This study used primary data in the form of a questionnaire given to 100 active BNI customers and secondary data from sustainability report of BNI. The data analysis technique used is multiple linear analysis using analytical tools, namely SPSS version 26.0. The results of this study indicate that the customer perception variable partially has a significant effect on the implementation of BNI's green banking and partially customer knowledge has a significant effect on the implementation of BNI's green banking. Then, based on the results of the simultaneous test, it is known that customer perceptions and knowledge have a significant effect on the implementation of BNI's green banking.

Keywords: *Customer Perception, Customer Knowledge, Green Banking, PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk*

ABSTRAK

Green Banking merupakan aksi nyata yang dilakukan oleh bank untuk mewujudkan kepedulian terhadap lingkungan guna mendukung pembangunan berkelanjutan. *Green Banking* di Indonesia telah dilakukan oleh beberapa bank, salah satunya adalah PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. BNI merupakan pionir atau inisiator perbankan peduli lingkungan yang dengan aktif melakukan Praktik *Green Banking*. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui persepsi dan pengetahuan nasabah BNI terhadap pelaksanaan *Green Banking* yang selama ini telah diterapkan, dimana pelaksanaan ini adalah tanggung jawab semua pihak. Penelitian ini dilakukan dengan melihat aktivitas Praktik *Green Banking* dalam CSR BNI yang dikenal dengan Program BNI Berbagi dan salah satu gerakannya adalah BNI *Go Green*. Penelitian ini menggunakan data primer berupa kuesioner yang diberikan kepada 100 nasabah aktif BNI dan data sekunder yang berasal

¹ Theresia Angel Natalia Haurissa. E-mail: theresia.angelnataliahaurissa.ak18@mhs.w.pnj.ac.id

² Ida Nurhayati. E-mail: ida.nurhayati@akuntansi.pnj.ac.id

dari laporan keberlanjutan BNI. Teknis analisis yang digunakan adalah analisis linear berganda menggunakan alat bantu analisis yaitu SPSS versi 26.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi nasabah secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pelaksanaan *green banking* BNI dan pengetahuan nasabah secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pelaksanaan *green banking* BNI. Selanjutnya berdasarkan hasil uji simultan, diketahui bahwa persepsi dan pengetahuan nasabah berpengaruh signifikan terhadap pelaksanaan *green banking* BNI.

Kata-Kata Kunci: Persepsi Nasabah, Pengetahuan Nasabah, Pelaksanaan *Green Banking*, PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk

PENDAHULUAN

Isu lingkungan hidup menjadi perhatian pada abad 21 ini, hal ini dikarenakan lingkungan yang tercemar menimbulkan dampak buruk bagi kelangsungan hidup SDA, yang diantaranya merupakan kebutuhan penting bagi kelangsungan hidup manusia. Persoalan lingkungan hidup menjadi dasar untuk mendorong kesadaran setiap individu, dalam UUPPLH dimuat aturan mengenai ketentuan peran serta masyarakat, yaitu pada bab XI tentang peran masyarakat. Hal ini menjelaskan bahwa peran setiap individu atau masyarakat, khususnya pelaku kegiatan usaha di berbagai sektor memiliki pengaruh yang besar terhadap lingkungan untuk meminimalkan kemungkinan dampak buruk atau kerusakan terhadap lingkungan yang dapat ditimbulkan dari kegiatan yang dilakukan. Salah satu sektor yang ikut berperan serta di dalamnya adalah perbankan.

Perbankan merupakan salah satu sektor yang bertanggung jawab untuk terus memperhatikan, meninjau dan memberikan pengelolaan terhadap dampak lingkungan yang dihasilkan dari pelaksanaan kegiatan bisnis dan usahanya. Hal ini didasari dengan adanya berbagai aturan, seperti yang terdapat dalam POJK No. 51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan bagi lembaga jasa keuangan, emiten dan perusahaan publik. Oleh karena itu, terkait dengan peraturan yang ada, bank melakukan pembaruan dalam kegiatan dan perilakunya dengan mewujudkan kepedulian terhadap lingkungan melalui aktivitas *green banking*. Menurut Lalon dan Raad (2015), aktivitas *green banking* memberikan prioritas terhadap *sustainability* atau keberlanjutan dengan melakukan upaya perlindungan lingkungan. Dapat dikatakan bahwa *green banking* diterapkan sebagai dukungan menyeluruh dari industri jasa keuangan terhadap tujuan pembangunan berkelanjutan.

Sebagai upaya dalam mendukung pembangunan berkelanjutan, penerapan konsep *green banking* telah dilakukan oleh beberapa bank di Indonesia, salah satu bank yang telah menerapkannya adalah BNI. BNI dengan konsisten berupaya melakukan aktivitas *green banking* secara berkala. Pelaksanaan *green banking* BNI dikenal dengan sebuah nama yaitu BNI *Go Green*. BNI *Go Green* merupakan salah satu dari beberapa Program BNI Berbagi yang terdapat dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial dan lingkungan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk. BNI *Go Green* merupakan implementasi dari dukungan BNI terhadap tujuan pembangunan berkelanjutan. Pelaksanaan *green banking* dilakukan secara langsung oleh BNI berdasarkan 5 pilar keberlanjutan, yaitu BNI untuk Indonesia, BNI untuk Nasabah, BNI untuk Lingkungan Hidup, BNI untuk Masyarakat serta BNI untuk Pegawai. *Green banking* mengacu pada salah satu pilar keberlanjutan, yaitu BNI untuk lingkungan hidup.

BNI untuk lingkungan hidup mewujudkan kegiatan keberlanjutan melalui beberapa program dan bantuan yang dilakukan secara internal dan eksternal. Pengelolaan secara internal diantaranya adalah penghematan kertas, pengelolaan energi dan pengurangan emisi, pengelolaan air serta pengelolaan limbah, sedangkan pengelolaan secara eksternal yaitu penghijauan serta pelestarian keanekaragaman hayati. Salah satu program yang erat kaitannya dan berhubungan langsung dengan nasabah adalah penghematan kertas.

Berdasarkan data yang diperoleh dari laporan keberlanjutan BNI, berikut adalah banyaknya pemakaian kertas yang dilakukan BNI dari tahun 2019 – 2021, yaitu:

Tabel 1. Pemakaian Kertas BNI

2019	2020	2021
163.135,00 kg	135.946,20 kg	138.526,20 kg

Sumber: Laporan Keberlanjutan BNI, 2021

Dalam pelaksanaan *green banking*, BNI melibatkan nasabah untuk mengenal, memahami dan mendukung konsep pelaksanaan dan aktivitas yang dilakukan. Namun, persepsi dan pengetahuan masyarakat terhadap *green banking* masih rendah (Katadata *Insight Center (KIC)*, Mei 2022). Hal ini menjadi perhatian karena persepsi dan pengetahuan nasabah berpengaruh terhadap sejauh mana pengenalan serta pelaksanaan *green banking* BNI dilaksanakan. Adanya fenomena bahwa BNI sebagai *agent of development* dan *first movers on sustainable banking* yang dalam pelaksanaannya dibantu atau bekerja sama dengan nasabah untuk mewujudkan perbankan yang mendukung pembangunan berkelanjutan, bersinggungan dengan sejauh mana nasabah BNI telah mengenal dan memahami istilah *green banking* BNI serta bagaimana persepsi dan pengetahuan yang dimiliki nasabah sampai kepada salah satu pelaksanaan program yang dilakukan BNI, seperti penghematan kertas. Oleh karena itu, berdasarkan fenomena tersebut, dalam penelitian ini penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Persepsi dan Pengetahuan Nasabah terhadap Pelaksanaan Green Banking PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk**”.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka pertanyaan dalam penelitian ini, adalah:

1. Bagaimana pengaruh persepsi nasabah terhadap pelaksanaan *green banking* yang dilakukan oleh BNI?
2. Bagaimana pengaruh pengetahuan nasabah terhadap pelaksanaan *green banking* yang dilakukan oleh BNI?
3. Bagaimana pengaruh persepsi dan pengetahuan nasabah terhadap pelaksanaan *green banking* yang dilakukan oleh BNI?

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang ada, tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini, adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi nasabah terhadap pelaksanaan *green banking* yang dilakukan oleh BNI.
2. Untuk menganalisis pengaruh pengetahuan nasabah terhadap pelaksanaan *green banking* yang dilakukan oleh BNI.
3. Untuk menganalisis pengaruh persepsi dan pengetahuan nasabah terhadap pelaksanaan *green banking* yang dilakukan oleh BNI.

TINJAUAN PUSTAKA

Triple Bottom Line

Triple Bottom Line yaitu *People, Planet* dan *Profit* menurut John Elkington (1994) merupakan teori yang menjelaskan bahwa suatu perusahaan tidak hanya memiliki orientasi dengan berfokus kepada keuntungan sebanyak - banyaknya dari kegiatan bisnis dan usaha seperti penjualan barang atau jasa yang dilakukan, namun berkembang dengan memerhatikan orientasi terhadap kinerja sosial, lingkungan dan ekonomi. Konsep 3P ini digunakan sebagai landasan serta tujuan dalam tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* di dalam perusahaan. Pada teori ini perusahaan tidak hanya berfokus pada tanggung jawabnya dalam mengelola bisnis dan usahanya untuk menghasilkan laba (*profit*), namun juga memfokuskan tanggung jawabnya pada strategi keberlanjutan untuk memelihara kelestarian lingkungan dan alam semesta (*planet*) serta meningkatkan kesejahteraan sosial kepada masyarakat (*people*).

Persepsi

Persepsi adalah sebuah kesan yang diterima oleh individu, kesan ini selanjutnya dianalisis dan diinterpretasikan oleh panca indera, setelah itu kesan ini akan dinilai dan seorang individu dapat memperoleh sebuah makna. Robbins berpendapat bahwa terdapat unsur – unsur penilaian terhadap sebuah objek persepsi. Indikator – indikator persepsi yang ditetapkan oleh Stephen P. Robbins (2003), yaitu penerimaan dan evaluasi. Pada tahap penerimaan, panca indera berfungsi untuk menerima atau menangkap rangsang dari luar. Selanjutnya rangsangan yang telah diserap oleh alat indera akan dievaluasi. Evaluasi ini bersifat subjektif, yaitu evaluasi yang diberikan seorang individu dapat berbeda antara satu sama lain.

Pengetahuan

Pengetahuan mendasari adanya sebuah keyakinan, pemahaman atau perilaku seseorang terhadap suatu objek. Keyakinan, pemahaman dan perilaku yang didasari oleh pengetahuan menjadi hal yang lebih baik karena didorong adanya kesadaran, rasa tertarik dan sikap positif terhadap suatu objek. Menurut Notoatmodjo (2007), pengetahuan terdiri atas 6 tingkatan yaitu tahu, diartikan sebagai cara melihat, mengamati dan mengenali suatu objek. Memahami, yaitu merupakan suatu kemampuan untuk menjelaskan suatu objek yang diketahui dan diinterpretasikan secara benar. Aplikasi, merupakan kemampuan untuk mempraktekkan suatu hal pada kondisi nyata atau sebenarnya. Analisis, merupakan suatu kemampuan untuk menjabarkan atau menjelaskan suatu objek. Sintesis, merupakan suatu kemampuan untuk menghubungkan bagian – bagian di dalam suatu bentuk keseluruhan yang baru dan tingkatan terakhir adalah evaluasi atau kemampuan untuk memberikan penilaian terhadap suatu objek.

Green Banking

Menurut Bai (2011), Green Banking merupakan bank yang dalam menjalankan kegiatan operasionalnya bersifat ramah lingkungan, memiliki tanggung jawab serta kinerja lingkungan. Terdapat 16 indikator *green banking* yang dirumuskan oleh Shaumya dan Arulrajah (2006) yaitu pelatihan dan pendidikan tentang kesadaran lingkungan, evaluasi kinerja lingkungan, sistem penghargaan berbasis lingkungan, penghematan penggunaan kertas (*paperless*), penggunaan peralatan hemat energi, pengelolaan limbah atau daur ulang, bank ramah lingkungan, *green loan*, proyek hijau, fasilitas *green enterprise*, evaluasi kredit berbasis *green*, *green branch*, kebijakan berbasis lingkungan, *green partnership*, *green strategic planning* dan *green procurement*.

Green Banking BNI

BNI merupakan salah satu bank yang telah melaksanakan konsep *green banking*. BNI mewujudkan kepedulian terhadap lingkungan melalui aktivitas *green banking* yang dikenal sebagai BNI *Go Green*. 5 pilar dan strategi keberlanjutan BNI yang terdapat di dalam laporan keberlanjutan BNI (2019-2021) adalah BNI untuk Indonesia, BNI untuk Nasabah, BNI untuk Lingkungan Hidup, BNI untuk Masyarakat dan BNI untuk Pegawai.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan objek penelitian yang dijadikan populasi ialah para nasabah aktif BNI. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan pertimbangan tertentu, pertimbangan dalam penelitian ini yaitu responden adalah para nasabah aktif BNI, mengenal serta memakai produk dan jasa yang disediakan BNI serta tertarik dan peduli terhadap lingkungan hidup. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan menjadi 100 responden. Sumber data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dengan menggunakan sumber data primer yaitu tanggapan responden yang diperoleh melalui angket atau kuesioner dengan metode tertutup dengan skala likert 1-5. Selain itu, metode pengumpulan data yang juga digunakan untuk

mendapatkan data yang diperlukan adalah studi kepustakaan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah persepsi nasabah dan pengetahuan nasabah. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah pelaksanaan *green banking*, dimana dalam penelitian ini dilakukan uji analisis data dengan melakukan uji instrumen dan uji asumsi klasik. Selanjutnya untuk menjelaskan hubungan dan pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini, digunakan teknik analisis linear berganda dan pengujian hipotesis. Data diolah menggunakan alat bantu *software* SPSS versi 26, hal ini dikarenakan setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini diukur melalui indikator pernyataan yang terdapat pada kuesioner.

HASIL DAN PEMBAHASAN

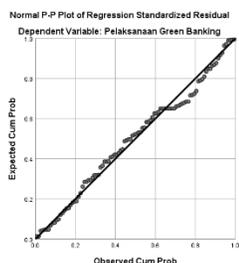
Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji instrumen data dilakukan karena setiap variabel dalam penelitian ini diukur melalui pernyataan dalam suatu instrumen (kuesioner). Uji yang dilakukan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Setelah dilakukan uji validitas, diketahui bahwa seluruh item yang terdapat pada kuesioner untuk mengukur Persepsi Nasabah (X_1), Pengetahuan Nasabah (X_2) dan Pelaksanaan Green Banking (Y) dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan nilai r hitung setiap item pernyataan lebih besar dari r tabel (r hitung $>$ r tabel). Untuk uji reliabilitas, diketahui bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan untuk mengukur setiap variabel dalam kuesioner dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *cronbach's alpha* $>$ 0,06.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji grafik *normal probability plot* dan uji *one-sample kolmogorov smirnov*.



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas (P-Plot)

Sumber: Output SPSS versi 26 (data diolah)

Dapat dilihat pada grafik p-plot bahwa titik – titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Tidak ada data yang menyebar jauh dari sebaran data. Maka, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal sehingga dapat dikatakan model regresi yang digunakan layak. Untuk menegaskan hasil uji normalitas melalui grafik p-plot dan histogram, dapat dilakukan uji *One-Sample Kolmogorov Smirnov*.

Tabel 2. Hasil Uji One-Sample Kolmogorov Smirnov Test
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.28333768
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.084
	Positive	.084
	Negative	-.047
Test Statistic		.084
Asymp. Sig. (2-tailed)		.081 ^c

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

Sumber: Output SPSS versi 26 (data diolah)

Dapat dilihat berdasarkan tabel di atas bahwa nilai Asymp. Sig dari hasil uji *One-Sample Kolmogorov Smirnov Test* sebesar 0.081. Maka, nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

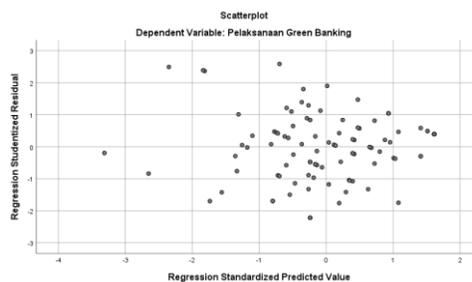
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Persepsi Nasabah	0.499	2.004
Pengetahuan Nasabah	0.499	2.004

Sumber: Output SPSS versi 26 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa variabel Persepsi Nasabah (X_1) dan variabel Pengetahuan Nasabah (X_2) memiliki nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 . Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada data yang diuji dalam penelitian ini.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan *scatter-plot* dan uji glejser.



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Output SPSS versi 26 (data diolah)

Berdasarkan gambar di atas dapat terlihat bahwa titik – titik pada grafik tidak membentuk pola, titik – titik menyebar secara acak dan berada di atas serta di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian dapat disimpulkan melalui hasil *Scatter-Plot*, tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Selanjutnya, untuk menegaskan hasil uji menggunakan *Scatter-Plot* dilakukan uji glejser. Berikut hasil dari uji glejser dalam penelitian ini:

Tabel 4. Hasil Uji Glejser

Model	Sig.
Persepsi Nasabah	0.301
Pengetahuan Nasabah	0.110

Sumber: Output SPSS versi 26 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai signifikansi dari kedua variabel yaitu Persepsi Nasabah (X_1) dan Pengetahuan Nasabah (X_2) lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

Analisis Linear Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Analisis Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	10.931	1.605
	Persepsi Nasabah	0.219	0.088
	Pengetahuan Nasabah	0.387	0.084

Sumber: Output SPSS versi 26 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai koefisien regresi untuk variabel Persepsi Nasabah (X_1) adalah 0.219, untuk variabel Pengetahuan Nasabah (X_2) adalah 0.387 dan untuk nilai konstanta sebesar 10.931. Maka dari hasil uji tersebut diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 10.931 + 0.219X_1 + 0.387X_2 + e$$

Analisis hasil uji analisis linear berganda dapat dinyatakan sebagai berikut:

- Hasil uji regresi linear berganda menunjukkan nilai konstanta sebesar 10.931. Hal ini memiliki arti bahwa besar satuan Pelaksanaan *Green Banking* BNI (Y) tanpa adanya pengaruh dari variabel Persepsi Nasabah (X_1) dan Pengetahuan Nasabah (X_2) adalah sebesar 10.931.
- Variabel Persepsi Nasabah (X_1) memiliki nilai koefisien regresi positif sebesar 0.219. Nilai koefisien positif memiliki arti bahwa terdapat hubungan searah antara Persepsi Nasabah dan Pelaksanaan *Green Banking*. Hal ini menunjukkan apabila Persepsi Nasabah mengalami kenaikan sebesar satu satuan maka Pelaksanaan *Green Baking* akan meningkat sebesar 0.219 dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya dianggap konstan atau tetap.
- Variabel Pengetahuan Nasabah (X_2) memiliki nilai koefisien regresi positif sebesar 0.387. Nilai koefisien positif memiliki arti bahwa terdapat hubungan yang searah antara Pengetahuan Nasabah dan Pelaksanaan *Green Banking*. Hal ini menunjukkan apabila apabila Pengetahuan Nasabah mengalami kenaikan sebesar satu satuan maka Pelaksanaan *Green Banking* akan meningkat sebesar 0.387 dengan asumsi variabel independennya dianggap konstan atau tetap.

Uji Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Tabel 6. Hasil Uji t (Parsial)

Variabel	t	Sig.
Persepsi Nasabah	2.48 5	0.015
Pengetahuan Nasabah	4.61 2	0.000

Sumber: Output SPSS versi 26 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji t di atas, nilai t-tabel dalam penelitian ini adalah 1.985. Berdasarkan hasil uji t yang telah disajikan pada tabel di atas diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.015 untuk variabel Persepsi Nasabah (X_1), dimana nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05. Selain itu nilai t-hitung sebesar 2.485, nilai t-hitung lebih besar dibandingkan nilai t-tabel. Maka dapat disimpulkan keputusan yang terbentuk untuk menjawab hipotesis pertama adalah H_1 diterima. Untuk variabel Pengetahuan Nasabah (X_2) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.000, dimana nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05. Selanjutnya nilai t-hitung variabel Pengetahuan Nasabah (X_2) adalah 4.612, nilai t-hitung lebih besar dibandingkan nilai t-tabel. Maka disimpulkan keputusan yang terbentuk untuk menjawab hipotesis kedua adalah H_2 diterima.

2. Uji F (Simultan)

Tabel 7. Hasil Uji F (Simultan)

Variabel	F	Sig.
1 Regression	43.754	0.000

Sumber: Output SPSS versi 26 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai F-hitung sebesar 43.754 yang artinya nilai F-hitung lebih besar dari F-tabel yaitu 3.09. Dan untuk nilai signifikansi adalah 0.000, dimana nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

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

Model	R	R^2	Adjusted R^2
1	0.689	0.474	0.463

Sumber: Output SPSS versi 26 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai R^2 adalah sebesar 0.474 atau 47.4%. Hal ini menunjukkan bahwa besar pengaruh variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen adalah sebesar 47.4%, dan untuk sisanya yaitu sebesar 52.6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Persepsi Nasabah terhadap Pelaksanaan *Green Banking* BNI

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa Persepsi Nasabah berpengaruh signifikan terhadap Pelaksanaan *Green Banking* BNI. Hal ini menunjukkan bahwa Pelaksanaan *Green Banking* dapat diterima oleh Persepsi Nasabah BNI. Sebuah Persepsi Nasabah dengan indikator penerimaan (penangkapan rangsang melalui panca indera) telah terbentuk oleh nasabah BNI, dimana seorang nasabah

telah melihat, mendengar serta merasakan dampak dari adanya pelaksanaan *green banking*. Dalam hal ini program yang erat kaitannya dengan nasabah adalah penghematan kertas. Hal ini didukung oleh jawaban responden pada item pernyataan X1.5 yaitu “Salah satu pelaksanaan *green banking* BNI adalah *paperless* atau penghematan kertas. Sebagai nasabah BNI saya merasa program *paperless* memiliki dampak positif, baik bagi nasabah ataupun lingkungan.” Pernyataan ini memiliki nilai rata – rata atau *mean* paling tinggi, dimana hal ini menunjukkan bahwa Nasabah BNI telah memberikan respon dari persepsi yang diterima mengenai salah satu program *green banking* BNI. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh I Gusti Putu Diva Awatara, Anwar Hamdani, Linda Nur Susila dan Endang Saryanti (2020) yang menunjukkan bahwa variabel Persepsi Nasabah berpengaruh signifikan terhadap Pelaksanaan *Green Banking*.

2. Pengaruh Pengetahuan Nasabah terhadap Pelaksanaan *Green Banking* BNI

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa Pengetahuan Nasabah berpengaruh signifikan terhadap Pelaksanaan *Green Banking* BNI. Hal ini menunjukkan bahwa Pelaksanaan *Green Banking* dapat diterima oleh Pengetahuan Nasabah BNI. Hal ini dapat terjadi karena responden pada penelitian ini memenuhi indikator dari sebuah pengetahuan terhadap suatu objek yang dalam hal ini adalah Pelaksanaan *Green Banking* BNI. Indikator pengetahuan antara lain mengetahui, memahami, mengaplikasikan, menganalisis, menghubungkan bagian – bagian dan memberikan evaluasi atau penilaian. Penyebab dari berpengaruhnya secara signifikan Pengetahuan Nasabah terhadap Pelaksanaan *Green Banking* didukung oleh jawaban responden pada item pernyataan X2.3 yaitu “Sebagai nasabah Bank BNI saya ikut melakukan salah satu program *green banking* yaitu *paperless* dengan memaksimalkan fungsi internet *banking*, *website*, *email* dan perangkat *digital* lainnya untuk keperluan perbankan.” Pernyataan ini memiliki nilai rata – rata atau *mean* paling tinggi, dimana hal ini menunjukkan bahwa Nasabah BNI mengaplikasikan pengetahuan yang dimiliki dengan ikut berperan di dalamnya. Setiap nasabah BNI tidak hanya sampai di tingkat menangkap suatu rangsangan dan membentuk sebuah persepsi, namun telah secara utuh memiliki pengetahuan tentang Pelaksanaan *Green Banking* BNI tersebut. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nilda Tri Putri, Elita Amrina dan Gesti Astria (2020) yang menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan Nasabah berpengaruh signifikan terhadap Pelaksanaan *Green Banking*.

3. Pengaruh Persepsi dan Pengetahuan Nasabah terhadap Pelaksanaan *Green Banking* BNI

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa hasil uji F menunjukkan bahwa H_3 diterima dan dapat dinyatakan bahwa Persepsi dan Pengetahuan Nasabah secara simultan berpengaruh terhadap Pelaksanaan *Green Banking* BNI. Adanya *Green Banking* BNI merupakan wujud implementasi yang dilakukan sektor perbankan dalam mendukung keberlanjutan lingkungan hidup dengan berbagai program yang dilakukan baik secara internal maupun eksternal. Hal ini dilaksanakan untuk memberikan manfaat baik bagi nasabah, perusahaan dan juga lingkungan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dr. R. Ganesan dan A. Bhuvaneswari (2016) yang menunjukkan bahwa mayoritas responden mengenal serta memahami pelaksanaan *green banking* atau dapat dikatakan bahwa Persepsi dan Pengetahuan Nasabah berpengaruh secara simultan terhadap Pelaksanaan *Green Banking*.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan kepada nasabah aktif BNI mengenai persepsi dan pengetahuan terhadap pelaksanaan *green banking*, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi Nasabah berpengaruh signifikan terhadap Pelaksanaan *Green Banking* BNI. Hal ini menunjukkan bahwa Pelaksanaan *Green Banking* dapat diserap dengan baik oleh persepsi nasabah BNI. Adanya persepsi yang baik menunjukkan bahwa Bank BNI telah melakukan tanggungjawabnya dalam segi keberlanjutan baik secara internal maupun eksternal. Berdasarkan pernyataan kuesioner yang telah dijawab oleh responden, terlihat bahwa persepsi nasabah cukup baik. Hal ini menunjukkan indikator penerimaan dari sebuah persepsi telah berjalan dan diserap oleh nasabah, seorang nasabah telah membentuk persepsi dengan melihat, mendengar, merasakan dampak serta memberikan pandangan dari adanya pelaksanaan *green banking*.
2. Pengetahuan Nasabah berpengaruh signifikan terhadap Pelaksanaan *Green Banking*. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan nasabah telah terbentuk secara baik dan akurat dalam mengetahui, memahami, mengaplikasikan, menganalisis, menghubungkan bagian – bagian dan memberikan evaluasi atau penilaian dari pelaksanaan *green banking* BNI. Hal ini didukung oleh nasabah BNI yang tidak hanya menangkap dan membentuk sebuah persepsi akan Pelaksanaan *Green Banking* namun telah mengenal dan memiliki pengetahuan akan Pelaksanaan *Green Banking* BNI itu sendiri.
3. Persepsi dan Pengetahuan Nasabah secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap Pelaksanaan *Green Banking* BNI. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah BNI mendapatkan *input* seputar Pelaksanaan *Green Banking* BNI. Pengaruh yang diberikan dari persepsi dan pengetahuan nasabah mendukung optimalisasi dan perkembangan dari program – program *green banking* BNI, dimana dalam hal ini BNI sebagai *first movers on sustainable banking* mengajak seluruh nasabahnya untuk ikut berperan dalam mendukung keberlanjutan lingkungan hidup.

DAFTAR PUSTAKA

- Ankita Dhamija & Diksha Sahni. 2018. “*GREEN BANKING: PERCEPTION AND WILLINGNESS OF CUSTOMER TO ADAPT GREEN BANKING*”. International Journal of Financial Management (IJFM) ISSN(P): 2319-491X; ISSN(E): 2319-4928 Vol. 7, Issue 2, Feb-Mar 2018, 1-8
- BNI Go Green. <https://www.bni.co.id/id-id/perusahaan/csr/bniberbagi/bnigogreen>. Diakses pada 2 Januari 2022.
- Elkington, John. 1994. *Cannibal with Forks: The Triple Bottom Line*.
- Ganesan, A. Bhuvanewari. 2016. “*Customer Perception Towards Green Banking*”. IOSR Journal of Economics and Finance (IOSR-JEF) e-ISSN: 2321-5933, p-ISSN: 2321-5925. Volume 7, Issue 5 Ver. I (Sep. - Oct. 2016), PP 05-17.
- I Gusti Putu Diva Awatara, Anwar Hamdani, Linda Nur Susila, Endang Saryanti. 2020. “*Persepsi Nasabah Terhadap Green Banking Sebagai Mitigasi Perubahan Iklim*”. E-ISSN: 2615-7721 P-ISSN: 2620-8512 Vol 4, No. 1.
- Imam Budi Sarjito. 2017. “*Mengoptimalkan Peran Perbankan dalam Mendukung Keuangan Berkelanjutan*”. <http://www.ojk.go.id>. Diakses pada 3 Januari 2022.
- Katadata *Insight Center* (KIC). 2022. Proporsi Responden yang Belum Pernah Mendengar Istilah Terkait Ekonomi Hijau.
- Lalon dan Raad. 2015. *Green Banking: Going Green. International Journal of Economics, Finance and Management Sciences*.

- Lilik Handajani, Ahmad Rifai, L. Hamdani Husnan. 2019. “*Kajian Tentang Inisiasi Praktik Green Banking Pada Bank BUMN*”. Jurnal *Economia*, Vol. 15, No. 1, April 2019, 1-16 P-ISSN: 1858-2648 E-ISSN: 2460-1152.
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2007. “*Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*”. Jakarta: Rineka Cipta.
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan bagi lembaga jasa keuangan, emiten dan perusahaan publik.
- Rekha Rai, Saramsh Kharel, Niranjana Devkota and Udaya Raj Paudel. 2019. “*Customers Perception on Green Banking Practices: A Desk Review*”. The Journal of Economic Concerns Vol. 10, No. 1, 2019 ISSN: 2091-0541 Published by NECS, NEPAL.
- Republik Indonesia. 2009. Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup.
- Robbins, P. Stephen. 2003. “*Perilaku Organisasi. Edisi Sembilan, Jilid 2*”. Edisi Bahasa Indonesia. PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Sari Yuniarti. 2013. “*PERAN PERBANKAN DALAM IMPLEMENTASI BISNIS HIJAU DAN PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN*”. Jurnal Keuangan dan Perbankan, Vol.17, No.3 September 2013, hlm. 463–472 Terakreditasi SK. No. 64a/DIKTI/Kep/2010.
- Shaumya & Aulrajah. 2016. *Measuring Green Banking Practices: Evidence from Sri Lanka. 13th International Conference on Business Management 2016*.
- SR-BNI-2020. Bni.co.id. Diakses pada 2 Januari 2022.

Analisis Tingkat Kesehatan Bank Dengan Metode Risk Based Bank Rating (RBBR) Pada Bank KEB Hana Indonesia Periode 2016 - 2020

Septhiani¹⁾, Novitasari²⁾

¹⁾ Politeknik Negeri Jakarta, septhiani.aa18@mhs.w.pnj.ac.id, Depok, 16425, Depok, Indonesia

²⁾ Politeknik Negeri Jakarta, novitasari@akuntansi.pnj.ac.id, Depok, 16425, Depok, Indonesia

ABSTRACT

The soundness level of a bank is a bank's ability to carry out daily banking activities. KEB Hana Bank is one of the banks in Indonesia. This research was conducted with the aim of knowing the soundness level of KEB Hana Bank Indonesia using the Risk-Based Bank Rating (RBBR) method on 2016 - 2020 seen from the Risk Profile, Good Corporate Governance, Earning, and Capital factors. The type of data used in this study is quantitative data sourced from the financial statements of Bank Keb Hana Indonesia in 2016 - 2020. In analyzing the Risk Profile factor, the Non-Performing Loan Return (NPL) ratio and the Loan to Deposit Ratio (LDR) are used, for factors Good Corporate Governance is used Self-Assessment, for the Earning factor the ratio of Return on Assets (ROA) and the ratio of Net Interest Margin (NIM) are used, and for the Capital factor the ratio of Capital Adequacy Ratio (CAR) is used. The results of the study show that overall KEB Hana Bank received good predicate for the 2016 – 2020 period, where the NPL ratio gets a very good predicate while the LDR ratio gets bad predicate. For GCG received good predicate, and for the ratio of ROA, NIM and NPL all three get very good predicate.

Keywords: *Bank Soundness Level; RBBR; Risk Profile; Good Corporate Governance; Earning; Capital.*

ABSTRAK

Tingkat kesehatan bank merupakan kemampuan bank dalam melakukan kegiatan perbankan sehari-hari. Bank KEB Hana merupakan salah satu bank yang ada di Indonesia. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui tingkat kesehatan Bank KEB Hana Indonesia menggunakan metode *Risk Based Bank Rating* (RBBR) periode 2016 – 2020 yang dilihat dari faktor *Risk Profile*, *Good Corporate Governance*, *Earning*, dan *Capital*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang bersumber dari laporan keuangan Bank Keb Hana Indonesia tahun 2016 - 2020. Dalam menganalisis faktor *Risk Profile* digunakan rasio *Non Performing Loan* (NPL) dan rasio *Loan to Deposit Ratio* (LDR), untuk faktor *Good Corporate Governance* digunakan *Self-Assessment*, untuk faktor *Earning* digunakan rasio *Return On Assets* (ROA) dan rasio *Net Interest Margin* (NIM), serta untuk faktor *Capital* digunakan rasio *Capital Adequacy Ratio* (CAR). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan Bank KEB Hana mendapatkan peringkat sehat untuk periode 2016 – 2020, yang mana rasio NPL mendapatkan peringkat sangat sehat sedangkan rasio LDR mendapatkan peringkat tidak sehat. Untuk GCG mendapatkan peringkat sehat, dan untuk rasio ROA, NIM dan NPL ketiganya mendapatkan peringkat sangat sehat.

Kata-Kata Kunci: Tingkat Kesehatan Bank; RBBR; Risk Profile; Good Corporate Governance; Earning; Capital

¹ Septhiani, Septhiani.aa18@mhs.w.pnj.ac.id, ² Novitasari, Novitasari@akuntansi.pnj.ac.id

PENDAHULUAN

Keberadaan bank dalam sistem perekonomian setiap negara sangatlah penting. Di Indonesia, bank bukanlah hal yang asing bagi masyarakat Indonesia, hampir setiap kegiatan masyarakat menggunakan fasilitas yang disediakan oleh bank sendiri, mulai dari fasilitas m-banking, e-banking dan fasilitas lainnya. Sehingga dalam kegiatannya akan mempengaruhi kegiatan perekonomian yang ada.

Oleh karena itu, pentingnya manajemen bank dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada bank itu sendiri. Kesehatan bank dijadikan tolak ukur bagi pihak manajemen dalam menjalankan usaha mereka dan juga dijadikan tolak ukur bagi masyarakat untuk memilih bank yang akan mereka pilih. Permana (2012) juga berpendapat yakni, bank yang memiliki tingkat kesehatan baik dapat menjalankan fungsinya dengan baik juga. Fungsi yang dimaksud adalah seperti menjaga tingkat kepercayaan masyarakat akan bank, menjalankan fungsi intermediasi, dan lain lain.

Dalam kegiatannya, Bank Indonesia sebagai pembuat regulasi membuat kebijakan untuk menilai kesehatan bank yaitu Peraturan Bank Indonesia No.13/1/PBI/2011. Dalam kebijakan tersebut, bank Indonesia menyatakan bahwa setiap bank wajib untuk melakukan penilaian terhadap diri sendiri (*self assessment*) untuk menilai tingkat kesehatan banknya masing-masing. Hal tersebut juga didukung oleh Peraturan OJK No 4 / Pojk 03 /2016, yang mana peraturan tersebut berisi mengenai peraturan bank umum untuk melakukan penilaian terhadap diri sendiri atau (*self assessment*) melalui metode pendekatan risiko atau yang dikenal dengan *Risk based Bank Rating* (RBBR). Aspek aspek yang digunakan dalam metode ini adalah profil risiko / *risk profile*, tata kelola perusahaan / *good corporate governance*, rentabilitas / *earning*, dan permodalan / *capital*.

Bank KEB Hana Indonesia sebagai bank di Indonesia diharapkan mampu dalam menjalankan tugasnya dengan baik. Terutama dengan adanya kegiatan manajemen bank dengan bekerja sama dengan Line Corporation diharapkan dapat menghasilkan kinerja yang baik. Sehingga dengan adanya kinerja yang baik, hal ini akan mendukung tingkat kesehatan yang bank miliki.

Bank KEB Hana sendiri merupakan salah satu bank asing yang berasal dari Korea Selatan dan merupakan anak perusahaan dari Hana Financial Group yang dipimpin oleh Park Sung Ho selaku Komisaris Utama Bank KEB Hana di Indonesia. Bank KEB Hana berkantor pusat di Mangkuluhur City Tower, Jakarta Selatan, hingga saat ini Bank KEB Hana sudah memiliki satu kantor pusat dan 45 kantor cabang yang tersebar di seluruh Indonesia, yang mana 28 kantor cabangnya tersebar di Jakarta.

Berdasarkan penjabaran diatas, maka tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis tingkat kesehatan bank dengan metode *risk based bank rating* (RBBR) pada Bank KEB Hana Indonesia periode 2016-2020.

TINJAUAN PUSTAKA

Bank

Kasmir (2012) menyatakan bahwa bank adalah lembaga keuangan yang dalam kegiatan usahanya berupa menyimpan dana yang diberikan masyarakat dan disalurkan menyalurkan kembali ke masyarakat serta menyediakan alternatif jasa kepada masyarakat. Sedangkan Kusumawardani (2014) berpendapat bank merupakan badan keuangan yang berfungsi/berperan sebagai penyalur dan penghimpun dana masyarakat.

Tingkat Kesehatan Bank

Kesehatan bank didefinisikan sebagai kemampuan bank untuk menjalankan kegiatan operasional perbankan secara baik dan mampu memenuhi seluruh kewajibannya sesuai dengan ketentuan perbankan yang berlaku. Lasta (2014) berpendapat bahwa tingkat kesehatan bank merupakan pengukuran kondisi keuangan dan manajemen bank melalui rasio rasio yang ada. Kesehatan bank mencakup kesehatan bank dalam menjalankan segala kegiatan perbankannya.

Metode Risk Based Bank Rating (RBBR)

Penilaian kesehatan berdasarkan metode RBBR terdiri dari beberapa faktor, yaitu:

1. Profil risiko (*Risk Profile*)

adalah penilaian terhadap risiko yang melekat pada suatu aktivitas dan kualitas penerapan manajemen risiko dalam operasional bank (PBI No. 13/ 1/ PBI/ 2011). Diantara beberapa risiko yang ada, risiko kredit & risiko likuiditas merupakan risiko yang dapat diukur dan menghasilkan angka yang dapat digunakan dalam menilai kriteria suatu bank. Dalam mengukur risiko kredit dan risiko likuiditas dapat digunakan rasio *Non Performing Loan* (NPL) dan rasio *Loan to Deposit Ratio* (LDR).

$$NPL = \frac{\text{Total kredit Bermasalah}}{\text{Total Kredit}} \times 100\%$$

Sumber: PBI No.15/2/PBI/2013

$$LDR = \frac{\text{Total Kredit}}{\text{Dana pihak ketiga}} \times 100\%$$

Sumber: PBI No.15/2/PBI/2013

2. Tata Kelola Perusahaan (*Good Corporate Governance*)

adalah penilaian bagi bank dalam menilai manajemen bank nya sendiri berdasarkan kepada prinsip-prinsip GCG. Hal ini dilakukan demi menjaga tata kelola manajemen bank yang baik yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Dalam melakukan penilaian sendiri (*self-assessment*) didasarkan ke dalam tiga aspek utama yaitu, *governance structure*, *governance process*, dan *governance output*.

3. Rentabilitas (*Earning*)

digunakan bank dalam mengukur kemampuan bank dalam meningkatkan labanya pada suatu periode tertentu. Dalam mengukur rentabilitas suatu bank dapat digunakan ratio yaitu rasio *Return on Asset* (ROA). Tujuan dari rasio ROA ini adalah untuk mengukur kemampuan operasional bank dalam mendapatkan profit (Vireyto dan Sulasmiasi, 2017). Selain rasio ROA, rentabilitas dapat diukur melalui rasio *Net Interest Margin* (NIM) yang mengukur seberapa baik bank dalam menghasilkan pendapatan bunga bersih melalui total aktiva produktifnya.

$$ROA = \frac{\text{Laba sebelum pajak}}{\text{Rata-rata total aset}} \times 100\%$$

Sumber: PBI No.13/1/PBI/2011

$$NIM = \frac{\text{Pendapatan bunga bersih}}{\text{Rata-rata total aktiva produktif}} \times 100\%$$

Sumber: PBI No.13/1/PBI/2011

4. Permodalan (*Capital*)

Ishaq, dkk (2016) mengatakan bahwa permodalan merupakan hal yang vital bagi industri perbankan Sistem permodalan yang baik akan membuat bank mampu menghasilkan laba lebih baik. Dalam menilai suatu permodalan bank digunakan rasio *Capital Adequacy Ratio* (CAR) yang merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan suatu bank dalam mengatasi kemungkinan risiko kerugian yang akan terjadi melalui modal yang dimilikinya. Oleh sebab

itu, semakin besar nilai CAR, maka semakin besar kemampuan bank untuk menghadapi kemungkinan risiko kerugian kedepannya.

$$CAR = \frac{\text{Modal}}{\text{Aktiva Tertimbang Menurut Risiko}} \times 100 \%$$

Sumber: PBI No.13/1/PBI/2011

METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis statistik dengan pendekatan penilaian tingkat kesehatan bank sesuai peraturan Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan yaitu metode RBBR / *Risk Based Bank Rating* Data data yang sudah diperoleh akan dianalisis secara deskriptif dan diolah sesuai dengan variabel operasional yang digunakan dalam penelitian ini Langkah yang akan ditempuh adalah sebagai berikut:

1. Mengumpulkan data yang berhubungan dengan variabel penelitian dari laporan keuangan suatu perusahaan
2. Melakukan analisis penilaian terhadap *Risk Profile*
 - a. Risiko Kredit,
 - b. Risiko Likuiditas

Tabel 1. Kriteria Penetapan Peringkat *Non Performing Loan (NPL) & Loan to Deposit Ratio (LDR)*

Peringkat	Keterangan	Kriteria	Peringkat	Keterangan	Kriteria
1	NPL < 2	Sangat Sehat	1	LDR ≤ 75%	Sangat Sehat
2	2% ≤ NPL < 5%	Sehat	2	75% < LDR ≤ 85 %	Sehat
3	5% ≤ NPL < 8%	Cukup Sehat	3	85% < LDR ≤ 100%	Cukup Sehat
4	8% ≤ NPL < 12%	Kurang Sehat	4	100% < LDR ≤ 120%	Kurang Sehat
5	NPL ≥ 12%	Tidak Sehat	5	LDR > 120%	Tidak Sehat

Sumber: Pradina dan Saryadi (2019)

Sumber: Pradina dan Saryadi (2019)

3. Melakukan analisis penilaian terhadap *Good Corporate Governance*

Tabel 2. Kriteria Penetapan GCG

Peringkat	Kriteria
1	Sangat Sehat
2	Sehat
3	Cukup Sehat
4	Kurang Sehat
5	Tidak Sehat

Sumber: PBI No.13/1/pbi/2011

4. Melakukan analisis penilaian terhadap *Earning*
 - a. *Return on Asset*,
 - b. *Net Interest Margin*

Tabel 3. Kriteria Penetapan Peringkat *Return On Asset (ROA) & Net Interest Margin (NIM)*

Peringkat	Keterangan	Kriteria	Peringkat	Keterangan	Kriteria
1	ROA > 1,5%	Sangat Sehat	1	NIM > 3%	Sangat Sehat
2	1,25% < ROA ≤ 1,5%	Sehat	2	2% < NIM ≤ 3%	Sehat
3	0,5% < ROA ≤ 1,25%	Cukup Sehat	3	1,5% < NIM ≤ 2%	Cukup Sehat
4	0% < ROA ≤ 0,5%	Kurang Sehat	4	1% < NIM ≤ 1,5%	Kurang Sehat
5	ROA ≤ 0%	Tidak Sehat	5	NIM ≤ 1%	Tidak Sehat

Sumber: Pradina dan Saryadi (2019)

Sumber: Pradina dan Saryadi (2019)

5. Melakukan analisis penilaian terhadap *Capital*

Tabel 3. Kriteria Penetapan *Capital Adequacy Ratio (CAR)*

Peringkat	Keterangan	Kriteria
1	CAR ≥ 12%	Sangat Sehat
2	9% ≤ CAR < 12%	Sehat
3	8% ≤ CAR < 9%	Cukup Sehat
4	6% ≤ CAR < 8%	Kurang Sehat
5	CAR ≤ 6%	Tidak Sehat

Sumber: Pradina dan Saryadi (2019)

6. Menetapkan ranking komposit pada penilaian kesehatan bank sesuai periode tahun yang ditetapkan yaitu tahun 2016 sampai tahun 2020 Komponen yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a. setiap variabel dengan peringkat 1, maka akan diberi nilai 5 poin
- b. setiap variabel dengan peringkat 2, maka akan diberi nilai 4 poin
- c. setiap variabel dengan peringkat 3, maka akan diberi nilai 3 poin
- d. setiap variabel dengan peringkat 4, maka akan diberi nilai 2 poin
- e. setiap variabel dengan peringkat 5, maka akan diberi nilai 1 poin

Nilai yang sudah diperoleh akan dijumlahkan dan ditentukan bobotnya berdasarkan angka persentase untuk menentukan peringkat tingkat kesehatan bank Dalam menentukan persentasenya dapat digunakan rumus:

$$\text{Bobot} = \frac{\text{Jumlah Nilai Komposit}}{\text{Jumlah Nilai Komposit Keseluruhan}} \times 100 \%$$

Tabel 4. Bobot Penetapan Peringkat Komposit

Bobot %	Komposit	Keterangan
86-100	PK 1	Sangat Sehat
71-85	PK 2	Sehat
61-70	PK 3	Cukup Sehat
41-60	PK 4	Kurang Sehat
≤ 40	PK 5	Tidak Sehat

Sumber: Refmasari dan Setiawan (2014)

7. Langkah terakhir adalah dengan menarik kesimpulan mengenai tingkat kesehatan bank berdasarkan hasil penghitungan analisis rasio yang digunakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN
Risk Profile

Tabel 5. Peringkat Komposit NPL Bank KEB Hana 2016-2020

Tahun	NPL	Peringkat					Kriteria	Peringkat Komposit
		1	2	3	4	5		
2016	0,61%	✓					Sangat Sehat	PK-1 (Sangat Sehat)
2017	0,84%	✓					Sangat Sehat	
2018	1,99%	✓					Sangat Sehat	
2019	1,54%	✓					Sangat Sehat	
2020	1,42%	✓					Sangat Sehat	
Nilai Komposit	25	25	0	0	0	0	(25/25)x100%	100%

Dilihat dari tabel 5, menunjukkan rasio NPL Bank KEB Hana memiliki tingkat kesehatan yang sangat sehat setiap tahunnya dari tahun 2016 hingga tahun 2020 sesuai dengan ketentuan Bank Indonesia dan juga OJK sebagai badan pengawas keuangan. Kriteria penetapan peringkat menyatakan bahwa setiap rasio NPL yang nilainya berada dibawah dari 2% maka masuk kedalam kategori sangat sehat atau PK-1. Dari hal diatas didapatkan peringkat komposit NPL Bank Hana sebesar 100% yang mana masuk kedalam kategori PK-1 atau kategori sangat sehat.

Walaupun pada tahun 2018 angka rasio hampir menyentuh angka 2%, tapi bank masih mampu mengendalikan rasio tersebut sehingga tidak mencapai angka 2%. Pada tahun berikutnya bank mampu menurunkan nilai rasio NPL bank tersebut.

Tabel 6. Peringkat Komposit LDR Bank KEB Hana 2016-2020

Tahun	LDR	Peringkat					Kriteria	Peringkat Komposit
		1	2	3	4	5		
2016	144,36%					✓	Tidak Sehat	PK-5 (Tidak Sehat)
2017	137,17%					✓	Tidak Sehat	
2018	139,10%					✓	Tidak Sehat	
2019	128,58%					✓	Tidak Sehat	
2020	119,72%				✓		Kurang Sehat	
Nilai Komposit	25	0	0	0	2	4	(6/25)x100%	24%

Dilihat dari tabel 6, menunjukkan rasio LDR Bank KEB Hana memiliki tingkat kesehatan yang tidak sehat pada empat tahun pertama, yaitu pada tahun 2016-2020 sesuai dengan ketentuan Bank Indonesia dan juga OJK sebagai badan pengawas keuangan. Kriteria penetapan peringkat menyatakan bahwa setiap rasio LDR yang nilainya lebih dari 120% maka masuk kedalam kategori tidak sehat atau PK-5.

Walaupun pada tahun 2020, rasio ini mengalami penurunan sehingga masuk kedalam kategori kurang sehat, namun hal ini tidak berpengaruh besar pada peringkat komposit rasio LDR. Dari hal itu, maka didapatkan peringkat komposit LDR Bank Hana sebesar 24% yang mana masuk kedalam kategori PK-5 atau kategori tidak sehat. Hal ini berarti terlalu banyak dana yang diberikan bank dalam bentuk kredit dibandingkan total dana yang didapatkan dari nasabah. Hal ini berarti juga bank tidak likuid yang tercermin di dalam angka LDR yang tinggi.

Good Corporate Governance

Tabel 7. Peringkat Komposit GCG Bank KEB Hana 2016-2020

	Tahun	Peringkat					Kriteria	Peringkat Komposit
		1	2	3	4	5		
Good Corporate Governance	2016		✓				Sehat	PK-2 (Sehat)
	2017		✓				Sehat	
	2018		✓				Sehat	
	2019		✓				Sehat	
	2020		✓				Sehat	
	Nilai Komposit	25	0	20	0	0	0	

Dilihat dari tabel 7, berdasarkan hasil penilaian *self assessment* yang dilakukan oleh pihak Bank Hana dapat dilihat bahwa pada tahun 2016 hingga tahun 2020 Bank Hana mempunyai peringkat GCG / Tata Kelola Perusahaan yang sehat. Dari hal itu maka didapatkan peringkat komposit GCG / Tata Kelola Perusahaan Bank Hana sebesar 80% yang mana masuk kedalam kategori PK-2 atau kategori sehat.

Hal ini menunjukkan bank mampu mempertahankan peringkat tersebut dari tahun 2016 hingga tahun 2020. Hal ini juga berarti bank mampu melaksanakan tata kelola perusahaan yang baik dan bertanggung jawab berdasarkan aspek aspek penilaian GCG sehingga menghasilkan peringkat sehat. Tata Kelola Perusahaan yang baik akan berdampak kepada investor yang mana akan meningkatkan kepercayaan investor dalam menanamkan modalnya ke bank tersebut.

Earning

Tabel 8. Peringkat Komposit ROA Bank KEB Hana 2016-2020

Tahun	ROA	Peringkat					Kriteria	Peringkat Komposit
		1	2	3	4	5		
2016	2,77%	✓					Sangat Sehat	PK-1 (Sangat Sehat)
2017	2,69%	✓					Sangat Sehat	
2018	1,74%	✓					Sangat Sehat	
2019	1,54%	✓					Sangat Sehat	
2020	1,35%		✓				Sehat	
Nilai Komposit	25	20	4	0	0	0	(24/25)x100%	

Dilihat dari tabel 8, menunjukkan rasio ROA Bank KEB Hana memiliki tingkat kesehatan yang sangat sehat pada empat tahun pertama, yaitu pada tahun 2016-2020 sesuai dengan ketentuan Bank Indonesia dan juga OJK. Dalam penetapan kriteria peringkat menyatakan bahwa setiap rasio ROA yang nilainya lebih dari 1,5% maka masuk kedalam kategori sangat sehat.

Selanjutnya, pada tahun 2020, rasio ini mengalami penurunan dari 1,54% ke 1,35% sehingga masuk kedalam kategori sehat, namun hal ini tidak berpengaruh besar pada peringkat komposit rasio ROA. Dari hal itu, maka didapatkan peringkat komposit ROA Bank Hana sebesar 96% yang mana masuk kedalam kategori PK-1 atau kategori sangat sehat.

Tabel 9. Peringkat Komposit NIM Bank KEB Hana 2016-2020

Tahun	NIM	Peringkat					Kriteria	Peringkat Komposit
		1	2	3	4	5		
2016	3,81%	✓					Sangat Sehat	PK-1 (Sangat Sehat)
2017	3,35%	✓					Sangat Sehat	
2018	3,22%	✓					Sangat Sehat	
2019	2,93%		✓				Sehat	
2020	3,78%	✓					Sangat Sehat	
Nilai Komposit	25	20	4				(24/25)x100%	96%

Dilihat dari tabel 9, menunjukkan rasio NIM Bank KEB Hana memiliki tingkat kesehatan yang fluktuatif, dimana pada tiga tahun pertama rasio ini masuk dalam kategori sangat sehat sesuai dengan ketentuan Bank Indonesia dan OJK yang menyatakan bahwa rasio NIM yang nilainya lebih dari 3% maka masuk kedalam kategori sangat sehat atau PK-1

Namun pada tahun 2019 peringkat rasio turun dan masuk kedalam kategori sehat sesuai dengan ketentuan Bank Indonesia dan OJK yang menyatakan bahwa rasio NIM yang berada di antara 2% sampai 3% maka masuk kedalam kategori sehat atau PK-2. Di tahun selanjutnya Bank Hana mampu menaikkan nilai rasio yang sebelumnya sebesar 2,93% menjadi 3,78%, hal ini menjadikan peringkat NIM pun naik kembali menjadi peringkat sangat sehat. Maka didapatkan peringkat komposit rasio NIM Bank Hana sebesar 96% yang mana masuk kedalam kategori PK-1 atau kategori sangat sehat.

Capital

Tabel 10. Peringkat Komposit CAR Bank KEB Hana 2016-2020

Tahun	CAR	Peringkat					Kriteria	Peringkat Komposit
		1	2	3	4	5		
2016	20,80%	✓					Sangat Sehat	PK-1 (Sangat Sehat)
2017	21,14%	✓					Sangat Sehat	
2018	18,82%	✓					Sangat Sehat	
2019	24,50%	✓					Sangat Sehat	

2020	26,69%	✓					Sangat Sehat	
Nilai Komposit	25	25	0	0	0	0	(25/25)x100%	100%

Dilihat dari tabel 10, berdasarkan hasil perhitungan CAR yang ada, Bank Hana mempunyai peringkat CAR yang sangat sehat atau PK-1 dari tahun 2016 hingga tahun 2020. Dimana sesuai dengan ketentuan Bank Indonesia dan OJK yang menyatakan bahwa rasio CAR yang nilainya lebih dari 12% maka masuk kedalam kategori sangat sehat atau PK-1. Dari hal itu juga maka didapatkan peringkat komposit sebesar 100% yang mana masuk kedalam kategori PK-1 atau kategori sangat sehat.

Risk Based Bank Rating

Setelah melakukan penilaian tingkat kesehatan Bank KEB Hana dari tahun 2016 hingga tahun 2020, maka selanjutnya adalah melakukan penilaian peringkat komposit Bank KEB Hana yang mencakup seluruh tahun mulai dari tahun 2016 hingga tahun 2020.

Tabel 11. Penilaian Komposit Tingkat Kesehatan Bank Keb Hana 2016-2020

Tahun	Nilai Komposit	Peringkat Komposit	Keterangan
2016	83%	PK 2	Sehat
2017	83%	PK 2	Sehat
2018	83%	PK 2	Sehat
2019	80%	PK 2	Sehat
2020	83%	PK 2	Sehat
Rata Rata	82%	PK 2	Sehat

Berdasarkan tabel 11, maka dapat dikatakan bahwa peringkat komposit Bank KEB Hana pada tahun 2016 - 2020 memiliki hasil perhitungan yaitu 82% dengan kriteria sehat atau PK-2. Sesuai dengan ketentuan yang ada, maka bobot nilai yang memiliki rata – rata diantara 71% - 85% masuk kedalam kategori PK-2 atau sehat.

Hal ini berarti secara keseluruhan Bank KEB Hana memiliki tingkat kesehatan bank yang sehat dari tahun 2016-2020 berdasarkan metode yang digunakan yaitu metode *risk based bank rating*. Tingkat kesehatan bank yang sehat mencerminkan kondisi bank yang secara umum sehat sehingga dinilai mampu menghadapi pengaruh negatif yang signifikan dari perubahan kondisi bisnis dan faktor eksternal lainnya. Sehingga masyarakat dapat hal ini dapat mempercayai Bank KEB Hana sebagai salah satu bank yang dapat digunakan masyarakat untuk melakukan kegiatan perbankan sehari hari.

KESIMPULAN

1. Berdasarkan penilaian tingkat kesehatan bank pada tahun 2016 - 2020 dilihat dari faktor risk profile, Bank KEB Hana Indonesia mendapatkan peringkat komposit sangat sehat atau PK-1 dilihat dari rasio *Non Performing Loan* (NPL). Hal ini berarti bank masih mampu menjaga nilai NPL nya dengan menjaga nilai kreditnya walaupun mengalami kenaikan setiap tahunnya. Sedangkan jika dilihat dari rasio *Loan to Deposit Ratio* (LDR) nya Bank KEB Hana Indonesia

- mendapatkan peringkat komposit tidak sehat atau PK-5. Hal ini berarti bank terlalu banyak memberikan kredit dibandingkan total dana yang didapatkan dari nasabah.
2. Berdasarkan penilaian tingkat kesehatan bank pada tahun 2016 - 2020 dilihat dari faktor *good corporate governance* (GCG), Bank KEB Hana Indonesia mendapatkan peringkat komposit sehat atau PK – 2. Hal ini berarti bank memiliki tata kelola yang sehat dilihat dari *Governance Structure, Governance Process & Governance Output*.
 3. Berdasarkan penilaian tingkat kesehatan bank pada tahun 2016 - 2020 dilihat dari faktor *earning*, Bank KEB Hana Indonesia mendapatkan peringkat komposit sangat sehat atau PK - 1 dilihat dari rasio *Return on Asset* (ROA). Hal ini berarti bank memiliki kemampuan yang sangat baik dalam mengelola nilai ROA nya. Selain itu, sama dengan rasio ROA, rasio *Net Interest Margin* (NIM) Bank KEB Hana Indonesia juga mendapatkan peringkat komposit sangat sehat atau PK-1 yang berarti bank mempunyai kinerja perusahaan yang sangat baik sehingga mampu menghasilkan dan meningkatkan pendapatan bunga yang sangat baik pula
 4. Berdasarkan penilaian tingkat kesehatan bank pada tahun 2016 - 2020 dilihat dari faktor *capital* yang diukur menggunakan rasio *Capital Adequacy Ratio* (CAR), Bank KEB Hana Indonesia mendapatkan peringkat komposit sangat sehat atau PK – 1. Hal ini berarti bank memiliki tingkat kecukupan modal yang sangat baik sehingga bank mampu memenuhi kewajiban kewajiban yang bank miliki.
 5. Berdasarkan hasil analisis penilaian tingkat kesehatan bank menggunakan metode *Risk Based Bank Rating* (RBBR) pada tahun 2016-2020, Bank KEB Hana Indonesia secara umum mendapatkan peringkat komposit sehat atau PK-2. Hal ini berarti secara keseluruhan tingkat kesehatan bank mencerminkan kondisi bank yang secara umum sehat sehingga dinilai mampu menghadapi pengaruh negatif yang signifikan dari perubahan kondisi bisnis dan faktor eksternal lainnya. Sehingga masyarakat dalam hal ini dapat mempercayai Bank KEB Hana sebagai salah satu bank yang dapat digunakan masyarakat untuk melakukan kegiatan perbankan sehari hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Kasmir. (2012). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Lasta, H.A., Arifin, Z. & Nuzula, N.F. (2014). Analisis Tingkat Kesehatan Bank Dengan Menggunakan Pendekatan RGEC (Risk Profile, Good Corporate Governance, Earnings, Capital) (Studi Pada PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk Periode 2011-2013). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Otoritas Jasa Keuangan (2011). Peraturan Bank Indonesia (PBI) Nomor 13/1/PBI/2011 tentang Penilaian Tingkat Kesehatan Bank Umum.
- Otoritas Jasa Keuangan (2013). Peraturan Bank Indonesia (PBI) Nomor 15/2/PBI/2013 tentang Penetapan Status Dan Tindak Lanjut Pengawasan Bank Umum Konvensional.
- Permana. (2012). Analisis Tingkat Kesehatan Bank Berdasarkan Metode CAMELS dan Metode RGEC. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*. Universitas Negeri Surabaya.
- Pradina dan Saryadi. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Profitabilitas Perbankan (Studi Pada Bank Umum Swasta Nasional Devisa Go Public Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018). *Ejournal3undip*. Universitas Diponegoro
- Refmasari, Veranda Aga, Setiawan, & Ngadirin. (2014). Penilaian Tingkat Kesehatan Bank Umum Menggunakan Metode RGEC Dengan Cakupan Risk Profile, Earnings, dan Capital Pada Bank

Pembangunan Daerah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2012. *Jurnal Profita 2014*. Universitas Negeri Yogyakarta, 2(1) h:41-54

Vireyto, N, Sulasmiyati, S (2017) “Analisis Pengaruh Return On Asset, Return On Equity, Dan Earning Per Share Terhadap Harga Saham (Studi Pada Perusahaan Bank BUMN Yang Listed Di Bursa Efek Indonesia Periode 2006-2016). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Universitas Brawijaya 51(1), 75–82

Halaman Persetujuan Artikel dari Dosen Pembimbing

Artikel saya berjudul

“Analisis Tingkat Kesehatan Bank Dengan Metode Risk Based Bank Rating (RBBR) Pada Bank
KEB Hana Indonesia Periode 2016 – 2020”

Telah selesai dikoreksi dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk dipublikasikan.

	Tanda tangan	Tanggal
Mahasiswa : Septhiani		12/8/2022
Dosen Pembimbing : Novitasari, S.Pd.,M.Ak.		12/8/2022

Implementasi Akuntansi Kombinasi Bisnis Sebelum dan Setelah Penerapan PSAK 22 pada Perusahaan Subsektor Telekomunikasi di Indonesia

Nursiftiyah¹⁾, Yusep Friya Purwa Setya²⁾

¹⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: nursiftiyah.ak.ak18@mhs.w.pnj.ac.id

²⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: yosep.friya@akuntansi.pnj.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the application of business combination accounting before and after the implementation of PSAK 22 in Indonesia. This study used quantitative descriptive methods and non-probability purposive sampling techniques. The sample used in the analysis of this study amounted to 4 companies for 4 years (16 observations). The data used in this study is secondary data, namely the financial statements of telecommunications subsector companies listed on the Indonesia Stock Exchange from 2009 to 2012 obtained from www.idx.co.id and www.idnfinancials.com. This study concluded that before the implementation of PSAK 22 in Indonesia, two companies applied the pooling of interest method to their business combinations. In contrast, the other two companies use the purchase method. Besides, one company does not recognize goodwill, whereas another company has recognized and aligned goodwill based on applicable standards. At the beginning of the implementation of IFRS in Indonesia, all companies that have goodwill have stopped amortizing goodwill and tested the impairment every year. However, one company still does not fully implement business combination accounting under financial accounting standards. The financial performance of the enterprise is measured using the analysis of profitability ratios. After the implementation of PSAK 22, the company's financial performance was affected no better than before the implementation of PSAK 22.

Keywords: *Business Combinations, Financial Accounting Standards, Goodwill, Financial performance.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan akuntansi kombinasi bisnis sebelum dan setelah penerapan PSAK 22 di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan teknik pengambilan sampel non-probability purposive sampling. Sampel yang digunakan dalam analisis penelitian ini berjumlah 4 perusahaan selama 4 tahun (16 observasi). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu laporan keuangan perusahaan subsektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2012 yang diperoleh dari www.idx.co.id dan www.idnfinancials.com. Studi ini menyimpulkan bahwa sebelum penerapan PSAK 22 di Indonesia, dua perusahaan menerapkan metode pooling of interest untuk kombinasi bisnis mereka. Sebaliknya, dua perusahaan lainnya menggunakan metode purchase. Selain itu, satu perusahaan tidak

mengakui goodwill, sedangkan perusahaan lain telah mengakui dan menyelaraskan goodwill berdasarkan standar yang berlaku. Pada awal penerapan IFRS di Indonesia, semua perusahaan yang memiliki goodwill telah berhenti mengamortisasi goodwill dan menguji penurunan nilai setiap tahun. Namun, satu perusahaan masih belum sepenuhnya menerapkan akuntansi kombinasi bisnis di bawah standar akuntansi keuangan. Kinerja keuangan perusahaan diukur dengan menggunakan analisis rasio profitabilitas. Setelah penerapan PSAK 22 membuat kinerja keuangan perusahaan terdampak tidak lebih baik dibanding sebelum penerapan PSAK 22.

Kata-Kata Kunci: Kombinasi Bisnis, Standar Akuntansi Keuangan, Goodwill, Kinerja keuangan.

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Era globalisasi menciptakan persaingan yang semakin ketat antar perusahaan hampir disemua sektor bisnis. Kondisi tersebut menuntut perusahaan untuk melakukan berbagai macam pengembangan strategi atau berbagai cara untuk menggapai tujuannya. Salah satu strategi yang dapat dilakukan perusahaan yaitu dengan memperluas jaringan usaha yaitu dengan melakukan kegiatan kombinasi bisnis. Dalam PSAK 22 (IAI, 2018) kombinasi bisnis adalah transaksi atau peristiwa lain di mana pihak pengakuisisi memperoleh "pengendalian" atas satu atau lebih perusahaan (IAI, 2018). Dalam kombinasi bisnis, memperoleh suatu "pengendalian" bukanlah hal mudah yang hanya dengan membeli saham perusahaan lain (Ulya & Firmansyah, 2021). Dalam PSAK 22 (IAI, 2018) akuisisi diperlukan proses tambahan berupa sinergi atau korelasi yang produktif antar perusahaan sehingga penggabungan perusahaan baru dapat memberikan hasil yang diinginkan. Dalam suatu kombinasi bisnis, akuntansi memiliki peranan penting karena dapat mempengaruhi penyajian laporan keuangan perusahaan (Maimunah, 2016). Dalam kombinasi bisnis diperlukan laporan gabungan antara induk dan anak sebagai entitas tunggal yang disebut laporan konsolidasi. Suatu perusahaan diperlukan laporan konsolidasi apabila perusahaan tersebut memiliki kontrol terhadap perusahaan lain, begitu pula sebaliknya jika perusahaan tersebut tidak memiliki kontrol terhadap perusahaan lain, maka masing-masing perusahaan hanya membuat laporan keuangan dan tidak digabungkan (Siregar, 2017).

Dewan Standar Akuntansi dan Keuangan (DSAK) Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) mengadopsi IFRS Nomor 3 dalam PSAK 22 per 1 Januari 2010. PSAK 22 per 1 Januari 2010 ini memberikan banyak implikasi untuk kombinasi bisnis. Penilaian aset yang dapat diidentifikasi dan liabilitas yang diambil alih, saat ini nilai wajar hanya dinilai menggunakan metode purchasing atau akuisisi sedangkan metode pooling of interest sudah tidak diperbolehkan lagi untuk digunakan. Goodwill tidak lagi diamortisasi, tetapi harus diuji penurunan nilainya setiap tahun. Biaya akuisisi tidak lagi dimasukkan dalam biaya kombinasi bisnis, melainkan harus diakui sebagai beban pada periode terjadinya (Esfandari, 2017). Menurut Ilahude et al., 2021 peran subsektor telekomunikasi termasuk penting di dalam pertumbuhan ekonomi secara umum, pertumbuhan penduduk yang terus meningkat mendorong kebutuhan hidup masyarakat dalam komunikasi sebelum bahkan di tengah pandemi covid-19. Berdasarkan data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2020, subsektor telekomunikasi (Infokom) mengalami pertumbuhan sebesar 10,88% pada April-Juni atau kuartal II 2020 (Q2 2020), jika dibandingkan pada kuartal yang sama tahun lalu (Q2 2019).

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah menjelaskan penerapan akuntansi kombinasi bisnis sebelum dan setelah penerapan PSAK 22 pada subsektor telekomunikasi di Indonesia dan menjelaskan dampak yang ditimbulkan atas sebelum dan setelah penerapan PSAK 22: Kombinasi Bisnis terhadap kinerja keuangan yang diukur dari rasio keuangan profitabilitas pada perusahaan subsektor telekomunikasi di Indonesia.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Standar Akuntansi Keuangan (SAK)

SAK adalah suatu kerangka dalam prosedur pembuatan laporan keuangan agar terjadi keseragaman dalam penyajian laporan keuangan (Indriani et al., 2020). SAK sebagai suatu panduan dalam meningkatkan kualitas informasi yang dihasilkan dalam laporan keuangan (IAI, 2020).

PSAK 22: Kombinasi Bisnis

PSAK 22 (IAI, 2018) mendefinisikan kombinasi bisnis sebagai suatu transaksi atau peristiwa lain dimana pihak pengakuisisi memperoleh pengendalian atas satu atau lebih suatu bisnis. Dari definisi tersebut, dapat dimaknai bahwa transaksi kombinasi bisnis lebih ditekankan pada perolehan kendali dan tidak lagi mengacu pada perolehan aset bersih atau perolehan kepentingan ekuitas.

Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan hasil atau kinerja dari pihak pengelola perusahaan dalam usaha pertanggungjawaban penggunaan sumber daya dan sumber dana yang dipercayakan kepada pihak pengelola. Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 (2015) menjelaskan bahwa tujuan laporan keuangan adalah menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja, serta perubahan posisi keuangan suatu entitas yang bermanfaat bagi sejumlah besar pengguna dalam pengambilan keputusan ekonomi.

Laporan Keuangan Konsolidasi

Entitas induk tidak lagi menyusun laporan keuangan individunya saja (tanpa laporan keuangan konsolidasi) ketika entitas tersebut telah memiliki pengendalian atas entitas anak, karena hanya ada satu laporan keuangan yang berlaku umum (*general purpose financial statement*) bagi entitas tersebut, yaitu laporan keuangan konsolidasi.

Rasio Keuangan

Menurut Wariyah (2017), rasio keuangan adalah nilai yang diperoleh dengan membandingkan pos-pos yang memiliki hubungan material dalam laporan keuangan. Melalui rasio keuangan ini, kemungkinan penyimpangan dalam kegiatan operasi perusahaan dapat dideteksi.

Profitabilitas

Menurut Maryani & Priyanto (2022) Setiap kegiatan usaha yang dilakukan oleh individu atau organisasi bertujuan untuk mendapatkan keuntungan atau laba yang sebesar-besarnya untuk kepentingan pemilik serta nilai perusahaan, oleh karena itu analisis rasio profitabilitas dapat digunakan untuk menghitung tingkat keuntungan suatu perusahaan. Rumus perhitungan rasio profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

Pengetahuan tentang kondisi dan posisi profitabilitas perusahaan dapat diketahui dengan baik dengan standar indikator rasio profitabilitas dalam industri menurut Kasmir (2018).

Tabel 1 Standar Industri Rasio Profitabilitas

Rasio Profitabilitas	Indikator Standar Industri
ROA	30
ROE	40

Sumber : Kasmir (2018)

3. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menekankan pada analisis data numerik yang diolah dengan metode statistik. Penelitian deskriptif dilakukan untuk mengungkap kebenaran dengan interpretasi yang benar (Nurdin & Hartati, 2019). Penelitian kuantitatif dipilih karena menggunakan data instrumen laporan keuangan dalam bentuk numerik yang diukur dengan rasio keuangan. Penelitian deskriptif dipilih karena bertujuan untuk mendapatkan gambaran dan topik yang sedang dipelajari dengan interpretasi yang tepat.

Objek Penelitian

Menurut Arikunto (2013), objek penelitian adalah apa yang menjadi inti permasalahan penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah laporan keuangan perusahaan subsektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Berikut detail perusahaan sektor telekomunikasi yang terdaftar di BEI.

Tabel 2 Detail Objek Penelitian

Kode	Nama Perusahaan
TLKM	Telekomunikasi Indonesia Tbk
ISAT	Indosat Tbk
FREN	Smartfren Telecom Tbk
EXCL	XL Axiata Tbk
BTEL	Bakrie Telecom Tbk
JAST	Jasnita Telekomindo Tbk

Sumber: Data diolah

Metode Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan Nonprobability Sampling (Sampel Nonprobabilitas) dengan metode purposive sampling untuk mendapatkan sampel yang representative dan memadai untuk kebutuhan penelitian. Nonprobability Sampling adalah teknik pemilihan yang tidak memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel. Pengambilan sampel dalam penelitian ini akan dilakukan dengan kriteria tertentu (purposive sampling) yaitu perusahaan

telekomunikasi yang terdaftar di BEI. Perusahaan yang menjadi sampel adalah PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk, PT Bakrie Telecom Tbk, PT Indosat Tbk dan PT Smartfren Telecom Tbk.

Tabel 3 Kategori Pengambilan Sampel

Kategori	Jumlah
Perusahaan Jasa Sektor Infrastruktur, Utilitas & Transportasi Sub Sektor Telekomunikasi Terdaftar di BEI 2021 Pengurangan:	6
1. Perusahaan yang belum terdaftar di BEI setelah 1 Januari 2009	(1)
2. Perusahaan yang tidak melakukan kombinasi bisnis	(1)
Jumlah Perusahaan yang digunakan sebagai sample penelitian	4
Tahun Penelitian (2009 – 2012)	4
Jumlah Sampel (Observasi)	16

Sumber: Data diolah

Jenis dan Sumber Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif dari sumber data sekunder. Data yang bersifat kuantitatif adalah kumpulan data yang berupa angka-angka atau statistik. Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang tersedia dan tidak dikumpulkan oleh peneliti sendiri disebut data sekunder (Sekaran & Bougie, 2016). Hal tersebut karena digunakan laporan keuangan perusahaan subsektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2012 yang diperoleh dari www.idx.co.id dan www.idnfinancials.com.

Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian, data dapat dikumpulkan dengan banyak cara bahkan dapat diperoleh secara online (Gumanti et al., 2018). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dokumentasi. Pengumpulan data diperoleh dari berbagai sumber, antara lain data laporan keuangan yang diterbitkan oleh BEI dan PSAK 22 IAI. Menurut Sekaran dan Bougie (2016), metode pengumpulan data meliputi wawancara, observasi, kuisisioner dan dokumentasi.

Metode Analisis Data

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan bertujuan untuk menjawab permasalahan yang akan diteliti dan nantinya akan mendeskripsikan dan menjelaskan kajian terhadap kinerja keuangan perusahaan telekomunikasi dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2012. Hasil kinerja dapat diketahui dalam kasus berikut:

- Kinerja keuangan dikatakan baik jika hasil rasio memiliki nilai $>$ dari metrik rasio standar
- Kinerja keuangan dikatakan kurang baik jika nilai yang dihasilkan $<$ rasio indikator rasio standar

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kebijakan dan Kegiatan Kombinasi Bisnis

PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk

Berdasarkan catatan atas laporan keuangan dan laporan keuangan PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk 2009-2012. Pada tahun 2009 PT Telekomunikasi Indonesia Tbk telah memiliki 17 anak perusahaan. Pada tahun 2010 PT Telkom melakukan dua akuisisi anak

perusahaan, sehingga per 2010 total anak perusahaan berjumlah 19. Laporan keuangan konsolidasian meliputi laporan keuangan Perusahaan dan anak perusahaannya dimana Perusahaan, baik secara langsung ataupun tidak langsung, memiliki kepemilikan saham dengan hak suara lebih dari 50%, atau Perusahaan memiliki kemampuan mengendalikan entitas walaupun penyertaan sahamnya lebih kecil atau sama dengan 50%. Anak perusahaan dikonsolidasi sejak tanggal ketika Perusahaan memperoleh pengendalian secara efektif dan tidak dikonsolidasikan lagi sejak tanggal pelepasannya. Seluruh saldo dan transaksi antar-perusahaan yang signifikan telah dieliminasi pada laporan keuangan konsolidasian. Kegiatan kombinasi bisnis pada PT Telekomunikasi Indonesia Tbk dicatat dengan menggunakan metode pembelian (*purchase method*). Harga perolehan akuisisi dialokasikan ke dalam aset dan kewajiban yang teridentifikasi dengan menggunakan nilai wajar pada tanggal transaksi. Selisih harga perolehan dari bagian kepemilikan Perusahaan atas nilai wajar aset dan kewajiban yang teridentifikasi dicatat sebagai *goodwill*, dan diamortisasi dengan metode garis lurus selama jangka waktu yang pada umumnya diperkirakan tidak lebih dari lima tahun, periode yang lebih panjang dari lima tahun diperkenankan apabila tidak lebih dari dua puluh tahun.

Pada tahun 2011, kombinasi bisnis dicatat dengan metode akuisisi. Imbalan yang dialihkan diukur sebesar nilai wajarnya, yang merupakan selisih dari nilai wajar aset yang dialihkan, liabilitas yang terjadi/diasumsikan dan instrumen ekuitas yang dalam pertukaran atas pengendalian dari pihak yang diakuisisi. Biaya terkait akuisisi dicatat sebagai beban pada saat timbulnya. Aset dan liabilitas yang teridentifikasi dari pihak yang diakuisisi diakui pada nilai wajar pada tanggal akuisisi. Jumlah tercatat *goodwill* yang diperoleh dari kombinasi bisnis masa lalu adalah sebesar jumlah tercatat pada tanggal tersebut. Entitas menghentikan amortisasi *goodwill* dan mengeliminasi akumulasi amortisasi yang telah ada tersebut terhadap harga perolehannya. Perusahaan dan entitas anak menerapkan PSAK dan ISAK baru dan revisi yang efektif pada tahun 2011.

PT Bakrie Telecom Tbk

Berdasarkan catatan atas laporan keuangan dan laporan keuangan PT Bakrie Telecom Tbk 2009-2012. Pada tahun 2009 PT Bakrie Telecom Tbk tidak memiliki anak perusahaan. Sehingga perusahaan hanya membuat laporan keuangan tidak membuat laporan keuangan konsolidasi. Pada tahun 2010 perusahaan memiliki tiga entitas anak yaitu PT Bakrie Connectivity, PT Bakrie Network dan Bakrie Telecom Pte. Ltd. Laporan keuangan konsolidasian, disusun dengan dasar akrual dengan menggunakan konsep biaya historis. Akibatnya, perusahaan telah mengkonsolidasikan laporan keuangannya berdasarkan nilai aset bukan dengan nilai wajar (*metode pooling of interest*). Laporan keuangan konsolidasian menggabungkan seluruh anak perusahaan yang dikendalikan oleh perusahaan. Pengendalian dianggap ada apabila Perusahaan memiliki baik secara langsung atau tidak langsung (melalui Anak perusahaan), lebih dari 50% hak suara pada suatu Anak perusahaan. Perusahaan dan Anak perusahaan juga menjelaskan bahwa belum menggunakan PSAK 22 (revisi 2010) dalam laporan keuangan konsolidasinya karena sedang mempelajari dampak yang mungkin timbul dari penerapan standar terhadap laporan keuangan konsolidasian.

Pada tahun 2011 dan dan 2012 anak perusahaan PT Bakrie Telecom Tbk tidak mengalami perubahan dari tahun-tahun sebelumnya. Perusahaan telah mengadopsi revisi standar

dan interpretasi yang berlaku efektif untuk laporan keuangan yang dimulai pada atau setelah tanggal 1 Januari 2011, Namun dalam daftar yang telah diadopsi tersebut tidak terdapat PSAK 22 (IAI, 2010) yang dicantumkan. Metode pencatatan dan perlakuan biaya akuisisi tidak diungkapkan dalam laporan keuangan. Terdapat perbedaan istilah dalam penyebutan akun hak minoritas dalam laporan keuangan menjadi kepentingan nonpengendali perubahan istilah tersebut merupakan ketentuan baru sebagaimana dalam PSAK 22 (IAI, 2010). Dalam hal penyajian akun kepentingan nonpengendali perusahaan telah mengikuti perubahan standar terbaru yaitu sesuai dengan PSAK No.1 atas revisi 2009 terkait akun kepentingan nonpengendali disajikan didalam ekuitas (hak minoritas sebelumnya disajikan diantara liabilitas dan ekuitas). Goodwill tidak diakui dalam laporan keuangan, karena dalam proses akuisisi sebelumnya tidak terdapat goodwill yang muncul.

PT Smartfren Telecom Tbk

Berdasarkan catatan atas laporan keuangan dan laporan keuangan PT Smartfren Telecom Tbk 2009-2012. Pada tahun 2009 dan 2010 PT Mobile-8 Telecom memiliki satu entitas anak yaitu Mobile-8 Telecom Finance Company B.V. (Mobile-8 B.V.) dengan presentase kepemilikan saham 100%. Identifikasi pihak-pihak dalam kombinasi bisnis berdasarkan kepemilikan lebih dari 50% saham yang disetor. Entitas yang memegang lebih dari 50% hak suara akan memiliki kendali atas anak perusahaan dan akan menjadi perusahaan induk, yang diharuskan untuk menyusun laporan konsolidasi. Laporan keuangan konsolidasi disusun dengan metode akrual dengan konsep biaya perolehan (historical cost). Akibatnya, perusahaan telah mengkonsolidasikan laporan keuangannya berdasarkan nilai aset bukan dengan nilai wajar (metode pooling of interest).

PSAK No. 22 (Revisi 2010) “Kombinasi Bisnis” menjelaskan transaksi atau peristiwa lain yang memenuhi definisi kombinasi bisnis guna meningkatkan relevansi, keandalan, dan daya banding informasi yang disampaikan entitas pelapor dalam laporan keuangannya tentang kombinasi bisnis dan dampaknya. Sesuai dengan ketentuan transisi dari PSAK No. 22 (Revisi 2010), sejak tanggal 1 Januari 2011, Perusahaan dan anak perusahaan: menghentikan amortisasi goodwill; mengeliminasi jumlah tercatat akumulasi amortisasi goodwill terkait; dan melakukan uji penurunan nilai atas goodwill sesuai dengan PSAK No. 48 (Revisi 2009), “Penurunan Nilai Aset”. Pada tahun 2011 dan 2012 kombinasi bisnis dicatat dengan menggunakan metode akuisisi. Biaya perolehan dari sebuah akuisisi diukur pada nilai agregat imbalan yang dialihkan, diukur pada nilai wajar pada tanggal akuisisi dan jumlah setiap kepentingan nonpengendali pada pihak yang diakuisisi. Untuk setiap kombinasi bisnis, pihak pengakuisisi mengukur kepentingan nonpengendali pada entitas yang diakuisi pada nilai wajar atau sebesar proporsi kepemilikan kepentingan nonpengendali atas aset neto yang teridentifikasi dari entitas yang diakuisisi. Biaya-biaya akuisisi yang timbul dibebankan langsung dan disajikan sebagai beban administrasi terkait.

PT Indosat Tbk

Berdasarkan catatan atas laporan keuangan dan laporan keuangan PT Indosat Tbk 2009-2012. Pada tahun 2009 PT Indosat Tbk memiliki 7 anak perusahaan dengan kepemilikan langsung maupun tidak langsung. Pengendalian dianggap ada ketika entitas induk memiliki secara langsung atau tidak langsung melalui entitas anak lebih dari setengah kekuasaan suara suatu entitas. Laporan keuangan konsolidasi disusun berdasarkan konsep harga perolehan.

Kombinasi bisnis dicatat dengan menggunakan metode pembelian. Biaya-biaya transaksi yang secara langsung dapat diatribusikan pada akuisisi merupakan bagian dari harga perolehan akuisisi. Hak minoritas diukur berdasarkan proporsi atas nilai tercatat aset neto teridentifikasi. Selisih antara harga pembelian dan bagian pemilikan pemegang saham minoritas atas aset dan kewajiban yang tercermin dalam neraca konsolidasi pada tanggal akuisisi diakui sebagai goodwill. Goodwill diamortisasi selama 15 tahun dengan menggunakan metode garis lurus. Pada saat akuisisi suatu anak perusahaan, aset tak berwujud yang diakui diamortisasi dengan menggunakan metode garis lurus berdasarkan taksiran masa manfaat ekonomis dari aset tersebut.

Efektif tanggal 1 Januari 2011, perusahaan menerapkan secara prospektif PSAK 22 (Revisi 2010). Sesuai dengan ketentuan transisi dari PSAK 22 (Revisi 2010), sejak tanggal 1 Januari 2011, perusahaan menghentikan amortisasi goodwill, mengeliminasi jumlah tercatat akumulasi amortisasi goodwill terkait dan melakukan uji penurunan nilai atas goodwill sesuai dengan PSAK 48 (Revisi 2009), "Penurunan Nilai Aset". Penerapan PSAK 22 (Revisi 2010) tersebut memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pelaporan keuangan. Sejak tanggal 1 Januari 2011, kombinasi bisnis dicatat dengan menggunakan metode akuisisi. Biaya perolehan dari sebuah akuisisi diukur pada nilai agregat imbalan yang dialihkan, diukur pada nilai wajar pada tanggal akuisisi, dan jumlah setiap kepentingan nonpengendali pada pihak yang diakuisisi. Untuk setiap kombinasi bisnis, pihak pengakuisisi mengukur kepentingan nonpengendali pada entitas yang diakuisisi baik pada nilai wajar ataupun pada proporsi kepemilikan kepentingan nonpengendali atas aset neto yang teridentifikasi dari entitas yang diakuisisi. Biaya-biaya akuisisi yang timbul dibebankan langsung dan disertakan dalam beban-beban administrasi. Pada tahun 2011 dan 2012 perusahaan telah menyesuaikan dasar penyusunan laporan keuangan konsolidasian sesuai dengan PSAK 22 terbaru.

Analisis Kinerja Keuangan

PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk

Tabel 4 Rasio Profitabilitas PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (dalam jutaan Rupiah)

Tahun	Laba Bersih	Total Aset	Total Ekuitas	ROA (%)	ROE (%)
Sebelum PSAK 22					
2009	11.398.826	97.814.160	38.652.260	11,65	29,49
2010	11.536.999	99.758.447	44.418.742	11,56	25,97
Sesudah PSAK 22					
2011	15.481.000	103.054.000	60.981.000	15,02	25,39
2012	18.388.000	111.369.000	66.978.000	16,51	27,45

Sumber: Data diolah, pada 02 Agustus 2022

Profitabilitas PT Telekomunikasi Indonesia Tbk yang diukur dengan menggunakan return on asset dan return on equity menunjukkan kondisi yang tidak jauh berbeda, hal ini dikarenakan PT Telekomunikasi Indonesia Tbk telah menggunakan metode pencatatan akuisisi (purchase) dalam transaksi kombinasi bisnisnya. Return on asset dan return on equity yang dicapai pada 2009-2012 dibawah standar industri. Berdasarkan rasio profitabilitas, kinerja keuangan perusahaan PT Telekomunikasi Indonesia Tbk buruk atau tidak efektif & efisien.

PT Bakrie Telecom Tbk

Tabel 5 Rasio Profitabilitas PT Bakrie Telecom Tbk (dalam jutaan Rupiah)

Tahun	Laba Bersih	Total Aset	Total Ekuitas	ROA (%)	ROE (%)
Sebelum PSAK 22					
2009	98.442	11.425.607	5.036.931	0,86	1,95
2010	9.976	12.352.891	5.194.830	0,08	0,19
Sesudah PSAK 22					
2011	(782.699)	12.213.109	4.368.754	-6,41	-17,92
2012	(3.138.936)	9.052.428	1.637.986	-34,68	-191,63

Sumber: Data diolah, pada 02 Agustus 2022

Profitabilitas PT Bakrie Telcom Tbk yang diukur dengan menggunakan return on asset dan return on equity menunjukkan kondisi yang kurang baik / menurun. Return on asset dan return on equity yang dicapai pada 2009-2012 dibawah standar industri. Berdasarkan rasio profitabilitas, kinerja keuangan perusahaan PT Bakrie Telcom Tbk buruk atau tidak efektif & efisien.

PT Smartfren Telecom Tbk

Tabel 6 Rasio Profitabilitas PT Smartfren Telecom Tbk (dalam jutaan Rupiah)

Tahun	Laba Bersih	Total Aset	Total Ekuitas	ROA (%)	ROE (%)
Sebelum PSAK 22					
2009	(724.396)	4.756.935	792.532	-15,23	-91,40
2010	(1.401.814)	4.483.610	(119.483)	-31,27	1173,23
Sesudah PSAK 22					
2011	(2.400.248)	12.296.578	3.268.972	-19,52	-73,43
2012	(1.563.090)	14.339.807	4.984.408	-10,90	-31,36

Sumber: Data diolah, pada 02 Agustus 2022

Profitabilitas PT Smartfren Telecom Tbk yang diukur dengan menggunakan return on asset dan return on equity menunjukkan kondisi yang kurang baik / menurun. Return on asset dan return on equity yang dicapai pada 2009-2012 dibawah standar industri. Berdasarkan rasio profitabilitas, kinerja keuangan perusahaan PT Smartfren Telecom Tbk buruk atau tidak efektif & efisien.

PT Indosat Tbk

Tabel 7 Rasio Profitabilitas PT Indosat Tbk (dalam jutaan Rupiah)

Tahun	Laba Bersih	Total Aset	Total Ekuitas	ROA (%)	ROE (%)
Sebelum PSAK 22					
2009	1.498.245	55.041.487	17.957.690	2,72	8,34
2010	647.174	52.818.187	17.850.646	1,23	3,63
Sesudah PSAK 22					
2011	1.067.145	53.233.012	18.969.100	2,00	5,63
2012	875.860	55.225.061	19.395.384	1,59	4,52

Sumber: Data diolah, pada 02 Agustus 2022

Profitabilitas PT Indosat Tbk yang diukur dengan menggunakan return on asset dan return on equity menunjukkan kondisi yang tidak jauh berbeda, hal ini dikarenakan PT Indosat Tbk telah menggunakan metode pencatatan akuisisi (*purchase*) dari tahun 2009 dalam transaksi kombinasi bisnisnya. Return on asset dan return on equity yang dicapai pada 2009-2012 dibawah standar industri. Berdasarkan rasio profitabilitas, kinerja keuangan perusahaan PT Indosat Tbk buruk atau tidak efektif & efisien.

5. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis Bab 4, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Sebelum Penerapan PSAK 22, terdapat dua perusahaan menggunakan metode *pooling of interest* yaitu PT Bakrie Telecom Tbk dan PT Smartfren Telecom Tbk, sedangkan dua perusahaan lainnya yaitu PT Telekomunikasi Indonesia Tbk dan PT Indosat Tbk menggunakan metode pembelian (*purchase method*). Dalam transaksi kombinasi bisnis, PT Telekomunikasi Indonesia Tbk, PT Smartfren Telecom Tbk, dan PT Indosat Tbk mengakui dan mengarmotisasi goodwill sesuai dengan standar yang berlaku. Sedangkan PT Bakrie Telecom Tbk tidak mengakui dan mengarmotisasi goodwill.
2. Setelah penerapan PSAK 22, perusahaan telah menggunakan metode akuisisi untuk mencatat transaksi kombinasi bisnis. Perusahaan yang telah menyesuaikan standar akuntansi kombinasi bisnis berdasarkan perubahan PSAK 22 tahun 2011 adalah PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk, PT Smartfren Telecom Tbk dan PT Indosat Tbk. PT Bakrie Telecom Tbk belum menyampaikan implementasi perubahan PSAK 22 pada tahun 2011. Pada tahun 2011 sampai 2012, PT Bakrie Telecom Tbk tidak menyajikan dan mengungkapkan kombinasi bisnis dan tidak menyebutkan metode yang digunakan untuk mencatat dan memperlakukan biaya akuisisi entitas anak sesuai dengan PSAK 22 (IAI, 2010).
3. Kinerja keuangan dengan rasio profitabilitas perusahaan telekomunikasi diindonesia dari tahun 2009-2012 yang diukur dengan menggunakan return on asset dan return on equity menunjukkan kondisi dibawah standar industri. Dapat disimpulkan bahwa kinerja keuangan perusahaan telekomunikasi diindonesia kurang baik/buruk.

Saran

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan, sehingga berpengaruh terhadap hasil penelitian yaitu belum bisa menggambarkan kondisi perusahaan secara umum terkait penerapan standar akuntansi kombinasi bisnis pada perusahaan yang ada di Indonesia. Penelitian menggunakan empat sampel penelitian dari perusahaan subsektor telekomunikasi yang terdaftar pada BEI. Oleh karena itu, untuk penelitian selanjutnya agar dapat memilih objek penelitian perusahaan di sektor lain untuk membandingkan hasil penelitian tersebut dengan penelitian ini, atau menambah sampel penelitian pada perusahaan di sektor lain. Pengungkapan metode akuntansi untuk kombinasi bisnis yang dilakukan oleh perusahaan sehingga dapat disajikan secara lebih rinci dalam catatan atas laporan keuangan, sehingga pengguna laporan keuangan dapat dengan mudah memahami isi laporan keuangan perusahaan dan menghindari mislending dalam laporan keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*.
- Esfandari, A. Y. (2017). Pengadopsian IFRS 3 pada Goodwill dalam Kombinasi Bisnis (Studi Literatur). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2(2).
- Gumanti, T. A., & Utami, E. S. (2018). *Metode Penelitian Keuangan*.
- IAI. (2013). *PSAK 4: Laporan Keuangan Tersendiri*. Jakarta: Ikatan Akuntan Indonesia
- IAI. (2015). *PSAK 1: Penyajian Laporan Keuangan*. Jakarta: Ikatan Akuntan Indonesia
- IAI. (2018). *PSAK 22: Kombinasi Bisnis*. Jakarta: Ikatan Akuntan Indonesia
- Ilahude, P. A., Maramis, J. B., & Untu, V. N. (2021). Analisis Kinerja Keuangan Sebelum dan Saat Masa Pandemi Covid-19 pada Perusahaan Telekomunikasi yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(4), 1144–1152.
- Indriani, E., Ramadhani, R. S., & Astuti, W. (2020). Standar Akuntansi Keuangan Dan Praktik Manajemen Laba di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 4(2), 226–237.
- Kasmir. 2019. *Analisis Laporan Keuangan. (Revisi)*. PT. Rajagrafindo Persada.
- Maimunah, S. (2016). Analisis Penerapan Prinsip Penyajian dan Pengungkapan Standar Akuntansi Keuangan Indonesia Tentang Kombinasi Bisnis pada Laporan Keuangan PT Telekomunikasi Inonesia (Persero) Tbk Periode 2012-2014. *Jiafe (Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi)*, 2(1), 23–45. <https://doi.org/10.34204/jiafe.v2i1.517>
- Maryani, H. S., & Priyanto, A. A. (2022). Analisis Rasio Likuiditas, Rasio Profitabilitas dan Rasio Solvabilitas dalam Mengukur Kinerja Keuangan PT Mandom Indonesia, Tbk Periode 2011–2020. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(5), 5167-5188.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Media Sahabat Cendekia.
- PT Bakrie Telecom Tbk. (2010). *Laporan Keuangan Konsolidasi*. https://idnfinancials.s3-ap-southeast-1.amazonaws.com/financialstatements/BTEL/2010/FY_2010_BTEL_Bakrie+Telecom+Tbk.pdf
- PT Bakrie Telecom Tbk. (2012). *Laporan Keuangan Konsolidasi*. https://idnfinancials.s3-ap-southeast-1.amazonaws.com/financialstatements/BTEL/2012/FY_2012_BTEL_Bakrie+Telecom+Tbk.pdf
- PT Indosat Tbk. (2009). *Laporan Keuangan Konsolidasi*. https://idnfinancials.s3-ap-southeast-1.amazonaws.com/financial-statements/ISAT/2010/FY_2010_ISAT_Indosat+Tbk.pdf
- PT Indosat Tbk. (2012). *Laporan Keuangan Konsolidasi*. https://idnfinancials.s3-ap-southeast-1.amazonaws.com/financial-statements/ISAT/2012/FY_2012_ISAT_Indosat+Tbk.pdf
- PT Smartfren Telecom Tbk. (2009). *Laporan Keuangan Konsolidasi*. https://idnfinancials.s3-ap-southeast-1.amazonaws.com/financialstatements/FREN/2010/FY_2010_FREN_Smartfren+Telecom+Tbk.pdf
- PT Smartfren Telecom Tbk. (2012). *Laporan Keuangan Konsolidasi*. https://idnfinancials.s3-ap-southeast-1.amazonaws.com/financialstatements/FREN/2012/FY_2012_FREN_Smartfren+Telecom+Tbk.pdf
- PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk. (2010). *Laporan Keuangan Konsolidasi*. https://idnfinancials.s3apsoutheast1.amazonaws.com/financialstatements/TLKM/2010/FY_2010_TLKM_Telekomunikasi+Indonesia+%28Persero%29+Tbk.pdf
- PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk. (2012). *Laporan Keuangan Konsolidasi*. https://idnfinancials.s3apsoutheast1.amazonaws.com/financialstatements/TLKM/2012/FY_2012_TLKM_Telekomunikasi+Indonesia+%28Persero%29+Tbk.pdf
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. New Jersey: John Willey And Sons. Inc.
- Siregar, R. (2017). *Akuntansi Keuangan Lanjutan I*.
- Ulya, N. M., & Firmansyah, A. (2021). Implementasi Akuntansi Kombinasi Bisnis Sebelum dan Setelah Adopsi IFRS pada Perusahaan Sektor Konsumsi Di Indonesia. *Jiai (Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia)*, 6(1).

Analisis Efektivitas Pendayagunaan Dana Zakat dalam Meningkatkan Kesejahteraan Bunda Yatim (Studi Kasus Program BISA Laznas Yatim Mandiri Jakarta Timur)

Viviana Mahardika Kusuma¹⁾, Abdillah²⁾

¹⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, viviana.mahardikakusuma.ak18@mhs.w.pnj.ac.id, Universitas Indonesia, Jl. Prof. Dr. G.A. Siwabessy Kampus ,Kukusan, Kecamatan Beji, 16425, Depok, Indonesia

²⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, abdillah@pnj.ac.id, Universitas Indonesia, Jl. Prof. Dr. G.A. Siwabessy Kampus, Kukusan, Kecamatan Beji 16425, Depok, Indonesia

ABSTRACT

This research aims to explain the effectiveness of zakat funds utilization on Bunda Mandiri Sejahtera (BISA) LAZNAS Yatim Mandiri in East Jakarta in improving the welfare of Bunda Yatim (widows). This research uses a descriptive qualitative method with interviews, observations, and documentation to collect data. The research result of the effectiveness of zakat funds utilization on the BISA program proved effective on indicators of target appropriacy, achievement of program objectives, and program monitoring. In contrast, the program socialization indicator is still inactive. The widows' total assets, turnovers, and business profits have increased in average percentage from before and after joining the BISA program. Obstacles to implementing the program include the presence and commitment of members, the coaching curriculum that was not delivered whole, and the external facilitators' busyness. LAZNAS Yatim Mandiri in East Jakarta has successfully utilized the zakat fund to improve the widows' welfare with 14 mustahik successfully empowered through the BISA program.

Keywords: effectiveness; productive zakat; economic utilization

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan efektivitas pendayagunaan dana zakat pada Program Bunda Mandiri Sejahtera (BISA) LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur dalam meningkatkan kesejahteraan Bunda Yatim (Janda). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dimana teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan efektivitas pendayagunaan dana zakat melalui program BISA pada indikator ketepatan sasaran, pencapaian tujuan program, dan pemantauan program sudah efektif, sedangkan indikator sosialisasi program belum efektif. Jumlah Aset, Omset, dan keuntungan usaha yang dimiliki oleh bunda yatim mengalami peningkatan presentase secara rata-rata dari sebelum dan sesudah mengikuti program BISA. Kendala dalam pelaksanaan program BISA, diantaranya kehadiran dan komitmen para anggota, kurikulum pembinaan yang tidak tersampaikan secara keseluruhan, dan kesibukan fasilitator eksternal. LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur berhasil mendayagunakan dana zakat untuk meningkatkan kesejahteraan Bunda Yatim dengan jumlah 14 mustahik berhasil diberdayakan melalui program BISA.

Kata Kunci: Efektivitas, Zakat Produktif, Pemberdayaan Ekonomi

Corresponding author. E-mail: someone@akuntansi.pnj.ac.id

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Masalah kesejahteraan merupakan salah satu problematika yang dihadapi oleh negara-negara di dunia, terutama pada negara-negara berkembang termasuk negara Indonesia. Peningkatan kesejahteraan yang terjadi di Indonesia cenderung tidak merata karena masih banyak masyarakat yang tersendat-sendat dalam meningkatkan kesejahteraannya bahkan hidup dalam garis kemiskinan (Hamid, 2021). DKI Jakarta khususnya, adalah Ibu Kota Negara Indonesia, yang merupakan salah satu kota terbesar di Indonesia tetapi masih banyak masyarakatnya yang hidup dalam kemiskinan.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), total penduduk DKI Jakarta berjumlah mencapai 10,6 juta jiwa pada 2021, dan Kota Administrasi Jakarta Timur menjadi wilayah di DKI Jakarta yang memiliki penduduk paling banyak yaitu mencapai 3,05 juta jiwa atau sebesar 28,81% dari total penduduk DKI Jakarta. Pada 2021 Kota Jakarta Timur menjadi salah satu kota administrasi di ibu kota Jakarta yang memiliki jumlah penduduk miskin paling tinggi kedua yaitu sebesar 125,37 ribu setelah Kota Jakarta Utara dengan jumlah penduduk miskin sebesar 132,73 ribu. Tingginya tingkat kemiskinan di kota Jakarta Timur menimbulkan beragam masalah terkait sosial dan ekonomi di dalamnya, dimana salah satunya adalah kesejahteraan yang rendah karena tingginya angka kemiskinan.

Tabel 1. Garis Kemiskinan (Rupiah/kapita/bulan), Jumlah Penduduk Miskin (ribu), dan presentase penduduk miskin Kota Jakarta Timur dari tahun 2016-2020

Tahun	Garis Kemiskinan (Rupiah/kapita/bulan)	Jumlah Penduduk Miskin (ribu)	Presentase Penduduk Miskin
2016	433.405	91,37	3,19
2017	455.584	95,67	3,31
2018	502.152	91,38	3,14
2019	539.510	91.51	3,12
2020	581.954	122,73	4,16
2021	594.849	125,37	4,28

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta

pada tabel 1 menunjukkan jumlah penduduk miskin di kota Jakarta Timur mengalami peningkatan yang cukup tinggi, presentase penduduk miskin pada tahun 2020 sebesar 4,16%, dan kembali naik menjadi 4,28% pada tahun 2021.

Beragam upaya dilakukan oleh pemerintah dan masyarakat untuk meminimalisir masalah kemiskinan salah satunya adalah dengan meningkatkan manfaat zakat. Pengentasan kemiskinan dan pendistribusian kesejahteraan keseluruh umat dan lapisan masyarakat dapat dilakukan salah satunya melalui pengelolaan zakat (Waton, 2017). Hal ini sesuai dengan Pasal 3 UU No. 23 Tahun 2011 pengelolaan zakat bertujuan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan dalam pengelolaan zakat, dan meningkatkan manfaat zakat untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan penanggulangan kemiskinan.

LAZNAS Yatim Mandiri merupakan salah satu LAZNAS yang berada di Jakarta Timur, yang memiliki potensi besar dalam hal penghimpunan dan penyaluran dana Zakat, turut berperan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui program-program yang dibentuknya. Salah satu programnya yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat adalah program pemberdayaan Zakat Produktif Bunda Mandiri Sejahtera (BISA).

Pendayagunaan zakat produktif merupakan hal yang penting, karena pendayagunaan zakat secara produktif mampu memberikan hasil yang lebih optimal dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Yusnar, 2017).

Program Bunda Mandiri Sejahtera (BISA) apabila dijalankan secara baik dan efektif maka akan banyak sekali mendatangkan manfaat bagi masyarakat. Namun pada praktiknya Pemberdayaan yang ditawarkan Yatim Mandiri melalui program BISA sesuai dengan tujuan zakat pada Pasal 3 UU No 23 Tahun 2011, tetapi pengelolaan zakat yang dilakukan oleh Yatim Mandiri belum maksimal sehingga target program BISA belum terpenuhi (Karyani, 2019). Berdasarkan hal ini efektivitas program pemberdayaan BISA melalui pendayagunaan zakat produktif dalam meningkatkan kesejahteraan mustahik perlu untuk dianalisis.

Permasalahan

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang, maka rumusan masalah yang akan diteliti pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana efektivitas program pemberdayaan BISA dalam meningkatkan kesejahteraan bunda yatim?
2. Apa saja kendala yang dihadapi pada pelaksanaan program pemberdayaan BISA di Laznas Yatim Mandiri Jakarta Timur?

Tujuan

Merujuk pada permasalahan dan pertanyaan penelitian, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan efektivitas program pemberdayaan BISA dalam meningkatkan kesejahteraan bunda yatim.
2. Untuk menjelaskan kendala apa saja yang dihadapi pada saat pelaksanaan program pemberdayaan BISA di Laznas Yatim Mandiri Jakarta Timur.

TINJAUAN PUSTAKA

Zakat

Zakat berasal dari kata *zaka* yang artinya suci, tumbuh, bersih, berkah, atau baik. Zakat bermakna sejumlah nilai atau ukuran tertentu yang mana wajib untuk dikeluarkan dari harta yang sejenisnya dan telah ditentukan. Secara bahasa zakat memiliki arti tumbuh, kesuburan, berkembang dan bertambah, dalam arti lain zakat diartikan juga sebagai mensucikan atau membersihkan. Menurut hukum Islam, zakat sendiri merupakan sebuah nama yang diperuntukan bagi suatu pengambilan tertentu atas sejumlah harta tertentu yang memiliki sifat-sifat tertentu yang mana selanjutnya akan dibagikan kepada suatu golongan tertentu. Dalam Al-Qur'an zakat dituliskan dengan nama infaq, haq, atau afuw (Riza, 2019).

Pengertian Zakat dalam Undang-undang Republik Indonesia No. 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat, "Zakat adalah harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim atau badan usaha untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat Islam."

Pengelolaan dan pendayagunaan zakat berpedoman pada landasan filosofis penyaluran zakat yang terkandung dalam Al-Qur'an surah At-Taubah ayat 60. Prinsip pengelolaan dan pendayagunaan zakat adalah untuk menguatkan golongan yang lemah, yang mana membutuhkan sebuah bantuan untuk keberlangsungan hidupnya, terutama adalah seorang yang fakir dan miskin. Klasifikasi pengelolaan dan pendayagunaan dana zakat terhadap kelompok fakir dan miskin (dhuafa) terbagi ke dalam empat pola sebagai berikut (Halim M. W., 2020):

Efektivitas

Efektivitas berasal dari bahasa Inggris yaitu "*effective*" yang memiliki arti berhasil, ada pengaruhnya, atau sesuatu yang dikerjakan memiliki hasil (Yuwono, 1994). Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008) efektivitas berasal dari kata efektif yang artinya sesuatu yang ada efeknya, akibatnya, pengaruhnya, yang menghasilkan sesuatu atau tindakan

berhasil guna. Menurut Steers (1985) efektivitas dikatakan sebagai sebuah jangkauan usaha yang dilakukan dalam suatu program guna mencapai sebuah tujuan atau target dengan memanfaatkan sumber daya dan sarana tertentu sebagai suatu sistem tanpa memberikan sebuah tekanan yang tidak wajar terhadap pelaksanaannya.

Efektivitas Program

Efektivitas program adalah alat ukur yang dilakukan untuk melihat sejauh mana sebuah program telah dijalankan, agar mencapai tujuan atau sasaran yang telah dirancang sebelumnya. Tingkat efektivitas program dapat dilihat dengan melakukan perbandingan antara output dari sebuah program dengan tujuan program, jika keluaran atau hasil akhir dari suatu program sesuai dengan tujuan yang sudah ditetapkan atau memenuhi target yang sudah dirancang maka program tersebut dinyatakan efektif. Tetapi apabila program yang telah dijalankan hasil akhirnya belum mampu mencapai tujuan atau sasaran yang sudah ditetapkan sebelumnya maka program yang dijalankan itu tidak efektif.

Ni Wayan Budiani (2008) menjelaskan bahwa dalam mengukur efektivitas sebuah program, maka bisa diukur dengan menggunakan variable ketepatan sasaran, sosialisasi program, tujuan program, dan pemantauan program.

Efektivitas Pendayagunaan Dana Zakat

Mintarti berpendapat pendayagunaan dana zakat memiliki berbagai tujuan seperti mengeluarkan kelompok fakir miskin dari jurang kemiskinan, memperbaiki kualitas kehidupan kelompok fakir miskin, dan melantaskan sebuah proses transformasi dari seorang *mustahik* menjadi seorang *muzaki* dengan upaya proses pemberdayaan dimulai dengan mengubah pola berfikir masyarakat yang awalnya pasif, ketergantungan, dan pasrah menjadi masyarakat yang aktif dan partisipatif (Minarti, 2011).

Pemberdayaan masyarakat yang bersumber pada zakat ialah proses mewujudkan kemajuan sosial dan ekonomi untuk golongan fakir dan miskin dengan mengajak golongan tersebut untuk berpartisipasi aktif pada suatu program yang dibuat oleh amil zakat, dimana amil zakat akan berperan sebagai pendamping program. Amil zakat memiliki peran untuk membantu meningkatkan kesadaran dan kemampuan golongan fakir dan miskin guna meraih tujuan-tujuan yang sudah ditetapkan. (Minarti, 2011)

Efektivitas merupakan tolak ukur yang mengindikasikan seberapa besar sebuah target atau tujuan telah dicapai. Besarnya presentase target dicapai menunjukkan tingkat efektivitasnya, semakin besar nilai presentasinya, maka semakin tinggi nilai efektivitasnya. Efektivitas dana zakat merupakan penilaian yang dihitung berdasarkan pada presentase perbandingan antara sebelum dan sesudah mendapatkan bantuan dana zakat. Pada metode ini sebuah indikator dinyatakan efektif jika terjadi peningkatan nilai presentase dari sebelum dan sesudah diberikannya bantuan yang bersumber pada dana zakat tanpa adanya kriteria tertentu.

Kesejahteraan

Di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia kata sejahtera memiliki arti aman, sentosa, makmur, dan selamat atau terhindar dari berbagai bentuk kesusahan. Kata kesejahteraan sendiri berartikan keadaan hidup yang sejahtera didalamnya meliputi keamanan, ketentraman, dan keselamatan. Di dalam pasal 1 ayat 1 Undang-Undang Republik Indonesia No. 11 Tahun 2009 Tentang Kesejahteraan Sosial dijelaskan: "Kesejahteraan Sosial adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual, dan sosial warga negara agar dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri, sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya."

Menurut Gunawan (1999) dalam implementasinya pemberdayaan diarahkan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat secara produktif agar mampu memperoleh penambahan berupa nilai yang tinggi disertai dengan pendapatan yang lebih besar. Dalam upaya meningkatkan kemampuan hingga menghasilkan sebuah pertambahan nilai maka harus terdapat perbaikan akses minimal perbaikan terhadap empat akses, yaitu akses terhadap

sumber daya, akses terhadap teknologi, akses terhadap permintaan, dan terakhir akses terhadap pasar.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu dengan mengamati, memaparkan, dan menggambarkan fenomena yang terjadi di lapangan secara nyata untuk mengumpulkan data kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Data yang digunakan adalah data primer yang berasal dari wawancara dengan pengurus LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur dan Mustahik penerima manfaat program BISA, kemudian kegiatan observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis model interaktif oleh Miles dan Huberman yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Efektivitas Program Pemberdayaan BISA LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur

Budiani (2008) berpendapat suatu program dikatakan efektif apabila sudah memenuhi empat aspek keefektifannya. Keempat aspek yang harus dipenuhi adalah ketepatan sasaran program, sosialisasi program, tujuan program dan pemantauan program.

Sesuai dengan teori Budiani (2008) yang peneliti gunakan untuk melakukan analisis terkait efektivitas pendayagunaan dana zakat dalam Program Bunda Mandiri Sejahtera (BISA) di Lembaga Amil Zakat Nasional Yatim Mandiri Jakarta Timur. Hasil penelitian ini akan dideskripsikan berdasarkan dengan pertanyaan penelitian yang kemudian disesuaikan dengan teori tolak ukur efektivitas menurut Ni Wayan Budiani.

1. Ketepatan Sasaran Program

Sasaran program adalah target individu dari lembaga yang telah dikehendaki, untuk dijadikan penerima bantuan program BISA yang akan dilaksanakan oleh LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur. Sasaran Lembaga adalah memberdayakan 23 bunda yatim untuk diberikan pendampingan dalam bidang penguatan ekonomi keluarga dan kerohanian.

Lembaga membuat Kriteria-kriteria sasaran program guna memudahkan dan memperlancar terlaksananya program BISA, kriteria-kriteria yang menjadi acuan tersebut adalah : (1) Diberikan khusus untuk bunda-bunda anak yatim atau bunda dhuafa, (2) memiliki surat kematian suaminya atau surat keterangan tidak mampu (3) sasaran yang diutamakan adalah bunda-bunda anak yatim yang anaknya bergabung dalam sanggar belajar dan merupakan binaan Yatim Mandiri Jakarta Timur, (4) berkomitmen untuk mengikuti pembinaan diniyah dan pelatihan kewirausahaan selama kurang lebih 2 tahun (5) memiliki minat berwirausaha yang tinggi dan memiliki usaha kecil-kecilan, (6) diutamakan bertempat tinggal didekat lokasi pelaksanaan pembinaan.

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa ketepatan sasaran program BISA LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur sudah berjalan dengan baik dimana menggunakan kriteria-kriteria yang telah ditentukan tersebut lembaga melakukan pendataan dengan melakukan survei langsung dan proses *assessment* kepada calon mustahik untuk memperoleh mustahik golongan janda atau bunda dhuafa. Mustahik penerima program BISA harus memenuhi kriteria-kriteria yang telah ditentukan dari hasil pendataan calon mustahik penerima manfaat program BISA, untuk kemudian data tersebut diseleksi untuk memperoleh mustahik penerima manfaat program BISA.

2. Sosialisasi Program

sosialisasi terkait program BISA dilakukan oleh LAZNAS Yatim Mandiri secara langsung, setelah penentuan wilayah pelaksanaan program BISA maka lembaga bersama dengan koordinator lapangan mengadakan sosialisasi dengan mengundang ketua RT dan RW,

Karang Taruna, dan masyarakat pada wilayah tersebut. Sosialisasi program ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mensukseskan pemberdayaan ekonomi masyarakat di kota Jakarta Timur, dan juga agar informasi terkait dengan program ini tersampaikan secara keseluruhan dan masyarakat mampu memahami tentang program BISA.

Sosialisasi program pada program BISA masih belum maksimal karena tidak semua masyarakat di mengetahui tentang program BISA, berdasarkan informasi dari informan terdapat mustahik yang mendapatkan informasi melalui *link* dari pihak Yatim Mandiri, kemudian informasi tersebut disebarakan kembali kepada pihak lain yang sesuai dengan kriteria yang disampaikan oleh lembaga. kecanggihan teknologi dan penggunaan media massa kurang dimanfaatkan oleh lembaga guna meningkatkan pelaksanaan sosialisasi program BISA LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur, karena hal ini sebagian masyarakat masih belum mengetahui program BISA. Oleh sebab itu LAZNAS Yatim Mandiri sebaiknya berupaya untuk meningkatkan sosialisasi yang dilaksanakan kepada masyarakat juga berinovasi dalam proses sosialisasi program ini dan memaksimalkan penggunaan media massa dan teknologi

3. Tujuan Program

Tujuan utama dari program BISA LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memberdayakan bunda yatim dhuafa agar dapat mandiri secara ekonomi dan sejahtera secara keluarga. Kemudian tujuan lebih luas dari program BISA LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur yaitu:

1. Memberikan bantuan pemberdayaan ekonomi kepada bunda yatim agar mampu meningkatkan pendapatannya sehingga kedepannya dapat meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup keluarganya.
2. Pembinaan kerohanian dan Al-Qur'an guna meningkatkan diniyah anggota BISA.
3. Memberikan bimbingan parenting dan ekonomi
4. Pelatihan kewirausahaan dan motivasi untuk menambah skill berwirausaha agar mental, kemampuan, dan pola pikir anggota BISA lebih matang dan terarah.
5. Anggota BISA memiliki usaha yang berkelanjutan
6. Anggota BISA dapat membuat laporan pembukuan sederhana atas usahanya untuk melihat perkembangan usaha yang dimilikinya serta pendapatan yang dihasilkan.

Berdasarkan informasi dari informan, keseluruhan mustahik merasa sangat terbantu dengan pelaksanaan program BISA LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur ini, mustahik menyatakan telah banyak mendapatkan pengetahuan yang lebih dalam tentang ekonomi dan cara berwirausaha dan mengembangkan usaha selama mengikuti program BISA, hal ini dapat dibuktikan dengan melihat perkembangan usaha mustahik. Setelah mendapatkan bantuan dana usaha sebagai modal untuk mengembangkan usaha yang dimilikinya, usaha dan pendapatan mustahik mengalami peningkatan dengan adanya bantuan dari program BISA LAZNAS Yatim Mandiri.

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa pencapaian tujuan program BISA LAZNAS Yatim Mandiri telah sesuai dan tepat sasaran. Mustahik penerima manfaat program BISA LAZNAS Yatim Mandiri mengalami peningkatan pada usahanya dan juga mengalami peningkatan pada aspek ruhiyahnya.

4. Pemantauan Program

Kegiatan pemantauan yang dilakukan oleh LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur bertujuan untuk melakukan identifikasi terhadap permasalahan yang terjadi agar dapat mengambil tindakan untuk mengatasinya, untuk mengetahui apakah setiap rangkaian kegiatan yang dilakukan sudah sesuai dengan rencana yang ditetapkan, dan melihat bagaimana hubungan antara kegiatan-kegiatan yang sudah dilakukan dengan tujuan dari program yang sudah ditetapkan guna mengetahui perkembangan kemajuan dari pelaksanaan program.

Kegiatan pemantauan dan evaluasi dilakukan setiap sebulan sekali oleh LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur selama program berlangsung, kegiatan pemantauan dilakukan bersamaan dengan pembagian bantuan sembako sebagai bentuk apresiasi terhadap komitmen anggota BISA. Kegiatan pemantauan dilakukan juga dengan mengunjungi rumah-rumah anggota BISA untuk melihat perkembangan yang dialami oleh bunda yatim, perkembangan tentang usahanya mengenai profit produktifitasnya dan perkembangan ekonominya, tentang ibadahnya, serta keluarganya.

Kesimpulan dari analisis adalah proses pemantauan program BISA LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur sudah dilakukan dengan baik, sesuai dengan perencanaan yang sudah dibuat oleh lembaga dan lembaga merasa puas dengan perkembangan yang dialami oleh mustahik penerima manfaat program BISA.

Efektivitas Pendayagunaan Dana Zakat dalam Meningkatkan Kesejahteraan Bunda Yatim

Berikut ini disajikan data terkait dengan perkembangan usaha bunda yatim dari sebelum mendapatkan bantuan manfaat program BISA dan sesudah mendapatkan bantuan manfaat program BISA.

Tabel 2 Perkembangan Usaha Bunda Yatim Sebelum dan Sesudah Pendayagunaan (Rp)

No.	Nama	Modal Awal	Tambahannya Modal Usaha	Aset		Omset		Keuntungan	
				Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah
1	Jaenab	800.000	2.000.000	500.000	2.000.000	1.000.000	3.600.000	500.000	2.000.000
2	Sunarti	1.000.000	2.000.000	700.000	2.300.000	1.000.000	3.500.000	500.000	1.700.000
3	Tuti	3.000.000	2.000.000	2.000.000	3.400.000	1.300.000	3.500.000	600.000	2.000.000
4	Elly	3.000.000	2.000.000	1.500.000	2.700.000	1.700.000	3.000.000	850.000	1.600.000
5	Munirih	2.000.000	2.000.000	800.000	1.700.000	600.000	1.900.000	350.000	1.100.000
6	Nuryani	1.000.000	2.000.000	600.000	2.000.000	1.200.000	3.700.000	800.000	2.500.000
7	Warkoni	1.000.000	2.000.000	600.000	1.850.000	900.000	2.800.000	500.000	1.600.000
8	Eka	500.000	1.000.000	400.000	1.500.000	800.000	2.500.000	600.000	1.900.000
9	Fatimah	3.000.000	1.500.000	2.000.000	3.200.000	1.800.000	3.000.000	900.000	2.300.000
10	Sapuroh	1.000.000	800.000	600.000	1.200.000	800.000	1.500.000	500.000	1.000.000
11	Anita	500.000	600.000	300.000	800.000	300.000	850.000	200.000	700.000
12	Rini	600.000	600.000	400.000	850.000	650.000	1.400.000	450.000	1.000.000
13	Bunyanah	3.500.000	1.000.000	2.500.000	3.300.000	1.900.000	3.600.000	1.000.000	2.500.000
14	Dewi	500.000	900.000	300.000	900.000	700.000	2.000.000	500.000	1.450.000
Rata-Rata Perubahan				942.857	1.978.571	1.046.429	2.632.143	589.286	1.667.857

Sumber : Data Primer Diolah

Pada tabel 2 dapat dilihat dari sebanyak 14 bunda yatim yang menerima manfaat program Bunda Mandiri Sejahtera (BISA) dari Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) Yatim Mandiri, sebagian besar bunda yatim mengalami perubahan baik dilihat dari sisi aset, omset, dan juga keuntungan. Perubahan yang terjadi menunjukkan sebuah peningkatan dari sisi aset, omset, dan keuntungan yang dialami bunda yatim. Pada sisi aset terdapat peningkatan dengan rata-rata perubahan aset dari sebelumnya Rp 942.857 menjadi Rp 1.978.571, kemudian rata-rata perubahan omset dari Rp 1.046.429 menjadi Rp 2.632.143, dan terakhir perubahan keuntungan usaha dari sebelumnya Rp 589.286 menjadi Rp 1.667.857.

Selanjutnya untuk melihat efektivitas pendayagunaan dana zakat dalam program BISA LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur. Dapat dilihat melalui perhitungan efektivitas pendayagunaan dana zakat melalui presentase yang disajikan pada tabel 3 berikut ini.

Tabel 3. Analisis Efektivitas Pendayagunaan Dana Zakat Melalui Perubahan Aset, Omset, dan Keuntungan (%)

No.	Nama	Aset			Omset			Keuntungan			Efektivitas
		Sebelum	Sesudah	Perubahan	Sebelum	Sesudah	Perubahan	Sebelum	Sesudah	Perubahan	
1	Jaenab	63	71	9	125	129	4	63	71	9	Efektif
2	Sunarti	70	77	7	100	117	17	50	57	7	Efektif
3	Tuti	67	68	1	43	70	27	20	40	20	Efektif
4	Elly	50	54	4	57	60	3	28	32	4	Efektif
5	Munirih	40	43	3	30	48	18	18	28	10	Efektif
6	Nuryani	60	67	7	120	123	3	80	83	3	Efektif
7	Warkoni	60	62	2	90	93	3	50	53	3	Efektif
8	Eka	80	100	20	160	167	7	120	127	7	Efektif
9	Fatimah	67	71	4	60	67	7	30	51	21	Efektif
10	Sapuroh	60	67	7	80	83	3	50	56	6	Efektif
11	Anita	60	73	13	60	77	17	40	64	24	Efektif
12	Rini	67	71	4	108	117	8	75	83	8	Efektif
13	Bunyana	71	73	2	54	80	26	29	56	27	Efektif
14	Dewi	60	64	4	140	143	3	100	104	4	Efektif

Sumber : Data Primer Diolah

Berdasarkan pada tabel efektivitas pendayagunaan dana zakat di atas, diketahui program Bunda Mandiri Sejahtera (BISA) LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur dapat meningkatkan usaha yang dimiliki oleh bunda yatim secara positif. Dari data tersebut menunjukkan rata-rata perubahan aset bunda yatim yaitu sebesar 6%. Peningkatan aset yang dimiliki bunda yatim ini merupakan buah hasil dari penambahan modal dana usaha yang diberikan oleh LAZNAS Yatim Mandiri, penambahan modal usaha ini mengakibatkan kenaikan omset penjualan. Terjadinya peningkatan pada aset usaha mengakibatkan peningkatan juga pada hasil penjualan dimana hal ini memberikan dampak yang positif terhadap peningkatan usaha yang dimiliki oleh bunda yatim. Selanjutnya terdapat perubahan pada sisi omset dengan rata-rata perubahan sebesar 10%, meningkatnya jumlah omset penjualan adalah akibat dari adanya kenaikan pada jumlah penjualan dan kenaikan jumlah produksi dari usaha yang dimiliki oleh bunda yatim.

Kenaikan pada omset penjualan mengakibatkan kenaikan pada pendapatan usaha yang dimiliki oleh bunda yatim, hal ini juga akan berpengaruh terhadap pendapatan keluarga mustahik yang akan ikut mengalami peningkatan, dan selanjutnya akan meningkatkan kesejahteraan bunda yatim. Berdasarkan data dapat dilihat perubahan pada aspek keuntungan sebesar 11%, peningkatan pada keuntungan usaha bunda yatim ini dikarenakan adanya pelatihan kewirausahaan dan pemberian motivasi usaha yang dilakukan oleh LAZNAS Yatim Mandiri melalui program Bunda Mandiri Sejahtera (BISA).

Peningkatan pendapatan usaha yang dimiliki oleh bunda yatim juga memiliki dampak langsung terhadap kehidupan ekonomi bunda yatim, dimana bunda yatim bisa memiliki tabungan yang disisihkan dari pendapatan yang dimilikinya untuk masa depan dan juga memiliki modal usaha yang digunakan untuk mengembangkan usahanya dengan meningkatkan jumlah produksi usahanya yang dimiliki bunda yatim.

Analisis Efektivitas Program Pemberdayaan BISA dalam Meningkatkan Kesejahteraan Bunda Yatim

Pembahasan adalah isi dari hasil analisis data dan fakta yang ditemukan dilapangan disesuaikan dengan teori yang digunakan, dalam mengukur efektivitas program pemberdayaan Bunda Mandiri Sejahtera (BISA) peneliti menggunakan beberapa tolak ukur efektivitas yang mengacu pada teori Ni Wayan Budiani (2008), di dalam teori ini mengukur efektivitas suatu program menggunakan empat indikator yaitu ketepatan sasaran, sosialisasi program, tujuan program dan pemantauan program (*monitoring*).

Berdasarkan hasil penelitian mengenai efektivitas pendayagunaan dana zakat dalam meningkatkan kesejahteraan bunda yatim melalui program BISA LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur, indikator untuk ketepatan sasaran program dapat dikatakan efektif. Ketepatan sasaran program BISA dinilai sudah tepat sasaran, hal ini diketahui setelah dilaksanakannya penelitian terdapat kesesuaian antara kriteria mustahik penerima manfaat program BISA LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur dengan kenyataan yang ada di lapangan. LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur berhasil memenuhi sasaran target program BISA yaitu sejumlah 23 orang mustahik untuk diberdayakan ekonominya melalui program BISA dan mustahik tersebut datang dari golongan bunda yatim dan bunda dhuafa.

Ukuran efektivitas pada indikator sosialisasi program BISA didapatkan hasil belum efektif karena LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur belum melaksanakan sosialisasi program secara maksimal yang mengakibatkan masyarakat di wilayah pelaksanaan program masih belum mengetahui tentang program BISA, dan berdasarkan pernyataan mustahik penerima manfaat program BISA mereka mendapatkan informasi terkait dengan program BISA ini dari karyawan LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur yang dikenal, atau melalui seseorang yang memiliki hubungan dengan LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur. Kurangnya inovasi dan pemanfaatan teknologi informasi serta media massa dalam pelaksanaan sosialisasi program BISA LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur menjadi faktor lain kurangnya efektivitas pada indikator sosialisasi program.

Ukuran efektivitas pada indikator tujuan program dinilai sudah efektif. Tujuan dari program BISA adalah untuk memberdayakan ekonomi dan meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat khususnya pada bunda yatim dhuafa agar menjadi mandiri secara ekonomi dan menjadi sejahtera secara keluarga. Kegiatan yang akan dilaksanakan oleh LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur diantaranya adalah kegiatan pembinaan diniyah dan Al-Qur'an, bimbingan ekonomi dan parenting, pelatihan kewirausahaan, penyaluran bantuan sembako, dan memberikan bantuan dana usaha kepada bunda yatim yang memiliki usaha. Berdasarkan kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh LAZNAS Yatim Mandiri tersebut dinilai sudah mampu mencapai tujuan program yang sudah direncanakan sebelumnya. Program BISA LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur dapat membantu bunda yatim dan dhuafa dalam meningkatkan kesejahteraan serta kualitas hidup mustahik secara ekonomi dan juga ruhaniyah.

Ukuran efektivitas pada indikator pemantauan program (*monitoring*) pada program BISA LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur dinilai cukup efektif. Kegiatan pemantauan ini dilakukan sebagai bentuk perhatian lembaga terhadap mustahik penerima manfaat program BISA. Pada pelaksanaan program BISA LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur melaksanakan kegiatan pemantauan setiap satu bulan sekali selama berlangsungnya program, pemantauan program dilaksanakan dengan mengunjungi langsung rumah mustahik untuk mengetahui perkembangan mustahik baik itu perkembangan dari usahanya maupun perkembangan kesejahteraannya.

Selanjutnya efektivitas penyaluran dana zakat yang diberikan oleh LAZNAS Yatim Mandiri dalam bentuk pemberian bantuan dana usaha kepada mustahik yaitu bunda yatim dinilai efektif dalam meningkatkan usaha yang dijalankan oleh mustahik. Efektivitas usaha berdasarkan hasil penelitian Nauval dalam Halim (2020) dapat dilihat dari indikator modal usaha, aset usaha, omset penjualan, dan keuntungan penjualan. Setelah mendapatkan bantuan dana usaha nilai rata-rata aset usaha bunda yatim mengalami peningkatan sebesar 6% dari Rp 942.857 menjadi Rp 1.978.571, omset penjualan meningkat sebesar 10% dari Rp 1.046.429 menjadi Rp 2.632.143, dan keuntungan usaha meningkat sebesar 11% dari sebelumnya Rp 589.286 menjadi Rp 1.667.857. Dengan adanya peningkatan usaha maka akan berdampak terhadap perubahan perekonomian bunda yatim dan memiliki peningkatan pendapatan keluarga bunda yatim. Apabila pendapatan keluarga meningkat maka dapat digunakan untuk

memenuhi kebutuhan sehari-hari dan jika masih terdapat kelebihan maka dapat disimpan sebagai tabungan untuk digunakan dikemudian hari. Hal ini menunjukkan pendayagunaan dana zakat juga dinilai berhasil secara efektif meningkatkan kesejahteraan bunda yatim karena dapat meningkatkan usaha yang dimiliki oleh bunda yatim dan dapat meningkatkan pendapatan dan perekonomian bunda yatim.

Kendala dalam Pelaksanaan Program BISA

Dalam penelitian yang telah dilakukan pada Program BISA LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur, peneliti menemukan beberapa kendala yang dihadapi pada pelaksanaan program BISA LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur antara lain:

1. Kehadiran dan Komitmen Anggota BISA

Bunda yatim yang merupakan *single parents* dimana selain mengurus keluarga miliknya, mereka juga yang bertugas mencari nafkah untuk menghidupi anak-anaknya. Hal ini lah yang terkadang menjadi kendala yaitu anggota BISA memiliki kesibukan lain dan tidak dapat hadir pada saat pembinaan diniyah atau pelatihan kewirausahaan.

2. Kurikulum yang Tidak Tersampaikan Secara Keseluruhan

Setiap agenda kegiatan program BISA baik itu pembinaan ataupun pelatihan memiliki materi yang berbeda-beda pada setiap pertemuannya. Apabila terdapat anggota BISA yang tidak dapat menghadiri kegiatan karena alasan tertentu maka otomatis anggota BISA tersebut akan ketinggalan materi yang diberikan pada hari itu.

3. Kendala Kesibukan Fasilitator Eksternal

LAZNAS Yatim Mandiri biasanya meminta seorang muzzaki rutin yang memiliki usaha untuk menjadi fasilitator yang akan memberikan pelatihan usaha dan membagi ilmunya serta pengalamannya dalam berwirausaha kepada anggota program BISA. Namun terkadang fasilitator tidak dapat hadir sesuai dengan waktu yang telah ditentukan, sehingga pada akhirnya akan digantikan oleh seorang internal dari LAZNAS Yatim Mandiri.

KESIMPULAN

Efektivitas program pemberdayaan BISA LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur dinilai efektif, hal ini dilihat menggunakan empat indikator efektivitas program dimana indikator ketepatan sasaran, pencapaian tujuan program, dan pemantauan program sudah tercapai dengan efektif. Sedangkan untuk indikator sosialisasi program belum tercapai dengan efektif. Pendayagunaan dana zakat juga dinilai berhasil meningkatkan kesejahteraan bunda yatim karena dapat meningkatkan usaha yang dimiliki oleh bunda yatim dilihat dari segi aset usaha, omset penjualan, dan keuntungan penjualan yang mengalami peningkatan presentase secara rata-rata dari sebelum dan sesudah mengikuti program Bunda Mandiri Sejahtera (BISA) LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur.

Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaannya program Bunda Mandiri Sejahtera (BISA) antara lain, komitmen para anggota program BISA, kurikulum pembinaan yang tidak tersampaikan dengan baik, dan kesibukan fasilitator eksternal yang menyebabkan tidak dapat hadir mengisi pembinaan atau pelatihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta. (2021). <https://jakarta.bps.go.id/>. Diambil dari <https://jakarta.bps.go.id/>: <https://jakarta.bps.go.id/>
- Ana Musta'anah, I. S. (2019). Implementasi Zakar Produktif Hibah Modal Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Mustahik Miskin (Studi Pada BAZNAS Kota Mojokerto). *ZISWAF; Jurnal Zakat dan Wakaf*, 71.
- Bariyah, O. N. (2012). *Total Quality Management Zakah (Prinsip dan Praktik Pemberdayaan Ekonomi)*. Jakarta: Penerbit Wahana Kardofa.

- Dewantara, K. K. (2019). *Analisis Efektivitas Pendayagunaan Zakat Produktif Terhadap Perubahan Indeks Kemiskinan Mustahik (Studi Kasus Pada Program Senyum Mandiri Rumah Zakat Indonesia Kantor Layanan Kota Bogor)*. Depok: Politeknik Negeri Jakarta.
- Fathullah, A. (2015). *Efektivitas Pendayagunaan Dana ZIS Pada Program Bantuan Pembuatan SIM (Studi Kasus Tukang Ojek Dan Supir Angkutan Kota) BAZIS Kota Administrasi Jakarta Barat*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Hafidhuddin, D. (2007). *Agar Harta Berkah dan Bertambah*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Halim, A. (2002). *Akuntansi Sektor Publik Keuangan Daerah Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat.
- Halim, M. W. (2020). *Pengaruh Zakat Produktif Terhadap Tingkat Perubahan Indeks Kemiskinan (Studi Kasus Pada Program Senyum Mandiri Rumah Zakat Indonesia Kantor Layanan Kota Depok)*. Depok: Politeknik Negeri Jakarta.
- Kafiludin, M. (2020). *Peran Program BISA Dalam Meningkatkan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat (Studi Kasus di Yatim Mandiri Jombang)*. Jombang: Universitas Hasyim Asy'ari.
- Karyani, V. C. (2019). *Pelaksanaan Pasal 3 Undang Undang No 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat Terhadap Program Pemberdayaan Bunda Yatim (BISA) Pada Pengelolaan Zakat di Laznas Yatim Mandiri Kota Madiun*. Ponorogo: IAIN Ponorogo.
- Maulidar, I. (2019). *Efektivitas Pendayagunaan Dana Zakat, Infaq, Shadaqah (ZIS) Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus: Baitul Mal Aceh Untuk Program Pemberdayaan Ekonomi)*. Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Minarti, N. (2011). *Bangsa Betah Miskin*. Ciputat: Indonesia Magnificence of Zakat.
- Mutmainah, T. S. (2021). *Pengelolaan Dana Zakat Produktif Terhadap Kesejahteraan Masyarakat*. Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Qardhawi, Y. (2004). *Hukum Zakat : Studi Komparatif Mengenai Status dan Filsafat Zakat Berdasarkan Qur'an dan Hadis*. Jakarta: Litera Antar Nusa.
- Riza, M. S. (2019). Analisis Efektivitas Distribusi Zakat Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Mustahik (Studi Kasus Cabang Rumah Zakat Sumatera Utara). *Jurnal At-Tawassuth Vol. IV*, 144.
- Sari, E. K. (2006). *Pengantar Hukum Zakat dan Wakaf*. Jakarta : PT. Grasindo.
- Sari, N. A. (2020). *Efektivitas Pelaksanaan Program Rumah Hati Rumah Bakat (RHRB) di Dinas Sosial Kota Makassar*. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Soewadji, J. (2012). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Waton, S. (2017). Efektivitas Pendayagunaan Dana (ZIS) Zakat, Infak, dan Sedekah Dalam Peningkatan Kesejahteraan Mustahik Di Kecamatan Pulogadung Jakarta Timur.
- Wulandari, A. H. (2010). *Strategi Pendayagunaan Dana Zakat Melalui Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat (Studi Rumah Zakat)*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Fakultas Syariah Dan Hukum.
- Wulansari, S. D. (2014). Analisis Peranan Dana Zakat Produktif Terhadap Perkembangan Usaha Mikro. *Diponegoro Journal Of Economics*, 1-15.
- Yuwono, T. (1994). *Kamus Kecil Bahasa Indonesia*. Surabaya: Arloka Suarabaya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini dapat terlaksana dengan baik berkat rahmat dan karunia Allah SWT dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan ketulusan dan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih atas bimbingan, arahan, dan dukungan hingga penulisan ini rampung kepada Direktur Politeknik Negeri Jakarta, Ketua Jurusan Akuntansi, Ketua Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan Syariah, serta segenap dosen penguji, pembimbing, dan pengajar Jurusan Akuntansi Keuangan dan Perbankan Syariah, keluarga tercinta, serta teman-teman seperjuangan Program Studi Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah Angkatan 2018. Ucapan terima kasih juga penulis haturkan kepada pihak LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur yang telah memfasilitasi penelitian ini sampai selesai

Halaman Persetujuan Artikel dari Dosen Pembimbing

Artikel saya berjudul

“Analisis Efektivitas Pendayagunaan Dana Zakat dalam Meningkatkan Kesejahteraan Bunda Yatim (Studi Kasus Program BISA LAZNAS Yatim Mandiri Jakarta Timur)”

Telah selesai dikoreksi dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk dipublikasikan.

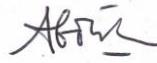
Tanda tangan tanggal

Mahasiswa : Viviana Mahardika Kusuma



13 Agustus 2022

Dosen Pembimbing : Abdillah, S.E., M.Si.



13 Agustus 2022

Analisis Perbandingan Efisiensi Biaya Operasional (BOPO), *Return On Asset* (ROA), dan *Return On Equity* (ROE) Sebelum dan Sesudah Penerapan Branchless Banking Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk

Ina Nur Afni Tanjung¹⁾, Novitasari²⁾

1) Politeknik Negeri Jakarta, ina.nurafnitanjung.ak18@mhs.pnj.ac.id, Depok, 16425, Depok, Indonesia

2) Politeknik Negeri Jakarta, novitasari@akuntansi.pnj.ac.id, Depok, 16425, Depok, Indonesia

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine whether there is a significant difference between Operational Costs of Operating Income (BOPO), Return On Assets (ROA), and Return On Equity (ROE) before and after the implementation of branchless banking at PT Bank Negara Indonesia. The type of research used in this research is comparative research. The data collection method used is the study of documentation sourced from financial reports and literature studies. This study used a different test Paired Sample t-Test using SPSS software version 28.0.1.1 and data collection techniques using purposive sampling method. The results of this study indicate that there is no significant difference in BNI's Operational Income Operating Expenses (BOPO) before and after the implementation of branchless banking, there is a significant difference in BNI's Return On Assets (ROA) before and after the implementation of branchless banking, there is a significant difference in Return On Equity (ROE) BNI before and after the implementation of branchless banking.

Keywords: *Branchless Banking, BOPO, ROA, ROE, Paired Sample t-Test.*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara Biaya Operasional Pendapatan Operasional (BOPO), *Return On Asset* (ROA), Dan *Return On Equity* (ROE) sebelum dan sesudah penerapan *branchless banking* pada PT Bank Negara Indonesia. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian komparatif. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu studi dokumentasi yang bersumber dari laporan keuangan dan studi pustaka. Penelitian ini menggunakan uji beda Paired Sample t-Test dengan menggunakan *software* SPSS 28.0.1.1 dan teknik pengumpulan data dengan metode purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada Beban Operasional Pendapatan Operasional (BOPO) BNI sebelum dan sesudah penerapan *branchless banking*, terdapat perbedaan yang signifikan pada *Return On Asset* (ROA) BNI sebelum dan sesudah penerapan *branchless banking*, terdapat perbedaan yang signifikan pada *Return On Equity* (ROE) BNI sebelum dan sesudah penerapan *branchless banking*.

Kata-Kata Kunci: *Branchless Banking, BOPO, ROA, ROE, Paired Sample t-Test.*

¹ Ina Nur Afni Tanjung, ina.nurafnitanjung.ak18@mhs.pnj.ac.id, ² Novitasari, novitasari@akuntansi.pnj.ac.id

PENDAHULUAN

Transformasi digital yang telah memasuki dunia perbankan membuat nasabah lebih suka bertransaksi melalui perbankan digital. Sehingga mengakibatkan beberapa kantor cabang bank umum ditutup. Maka penerapan *Branchless banking* merupakan sesuatu yang sangat efektif untuk diterapkan pada masa digitalisasi. Keberadaan *branchless banking* dapat mengurangi biaya operasional karena bank tidak harus mengeluarkan biaya yang besar untuk membuka cabang atau memasang ATM, dan mengurangi beban biaya tenaga kerja.

Tabel 1. Jumlah BOPO, ROA, ROE BNI Tahun 2010 - 2021

TAHUN	BOPO	ROA	ROE
2010	75,99	2,49	24,7
2011	72,58	2,94	20,06
2012	70,99	2,92	19,99
2013	67,12	3,36	22,47
2014	69,78	3,49	23,64
2015	75,48	2,64	17,21
2016	73,59	2,69	15,54
2017	70,99	2,75	15,6
2018	70,15	2,78	16,1
2019	73,16	2,42	14
2020	93,31	0,54	2,86
2021	81,2	1,4	10,4

Sumber: www.bni.co.id (data diolah)

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa setelah diterapkan *branchless banking* rasio BOPO pada bank BNI setiap tahunnya mengalami perubahan, yaitu terus mengalami penurunan dari tahun 2016 sampai tahun 2018 sedangkan pada tahun 2018 hingga 2020 rasio BOPO mengalami kenaikan hingga akhirnya kembali mengalami penurunan pada tahun 2021. Hasil yang diharapkan seharusnya BOPO mengalami penurunan ketika sudah diterapkan *branchless banking* tetapi fenomena yang dijumpai pada BNI tahun 2018 hingga 2020 nilai BOPO mengalami peningkatan padahal pada tahun tersebut sudah diterapkan *branchless banking*. Dari data yang sudah didapat bahwa setiap tahun ROA dan ROE mengalami perubahan. Hasil yang diharapkan seharusnya ROA dan ROE mengalami peningkatan ketika sudah diterapkan *Branchless banking* tetapi fenomena yang dijumpai pada BNI ternyata nilai ROA dan ROE mengalami penurunan dari tahun 2018 sampai 2020. Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dipaparkan, maka perlu dilakukan penelitian lanjutan mengenai “Analisis Perbandingan Efisiensi Biaya Operasional (BOPO), *Return On Asset* (ROA), Dan *Return On Equity* (ROE) Sebelum dan Sesudah Penerapan Branchless Banking Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk”

Berdasarkan latar belakang diatas, maka pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara BOPO sebelum dan sesudah penerapan *Branchless banking* pada PT. Bank Negara Indonesia?
2. Apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara ROA sebelum dan sesudah penerapan *Branchless banking* pada PT. Bank Negara Indonesia?
3. Apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara ROE sebelum dan sesudah penerapan *Branchless banking* pada PT. Bank Negara Indonesia?

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah diuraikan diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara BOPO sebelum dan sesudah penerapan *Branchless banking* pada Bank BNI.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara ROA sebelum dan sesudah penerapan *Branchless banking* pada Bank BNI.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara ROE sebelum dan sesudah penerapan *Branchless banking* pada Bank BNI.

TINJAUAN PUSTAKA

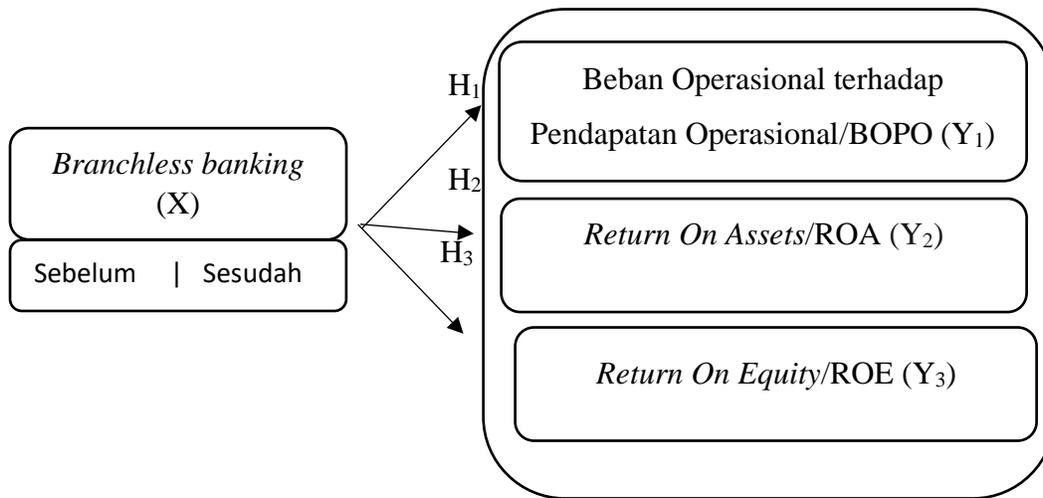
Menurut Jaya (2017:21) *branchless banking* merupakan suatu layanan yang dilakukan oleh bank yang kegiatannya dilakukan diluar cabang bank dengan bantuan pihak yang disebut agen yang pelaksanaannya memanfaatkan teknologi informasi seperti telepon untuk melayani masyarakat melakukan transaksi keuangan di segmen bank dan non bank. Dalam kegiatan *branchless banking* diperlukan agen dimana agen tersebut merupakan Pihak (perorangan dan/atau badan hukum) yang bekerjasama dengan bank penyelenggara *branchless banking* dan memiliki tugas untuk menyediakan layanan perbankan dan layanan keuangan lainnya sesuai yang telah dikatakan pemerintah kepada masyarakat dalam rangka mencapai keuangan inklusif di Indonesia.

Rasio BOPO (Beban Operasional terhadap Pendapatan Operasional) adalah suatu rasio yang digunakan untuk membandingkan beban operasional terhadap pendapatan operasioanl dalam pengukuran tingkat efisiensi perbankan dalam melakukan kegiatan operasi bank tersebut (Rivai, 2013:480). Semakin rendah rasio BOPO maka semakin baik, artinya kinerja manajemen bank yang bersangkutan telah berjalan baik dan kegiatan operasionalnya sudah efisien.

Menurut Kasmir (2014:201), *Return on Asset* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur profitabilitas bank, rasio ini memperlihatkan seberapa banyak laba yang bisa diperoleh dari semua aktiva yang dimiliki bank. Semakin besar ROA (*Return On Asset*) maka semakin besar pula profitabilitas atau tingkat keuntungan yang didapatkan oleh bank dan semakin baik pula posisi bank yang bersangkutan dari sisi penggunaan asset sehingga kemungkinan bank dalam keadaan bermasalah semakin kecil.

Menurut Kasmir (2014), *Return On Equity* (ROE) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kinerja keuangan bank yang dapat diukur dengan membandingkan laba bersih dengan modal inti bank. Semakin tinggi rasio ROE (*Return On Equity*) maka semakin sehat kinerja

keuangan bank. Apabila terjadi kenaikan rasio, artinya terjadi kenaikan laba bersih dari bank bersangkutan (Sarah, 2015).



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Sumber : data diolah, 2022

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

1. *Beban Operasional Terhadap Pendapatan Operasional (BOPO)*
H₀: Tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada BOPO BNI sebelum dan sesudah penerapan *Branchless banking*.
H₁: Terdapat perbedaan yang signifikan pada BOPO BNI sebelum dan sesudah penerapan *Branchless banking*.
2. *Return On Asset (ROA)*
H₀: Tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada ROA BNI sebelum dan sesudah penerapan *Branchless banking*.
H₂: Terdapat perbedaan yang signifikan pada ROA BNI sebelum dan sesudah penerapan *Branchless banking*.
3. *Return On Equity (ROE)*
H₀: Tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada ROE BNI sebelum dan sesudah penerapan *Branchless banking*.
H₃: Terdapat perbedaan yang signifikan pada ROE BNI sebelum dan sesudah penerapan *Branchless banking*.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini yaitu penelitian komparatif. Pada penelitian ini *Branchless banking* merupakan variabel independen atau bebas (X), variabel independen merupakan variabel yang menjadi sebab terjadinya atau yang mempengaruhi variabel dependen. Adapun variable dependen

(Y) dalam penelitian ini yaitu Biaya Operasional terhadap Pendapatan Operasional (BOPO), *Return On Asset* (ROA), dan *Return On Equity* (ROE) dimana variable dependen merupakan variable yang menjadi akibat atau dipengaruhi oleh variable independent.

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah Beban Operasional terhadap Pendapatan Operasional (BOPO), *Return On Asset* (ROA), dan *Return On Equity* (ROE). Populasi dalam penelitian ini terdiri dari Beban Operasional Pendapatan Operasional (BOPO), *Return On Asset* (ROA), *Return On Equity* (ROE). Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Beban Operasional Pendapatan Operasional (BOPO), *Return On Asset* (ROA), *Return On Equity* (ROE) Bank Negara Indonesia tahun 2010-2021.

Jenis data dalam penelitian ini yaitu data sekunder. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah Beban Operasional Pendapatan Operasional (BOPO), *Return On Asset* (ROA), *Return On Equity* (ROE). Sumber data penelitian ini yaitu laporan keuangan per triwulan Bank Negara Indonesia yang dipublikasikan dengan periode tahunan yaitu dari tahun 2010-2021 yang diakses melalui *website* resmi BNI (www.bni.co.id). metode pengumpulan data yang digunakan adalah studi dokumentasi dan studi Pustaka.

Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis statistic deskriptif, dimana pada penelitian ini analisis statistic deskriptif yang digunakan adalah nilai rata-rata, nilai maksimum, dan nilai minimum pada variable-variabel penelitian pada saat sebelum dan sesudah penerapan *branchless banking*, serta standar deviasi dari masing-masing variable yang akan diteliti. Selanjutnya dilakukan uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov (K-S). Dimana terdapat dasar pengambilan keputusan untuk uji hipotesis yang akan digunakan selanjutnya, yaitu jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data terdistribusi tidak normal dan uji hipotesis yang digunakan adalah Wilcoxon signed rank test. Sedangkan apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka data terdistribusi normal dan uji hipotesis yang digunakan adalah paired sample t-test. Pada penelitian ini, uji hipotesis yang digunakan yaitu paired sample t-test. Dengan dasar pengambilan keputusan, apabila probabilitas (Sig) $< 0,05$ maka H_0 ditolak (H_a diterima) artinya terdapat perbedaan, sedangkan jika probabilitas (.Sig) $> 0,05$ maka H_0 diterima artinya tidak terdapat perbedaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif BOPO Sebelum dan Sesudah *Branchless Banking*

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
BOPO_Sebelum	24	66.69	87.41	72.4575	4.74472
BOPO_Sesudah	24	68.60	93.31	75.4412	6.55058
Valid N (listwise)	24				

Sumber : Hasil output SPSS versi 28.0.1.1

Berdasarkan analisis statistik deskriptif pada variabel BOPO, dapat dilihat bahwa nilai minimum BOPO pada saat belum diterapkan *branchless banking* yaitu sebesar 66,69% dan nilai

minimum BOPO pada saat sudah diterapkan *branchless banking* yaitu 68,60%. Nilai maksimum BOPO pada saat belum diterapkan *branchless banking* yaitu 87,41% dan nilai maksimum BOPO pada saat sudah diterapkan *branchless banking* yaitu 93,31%. Untuk nilai rata-rata BOPO mengalami peningkatan sebesar 2,98%, dimana sebelum *branchless banking* diterapkan nilai rata-rata BOPO sebesar 72,46% dan nilai rata-rata BOPO sesudah *branchless banking* diterapkan sebesar 75,44%. Hal tersebut menunjukkan bahwa BNI belum cukup efisien dalam mengelola biaya operasional dibanding dengan pendapatan operasional setelah penerapan *branchless banking*.

Tabel 3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif ROA Sebelum dan Sesudah *Branchless Banking*

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA_Sebelum	24	1.48	3.55	2.9092	.46864
ROA_Sesudah	24	.54	3.03	2.2408	.70303
Valid N (listwise)	24				

Sumber : Hasil output SPSS versi 28.0.1.1

Berdasarkan analisis statistik deskriptif pada variabel ROA, dapat dilihat bahwa pada saat belum diterapkan *branchless banking* yaitu sebesar 1,48% dan nilai minimum ROA pada saat sudah diterapkan *branchless banking* yaitu 0,54%. Nilai maksimum ROA pada saat belum diterapkan *branchless banking* yaitu 3,55% dan nilai maksimum ROA pada saat sudah diterapkan *branchless banking* yaitu 3,03%. Untuk nilai rata-rata ROA mengalami penurunan sebesar 0,67%, dimana sebelum *branchless banking* diterapkan nilai rata-rata ROA sebesar 2,91% dan nilai rata-rata ROA sesudah *branchless banking* diterapkan sebesar 2,24%. Penurunan nilai ROA tersebut menunjukkan bahwa BNI belum efektif dalam mengelola harta dalam menghasilkan laba.

Tabel 4 Hasil Analisis Statistik Deskriptif ROE Sebelum dan Sesudah *Branchless Banking*

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROE_Sebelum	24	9.54	25.41	20.6521	3.54596
ROE_Sesudah	24	2.86	17.89	13.4508	3.89709
Valid N (listwise)	24				

Sumber : Hasil output SPSS versi 28.0.1.1

Berdasarkan analisis statistik deskriptif pada variabel ROE, dapat dilihat bahwa nilai minimum ROE pada saat belum diterapkan *branchless banking* yaitu sebesar 9,54% dan nilai minimum ROE pada saat sudah diterapkan *branchless banking* yaitu 2,86%. Nilai maksimum ROE pada saat belum diterapkan *branchless banking* yaitu 25,41% dan nilai maksimum ROE pada saat sudah diterapkan *branchless banking* yaitu 17,89%. Untuk nilai rata-rata ROE mengalami penurunan sebesar 7,2%, dimana sebelum *branchless banking* diterapkan nilai rata-rata ROA sebesar 20,65% dan nilai rata-rata ROE sesudah *branchless banking* diterapkan sebesar 13,45%.

Standar deviasi ROE mengalami kenaikan sebesar 0,34%. Sebelum penerapan *branchless banking* standar deviasi ROE sebesar 3,54% sedangkan sesudah *branchless banking* sebesar 3,90%.

Uji Normalitas

Tabel 5 Hasil uji Kolmogorov-Smirnov test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		48	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	.27776924	
Most Extreme Differences	Absolute	.112	
	Positive	.078	
	Negative	-.112	
Test Statistic		.112	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.179	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.133	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.124
		Upper Bound	.141

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber : Hasil output SPSS versi 28.0.1.1

Uji normalitas kolmogorov-smirnov menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,179 yang dapat dilihat pada baris *Asymp. Sig (2-tailed)* dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 artinya data terdistribusi normal. Maka dari itu uji yang akan dilakukan setelah diketahui bahwa data berdistribusi normal yaitu uji parametrik dengan uji t (*paired sample t-test*).

Paired Sample t-test

Tabel 6 Hasil *Paired sample t-test* BOPO

Paired Samples Test

		Paired Differences				t	df	Significance		
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference			One-Sided p	Two-Sided p	
					Lower	Upper				
Pair 1	BOPO_Sebelum - BOPO_Sesudah	-2.98375	7.50314	1.53157	-6.15205	.18455	-1.948	23	.032	.064

Sumber : Hasil output SPSS versi 28.0.1.1

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai t yang didapat sebesar -1,948 dengan nilai signifikan (*Two-Sided*) sebesar 0,064 dimana nilai signifikan tersebut lebih besar dari 0,05 yang artinya tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada BOPO sebelum dan sesudah penerapan *branchless banking* pada BNI. Ini artinya H₀ diterima dan H₁ ditolak. Nilai rata-rata BOPO mengalami peningkatan sebesar 2,98%. Nilai rata-rata BOPO yang meningkat tersebut dapat disebabkan karena bank belum mampu menekan beban operasionalnya. Hal ini bisa saja terjadi karena diawal pembukaan *branchless banking* bank harus mengeluarkan biaya operasional untuk membuka agen *branchless banking*, biaya untuk promosi, dan biaya untuk investasi dibidang

teknologi. Peningkatan beban operasional bank karena penerapan *branchless banking* dinilai tidak sebanding dengan pendapatan operasional yang didapatkan bank.

Tabel 7 Hasil Paired sample t-test ROA

		Paired Samples Test							Significance	
		Paired Differences								
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference		t	df	One-Sided p	Two-Sided p
					Lower	Upper				
Pair 1	ROA_Sebelum - ROA_Sesudah	.66833	.88327	.18030	.29536	1.04130	3.707	23	<.001	.001

Sumber : Hasil output SPSS versi 28.0.1.1

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai t yang didapat sebesar 3,707 dengan nilai signifikan (*Two-Sided*) sebesar 0,001 dimana nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 yang artinya terdapat perbedaan yang signifikan pada ROA sebelum dan sesudah penerapan *branchless banking* pada BNI. Ini artinya H_0 ditolak dan H_2 diterima. Nilai rata-rata ROA mengalami penurunan sebesar 0,67%. Penurunan tersebut dapat disebabkan oleh laba bersih yang belum cukup meningkat dibandingkan dengan sebelum diterapkan *branchless banking*. Oleh karena itu perlu dilakukan adanya promosi dan pengenalan lagi kepada masyarakat tentang adanya program *branchless banking* ini agar masyarakat dapat lebih mengetahui dan bersedia untuk menyimpan dananya di bank agar laba bank dapat meningkat.

Tabel 8 Hasil Paired sample t-test ROE

		Paired Samples Test							Significance	
		Paired Differences								
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference		t	df	One-Sided p	Two-Sided p
					Lower	Upper				
Pair 1	ROE_Sebelum - ROE_Sesudah	7.20125	5.23274	1.06813	4.99166	9.41084	6.742	23	<.001	<.001

Sumber : Hasil output SPSS versi 28.0.1.1

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai t yang didapat sebesar 6,742 dengan nilai signifikan (*Two-Sided*) sebesar kurang dari 0,001 dimana nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 yang artinya terdapat perbedaan yang signifikan pada ROE sebelum dan sesudah penerapan *branchless banking* pada BNI. Ini artinya H_0 ditolak dan H_3 diterima. Nilai rata-rata ROE yang menurun dapat disebabkan karena laba bersih yang diterima bank rendah karena melambatnya pertumbuhan kredit di BNI.

Beban Operasional Terhadap Pendapatan Operasional (BOPO) Sebelum dan Sesudah Penerapan *Branchless Banking*

Berdasarkan hasil uji *paired sample t-test* BOPO dapat diketahui bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada BOPO BNI sebelum dan sesudah penerapan *Branchless banking*.

Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan sebesar 0,064 dimana nilai signifikan tersebut lebih besar dari 0,05. Maka dari itu artinya H_1 ditolak dan H_0 diterima. Nilai rata-rata BOPO sebelum penerapan *branchless banking* 72,46% dan nilai rata-rata BOPO sesudah penerapan *branchless banking* sebesar 75,44%. Artinya, nilai rata-rata BOPO mengalami peningkatan sebesar 2,98%. Nilai rata-rata BOPO yang meningkat tersebut dapat disebabkan karena bank belum mampu menekan beban operasionalnya. Hal ini bisa saja terjadi karena diawal pembukaan *branchless banking* bank harus mengeluarkan biaya operasional untuk membuka agen *branchless banking*, biaya untuk promosi, dan biaya untuk investasi dibidang teknologi. Peningkatan beban operasional bank karena penerapan *branchless banking* dinilai tidak sebanding dengan pendapatan operasional yang didapatkan bank.

Hasil penelitian ini memiliki kesamaan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Retno & Dikdik (2019) mengenai Analisis Perbandingan Tingkat Kesehatan Bank Sebelum dan Sesudah Penerapan Program Laku Pandai. Penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan dari variable ROA, BOPO, FDR pada saat sebelum dan sesudah penerapan program laku pandai.

Return On Asset (ROA) Sebelum dan Sesudah Penerapan Branchless Banking

Berdasarkan hasil uji *paired sample t-test* ROA dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pada ROA BNI sebelum dan sesudah penerapan *Branchless banking*. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan sebesar 0,001 dimana nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05. Maka dari itu artinya H_2 diterima dan H_0 ditolak. Nilai rata-rata ROA sebelum penerapan *branchless banking* sebesar 2,91% dan nilai rata-rata ROA sesudah penerapan *branchless banking* sebesar 2,24%. Artinya rata-rata ROA mengalami penurunan sebesar 0,67%. Penurunan tersebut dapat disebabkan oleh laba bersih yang belum cukup meningkat dibandingkan dengan sebelum diterapkan *branchless banking*. Oleh karena itu perlu dilakukan adanya promosi dan pengenalan lagi kepada masyarakat tentang adanya program *branchless banking* ini agar masyarakat dapat lebih mengetahui dan bersedia untuk menyimpan dananya di bank agar laba bank dapat meningkat.

Hasil penelitian ini memiliki kesamaan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hidayati Sarah (2015) mengenai Dampak *Branchless banking* Terhadap Kinerja Keuangan PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. Penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa CAR, ROA, dan BOPO berbeda secara signifikan sebelum dan sesudah Branchless Banking, sedangkan FDR tidak berbeda secara signifikan.

Return On Equity (ROE) Sebelum dan Sesudah Penerapan Branchless Banking

Berdasarkan hasil uji *paired sample t-test* ROE dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pada ROE BNI sebelum dan sesudah penerapan *Branchless banking*. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan sebesar kurang dari 0,001 dimana nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05. Maka dari itu artinya H_3 diterima dan H_0 ditolak. Nilai rata-rata ROE sebelum penerapan *branchless banking* sebesar 20,65% dan nilai rata-rata ROE sesudah penerapan *branchless banking* sebesar 17,89%. Artinya rata-rata ROE mengalami penurunan sebesar 7,2%. Nilai rata-rata ROE yang menurun dapat disebabkan karena laba bersih yang diterima bank rendah karena melambatnya pertumbuhan kredit di BNI.

Hasil penelitian ini memiliki kesamaan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sarah (2015) yang menunjukkan bahwa ROE yang merupakan variable dari penelitiannya memiliki perbedaan yang signifikan pada saat sudah diterapkan *branchless banking*.

KESIMPULAN

1. Tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada Beban Operasional Terhadap Pendapatan Operasional (BOPO) BNI sebelum dan sesudah penerapan *Branchless banking*. Nilai rata-rata BOPO mengalami peningkatan sebesar 2,98% setelah diterapkannya *branchless banking*.
2. Terdapat perbedaan yang signifikan pada *Return On Asset (ROA)* BNI sebelum dan sesudah penerapan *Branchless banking*. Nilai rata-rata ROA mengalami penurunan sebesar 0,67% setelah diterapkannya *branchless banking*.
3. Terdapat perbedaan yang signifikan pada *Return On Equity (ROE)* BNI sebelum dan sesudah penerapan *Branchless banking*. Nilai rata-rata ROE mengalami penurunan sebesar 7,2% setelah diterapkannya *branchless banking*.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. (2014). Booklet Keuangan Inklusif. Jakarta. Departemen Pengembangan Akses Keuangan dan UMKM.
- Dzombo, G. K., Kilika, J. M., & Maingi, J. (2017). The effect of branchless banking strategy on the financial performance of commercial banks in Kenya. *International Journal of Financial Research*, 8(4), 167-183.
- Hakiim, N., & Rafsanjani, H. (2016). Pengaruh internal capital adequacy ratio (CAR), financing to deposit ratio (FDR), dan biaya operasional per pendapatan operasional (BOPO) dalam peningkatan profitabilitas industri bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 14(1), 161-168.
- Harun, U. (2016). Pengaruh Ratio-ratio Keuangan Car, Ldr, Nim, Bopo, Npl Terhadap Roa. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 4(1), 67-82.
- Insiroh, R., Prasetyoningrum, A. K., & Afendi, A. (2021). Analisis Perbandingan Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga dan Profitabilitas Sebelum dan Sesudah Penerapan Program Laku Pandai pada BRI Syariah KCP Pati Jawa Tengah. *Indonesian Journal of Applied Accounting and Finance*, 1(1), 17-31.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2015). Seputar Informasi Mengenai Layanan Keuangan Tanpa Kantor dalam Rangka Keuangan Inklusif (Laku Pandai). Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Sarah, H. (2015). Dampak branchless banking terhadap kinerja keuangan PT bank muamalat indonesia Tbk. *Al-Muzara'ah*, 3(2), 136-157.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D. Bandung: CV Alfabeta

Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan Sektor Perbankan yang termasuk dalam ASEAN Asset Class

Nurvita Dita Ramayani¹⁾, Ida Syafrida²⁾

¹⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, nurvita.ditaramayani.ak18@mhs.pnj.ac.id, Jl. Prof. Dr. G.A. Siwabessy, 16425, Depok, Indonesia

²⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, ida.syafrida@akuntansi.pnj.ac.id, Jl. Prof. Dr. G.A. Siwabessy, 16425, Depok, Indonesia

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of good corporate governance (GCG) on firm value. Firm value in this study is measured by the ratio of Price Book Value (PBV). Good corporate governance in this study is proxied by managerial ownership, institutional ownership, independent commissioners, and audit committees. The number of samples used are seven banking sector companies that are included in the ASEAN Asset Class for the 2019-2021 research year. Sample selection using purposive sampling method. This study uses secondary data. The data comes from the company's quarterly financial reports which have been officially published. This research uses panel data regression analysis method. The results of the research conducted are managerial ownership has no effect on firm value. Institutional ownership has a significant effect on firm value. Independent commissioners have no effect on firm value. The Audit Committee has a significant effect on firm value. GCG simultaneously has a significant effect on firm value.

Keywords: *firm value; good corporate governance; managerial ownership; institutional ownership; independent commissioner; audit committee*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *good corporate governance* (GCG) terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan pada penelitian ini diukur dengan rasio *Price Book Value* (PBV). *Good corporate governance* pada penelitian ini diproksikan dengan kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, komisaris independen, dan komite audit. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak tujuh perusahaan sektor perbankan yang termasuk dalam ASEAN Asset Class tahun penelitian 2019-2021. Pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan data sekunder. Data berasal dari laporan keuangan triwulan perusahaan yang telah dipublikasikan secara resmi. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi data panel. Hasil dari penelitian yang dilakukan adalah kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Komisaris independen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Komite Audit berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. GCG secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata-Kata Kunci: nilai perusahaan; *good corporate governance*; kepemilikan manajerial; kepemilikan institusional; komisaris independent; komite audit

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada tahun 2020, diketahui terjadi penurunan saham sektor *finance* khususnya indeks harga saham perbankan sebesar 5,93% yang disebabkan oleh wabah yang terjadi secara global, diketahui penurunan ini diakibatkan oleh penurunan kinerja yang terjadi karena adanya pembaruan kebijakan dan perubahan tata kelola yang dilakukan dalam merespon situasi yang terjadi. Di tahun yang sama, hasil riset *Corporate Governance Watch* yang diselenggarakan oleh *Asian Corporate Governance Association* (ACGA) setiap dua tahun sekali, mengatakan bahwa negara Indonesia menjadi negara dengan peringkat terakhir di antara 12 negara riset lainnya dalam kualitas tata kelola makro pasar di negara kawasan Asia-Pasifik. Selain itu, Indonesia juga mengalami penurunan *score* pada hasil riset sebesar 0,4%, dan menjadikan Indonesia sebagai satu-satunya negara yang mengalami penurunan nilai di tahun tersebut.

Menanggapi hal tersebut, pemerintah Indonesia kembali menekankan pentingnya pengimplementasian *Good Corporate Governance* (GCG) dalam suatu perusahaan, hal tersebut dikemukakan oleh Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, Airlangga Hartono dalam siaran pers resmi yang mengatakan bahwa perusahaan harus mampu merespon perubahan-perubahan yang terjadi dengan cepat dan menekan kembali kebutuhan terhadap GCG sebagai pondasi utama dalam mengambil keputusan yang lebih baik untuk keberlanjutan bisnis dan upaya menarik investasi (ekon.go.id).

Pengimplementasian GCG juga diatur pada perusahaan perbankan yang dalam melakukan kegiatan usahanya sangat bergantung pada kepercayaan masyarakat, dimana fungsi utama bank adalah sebagai lembaga yang menghimpun dana masyarakat dan menyalurkannya kembali dalam bentuk kredit dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pemerataan pembangunan (Simatupang, 2019). Namun demikian, pada tahun 2019 terdapat 10 emiten Indonesia yang berhasil masuk ke dalam kategori *ASEAN Asset Class*, yaitu perusahaan dengan kapitalisasi pasar terbesar di masing-masing negara di ASEAN. Penilaian tersebut dilakukan berdasarkan kriteria penilaian *ASEAN Corporate Governance Scorecard* (ACGS) yang bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan investor global atas kualitas perusahaan di regional ASEAN. Dari 10 emiten yang termasuk dalam kategori *ASEAN Asset Class*, tujuh diantaranya merupakan perusahaan yang bergerak di sektor keuangan perbankan.

Oleh karena itu, peneliti ingin kembali memastikan mengenai pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan yang selanjutnya, pada kajian ini akan mengukur GCG dengan menggunakan parameter mekanisme GCG secara internal yaitu kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, komisaris independen, dan komite audit, dengan perusahaan sektor perbankan yang termasuk dalam *ASEAN Asset Class* sebagai objek penelitian. Penelitian ini juga dilakukan karena belum adanya hasil yang konsisten dari penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya terkait dengan pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Perdana dan Raharja (2014) yang mengatakan bahwa GCG berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Putra dan Kurniawati (2017) mengatakan bahwa GCG tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Permasalahan

Adapun permasalahan yang mendasari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kepemilikan manajerial secara parsial terhadap nilai perusahaan perbankan yang termasuk dalam *ASEAN Asset Class*?
2. Bagaimana pengaruh kepemilikan institusional secara parsial terhadap nilai perusahaan perbankan yang termasuk dalam *ASEAN Asset Class*?

3. Bagaimana pengaruh komisaris independen secara parsial terhadap nilai perusahaan perbankan yang termasuk dalam ASEAN *Asset Class*?
4. Bagaimana pengaruh komite audit secara parsial terhadap nilai perusahaan perbankan yang termasuk dalam ASEAN *Asset Class*?
5. Bagaimana pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan perbankan yang termasuk dalam ASEAN *Asset Class*?

Tujuan

Bertolak belakang dari permasalahan yang telah diuraikan, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh kepemilikan manajerial secara parsial terhadap nilai perusahaan perbankan yang termasuk dalam ASEAN *Asset Class*.
2. Mengetahui pengaruh kepemilikan institusional secara parsial terhadap nilai perusahaan perbankan yang termasuk dalam ASEAN *Asset Class*.
3. Mengetahui pengaruh komisaris independen secara parsial terhadap nilai perusahaan perbankan yang termasuk dalam ASEAN *Asset Class*.
4. Mengetahui pengaruh komite audit secara parsial terhadap nilai perusahaan perbankan yang termasuk dalam ASEAN *Asset Class*.
5. Mengetahui pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan perbankan yang termasuk dalam ASEAN *Asset Class*.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Keagenan adalah teori yang dikembangkan oleh Jensen dan Meckling (1976) karena adanya pemisahan fungsi antara manajer sebagai pihak pengendali (*agent*) dan investor sebagai pemilik perusahaan (*principal*) dengan pemberian kewenangan kepada manajer sebagai pengelola untuk mengurus keberlangsungan perusahaan dan mengambil keputusan atas nama pemilik perusahaan. Hal tersebut dinilai dapat menimbulkan risiko konflik keagenan karena adanya perbedaan atau ketidaksesuaian antara pihak dan berdampak pada timbulnya biaya keagenan (*agent cost*). Sehingga, diperlukan adanya pengawasan terhadap setiap tindakan manajer yang dilakukan menggunakan sistem pelaporan untuk mengurangi ketidakpastian besaran risiko yang akan dihadapi (Riady,2017).

Nilai perusahaan merupakan nilai jual perusahaan atau nilai tumbuh bagi pemegang saham, dan menjadi persepsi dari para investor terhadap nilai perusahaan yang tercermin pada harga saham perusahaan tersebut. Semakin tinggi harga saham membuat nilai jual perusahaan tersebut juga tinggi, yang berarti perusahaan dinilai mampu dalam melakukan pengelolaan pendanaannya (Retno dan Priantinah,2012).

Berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan nomor 29/POJK.05/2020, Tata Kelola Perusahaan merupakan struktur dan proses yang digunakan dan diterapkan organ perusahaan untuk meningkatkan pencapaian hasil usaha dan mengoptimalkan nilai perusahaan bagi seluruh pemangku kepentingan secara akuntabel dan berlandaskan peraturan perundang-undangan serta nilai-nilai etika.

ASEAN *Asset Class* merupakan kategori yang digunakan untuk perusahaan dengan kapitalisasi pasar terbesar di masing-masing negara di kawasan ASEAN yang menunjukkan bahwa level praktik dan pengungkapan tata kelola yang baik lebih dipengaruhi oleh sikap manajemen puncak. Penilaian ini dilakukan berdasarkan kriteria ASEAN ACGS terhadap tata kelola perusahaan dalam rencana pengimplementasian ASEAN *Capital Market Forum* (ACMF) yang bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan investor global atas kualitas perusahaan di regional ASEAN.

Berdasarkan kriteria ACGS, aspek yang dijadikan penilaian berdasarkan prinsip yang dikembangkan oleh *Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD) adalah hak pemegang saham, perlakuan yang adil terhadap pemegang saham, peran pemangku kepentingan, pengungkapan dan transparansi, serta tanggung jawab dewan komisaris dan direksi.

Hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah:

H₁: Kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₂: Kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₃: Komisaris Independen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₄: Komite Audit berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₅: *Good Corporate Governance* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah perusahaan emiten Indonesia yang termasuk dalam kategori *ASEAN Asset Class*, dengan *purposive sampling* sebagai metode pengambilan sampel. Adapun kriteria yang digunakan adalah: (1) Perusahaan Indonesia yang termasuk dalam kategori *ASEAN Asset Class*. (2) Perusahaan bergerak di sektor perbankan. (3) Perusahaan telah menerbitkan laporan keuangan per triwulan tahun 2019-2021. Data yang digunakan pada penelitian ini bersifat sekunder, dengan sumber data yaitu laporan keuangan triwulan perusahaan yang bersangkutan dari tahun 2019-2021.

Variabel dependen nilai perusahaan pada penelitian ini akan diukur dengan rasio *Price Book Value* (PBV).

$$PBV = \frac{\text{Harga pasar per lembar saham}}{\text{Nilai buku per lembar saham}}$$

Variabel GCG pada penelitian ini akan diukur dengan mekanisme GCG secara internal, yaitu:

Kepemilikan manajerial adalah besaran yang dimiliki oleh para manajer yang secara aktif berperan dalam pengambilan keputusan, dapat diukur dengan:

$$KM = \frac{\text{Jumlah saham yang dimiliki manajemen}}{\text{Total saham beredar}}$$

Kepemilikan institusional adalah besaran yang dimiliki oleh pemerintah, institusi luar negeri, ataupun institusi berbadan hukum lainnya terhadap suatu perusahaan, dapat diukur dengan:

$$KIL = \frac{\text{Jumlah saham yang dimiliki institusional}}{\text{Total saham beredar}}$$

Komisaris independen adalah anggota dengan komisaris yang tidak terlibat dengan kegiatan keuangan, kepengurusan, kepemilikan saham dan/atau hubungan keluarga dengan anggota dewan komisaris lainnya yang dapat mempengaruhi kemampuan untuk bertindak independen, komisaris independen dapat diukur dengan:

$$KI = \frac{\text{Jumlah komisaris independen}}{\text{Jumlah dewan komisaris}}$$

Komite audit adalah komite yang dibentuk untuk melakukan pengawasan terhadap pengelolaan kegiatan perusahaan oleh dewan komisaris dan menjadi jembatan penghubung antara manajemen perusahaan dan dewan komisaris, dapat diukur dengan:

$$KA = \sum \text{Komite Audit}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji statistik deskriptif dari masing-masing variabel terdapat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

	Nilai Perusahaan	Kepemilikan Manajerial	Kepemilikan Institusional	Komisaris Independen	Komite Audit
<i>Mean</i>	1.183992	0.000386	0.733271	0.541653	4.773810
<i>Median</i>	0.941155	0.000155	0.600000	0.500000	4.000000
<i>Maximum</i>	2.843840	0.001940	0.987120	0.700000	10.000000
<i>Minimum</i>	0.386120	0.000000	0.531880	0.428570	2.000000
<i>St. Dev.</i>	0.619493	0.000606	0.182215	0.050519	1.832446
<i>Observation</i>	84	84	84	84	84

Tabel 1 menunjukkan hasil uji statistik deskriptif yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa:

1. PBV (Y)

Nilai terendah sebesar 0,386 dimiliki oleh Bank CIMB tahun 2020 triwulan pertama, nilai tertinggi sebesar 2,844 dimiliki oleh Bank BRI tahun 2019 triwulan kedua, dengan nilai rata-rata variabel sebesar 1,184.

2. KM (X1)

Nilai terendah sebesar 0,000 dimiliki oleh Bank Permata dan Bank Maybank, nilai tertinggi sebesar 0,00194 dimiliki oleh Bank BCA tahun 2019 triwulan pertama, dengan nilai rata-rata variabel sebesar 0,000386.

3. KIL (X2)

Nilai terendah sebesar 0,532 dimiliki oleh Bank BRI tahun 2021 triwulan keempat, nilai tertinggi sebesar 0,987 dimiliki oleh Bank Permata, dengan nilai rata-rata variabel sebesar 0,733.

4. KI (X3)

Nilai terendah sebesar 0,429 dimiliki oleh Bank CIMB tahun 2021 triwulan keempat, nilai tertinggi sebesar 0,700 dimiliki oleh Bank BRI tahun 2021 triwulan keempat, dengan nilai rata-rata variabel sebesar 0,542.

5. KA (X4)

Nilai terendah sebesar 2,000 dimiliki oleh Bank BTN tahun 2019 triwulan keempat, nilai tertinggi sebesar 10,000 dimiliki oleh Bank BRI tahun 2021 triwulan pertama, dengan nilai rata-rata variabel sebesar 4,774.

Uji estimasi model panel yang dilakukan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Uji Chow

Uji Chow adalah uji yang dilakukan untuk menentukan antara *Common Effect Model* dan *Fixed Effect Model*. Jika nilai probabilitas > 0,05 maka CEM terpilih, jika nilai probabilitas < 0,05 maka model FEM terpilih.

Tabel 2. Hasil Uji Chow

<i>Effect Test</i>	<i>Statistic</i>	<i>d.f.</i>	<i>Prob.</i>
<i>Cross-section Chi-Square</i>	127.111601	6	0.0000

Dari Tabel 2 diketahui bahwa nilai probabilitas berada di bawah 0,05. Maka model yang terpilih adalah *Fixed Effect Model* (FEM).

2. Uji Hausman

Uji Hausman adalah uji yang dilakukan untuk menentukan antara *Fixed Effect Model* dan *Random Effect Model*. Jika nilai probabilitas > 0,05 maka REM terpilih, jika nilai probabilitas < 0,05 maka model FEM terpilih.

Tabel 3. Hasil Uji Hausman

<i>Test Summary</i>	<i>Chi-Sq. Statistic</i>	<i>Chi-Sq. d.f.</i>	<i>Prob.</i>
<i>Cross-section random</i>	17.726008	4	0.0014

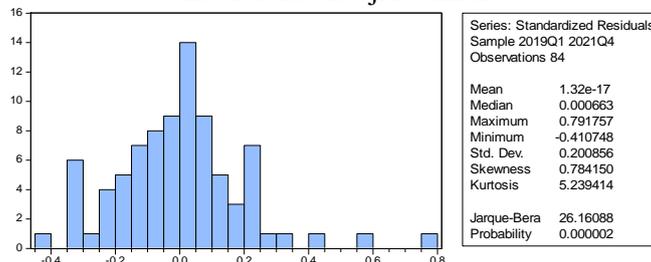
Dari Tabel 3 diketahui bahwa nilai probabilitas berada di bawah 0,05. Maka model yang terpilih adalah *Fixed Effect Model* (FEM).

Uji asumsi klasik pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Berikut adalah hasil dari uji normalitas yang telah dilakukan:

Gambar 1. Hasil Uji Normalitas



Berdasarkan uji normalitas yang telah dilakukan, diketahui nilai probabilitas sebesar 0,000002, maka diketahui bahwa data tidak terdistribusi secara normal. Namun, dikarenakan model yang digunakan termasuk kedalam pendekatan *Ordinary Least Squared* (OLS), sehingga uji normalitas tidak wajib dilakukan karena tidak termasuk dalam syarat BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*).

2. Uji Multikolinieritas

Hasil uji multikolinieritas yang dilakukan dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

	X1	X2	X3	X4
X1	1.000000	-0.463551	0.462894	-0.355109
X2	-0.463551	1.000000	-0.423648	-0.415253
X3	0.462894	-0.423648	1.000000	0.181863
X4	-0.355109	-0.415253	0.181863	1.000000

Dari Tabel 4, dapat dilihat jika tidak ada nilai yang menunjukkan angka > 0,8 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada korelasi yang tinggi antara variabel independen yang digunakan.

3. Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas terdapat pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey

<i>F-statistic</i>	0.879440	<i>Prob.F (4,79)</i>	0.4802
<i>Obs*R-squared</i>	3.580948	<i>Prob. Chi-Square (4)</i>	0.4657

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada Tabel 5, dapat diketahui bahwa nilai probabilitas *Chi-squared* sebesar 0.4657, dimana nilai tersebut lebih besar dari 0.05 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa data tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.

Berdasarkan hasil dari pemilihan model regresi yang telah dilakukan, maka diketahui bahwa *fixed effect model* (FEM) merupakan model yang terpilih setelah melakukan Uji *Hausman*. Berikut ini merupakan model regresi data panel menggunakan *fixed effect model*:

Tabel 6. *Fixed Effect Model*

<i>Variable</i>	<i>Coefficient</i>	<i>T-statistic</i>	<i>Prob.</i>
C	-1.508638	-1.540763	0.1277
X1	-361.6420	-0.817359	0.4164
X2	3.599343	2.745030	0.0076
X3	0.845258	0.973354	0.3336
X4	-0.055477	-1.927716	0.0578

Dari Tabel 6, hasil persamaan model di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi data panel:

$$Y = -1,508638 - 361,6420X_1 + 3,599343X_2 + 0,845258X_3 - 0,055477X_4$$

Dari persamaan regresi, masing-masing variabel dapat disimpulkan:

1. Nilai koefisien konstanta pada persamaan regresi sebesar -1,508638 yang berarti bahwa jika nilai kepemilikan manajerial (X1), kepemilikan institusional (X2), komisaris independen (X3), dan komite audit (X4) adalah 0, maka besaran nilai perusahaan (Y) sebesar -1,508638 satuan.
2. Variabel kepemilikan manajerial (X1) memiliki koefisien negatif sebesar -361,6420, artinya setiap X1 mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka nilai perusahaan (Y) mengalami peningkatan sebesar -361,6420 satuan dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Dengan demikian nilai perusahaan (Y) akan menjadi sebesar -363,150638.
3. Variabel kepemilikan institusional (X2) memiliki koefisien yang positif sebesar 3,599343, artinya setiap X2 mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka nilai perusahaan (Y) mengalami penurunan sebesar 3,599343 satuan dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Dengan demikian nilai perusahaan (Y) akan menjadi sebesar 2,090705.
4. Variabel komisaris independen (X3) memiliki koefisien positif sebesar 0,845258, artinya setiap X3 mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka nilai perusahaan (Y) mengalami penurunan sebesar 0,845258 satuan dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Dengan demikian nilai perusahaan (Y) akan menjadi sebesar -0,66338.
5. Variabel komite audit (X4) memiliki koefisien sebesar -0.055477, artinya setiap X4 mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka nilai perusahaan (Y) mengalami peningkatan sebesar -0.055477 satuan dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Dengan demikian nilai perusahaan (Y) akan menjadi sebesar -1,564115.

Uji Hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Uji T (Parsial)

Berikut adalah hasil dari uji t yang telah dilakukan:

Tabel 7. Fixed Effect Model

Variable	Coefficient	T-statistic	Prob.
C	-1.508638	-1.540763	0.1277
X1	-361.6420	-0.817359	0.4164
X2	3.599343	2.745030	0.0076
X3	0.845258	0.973354	0.3336
X4	-0.055477	-1.927716	0.0578

Berdasarkan Tabel 7, dapat diketahui bahwa besaran probabilitas variabel kepemilikan manajerial (X1) sebesar 0,4164 dengan nilai t hitung -0.817359 lebih besar dari -1,99045, dan variabel komisaris independen (X3) sebesar 0,3336 dengan nilai t hitung sebesar 0.973354 lebih kecil dari 1,99045. Oleh karena itu, kepemilikan manajerial dan komisaris independen, secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dikarenakan besaran besaran nilai probabilitas jauh diatas 0,05 dan nilai t-hitung melebihi ketentuan t-nilai t-tabel, sehingga hipotesis 1 dan hipotesis 3 ditolak. Variabel kepemilikan institusional (X2) memberikan hasil probabilitas sebesar 0.0076 dengan nilai t-hitung sebesar 2.74503 > 1,99045 dan hasil probabilitas komite audit (X4) sebesar 0,0578 dimana nilai tersebut mendekati tingkat signifikansi sebesar 0.05 dengan nilai t-hitung sebesar -1.927716 > -1,99045. Nilai koefisien kepemilikan institusional sebesar 3.599343, yang berarti bahwa variabel kepemilikan institusional berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Nilai koefisien yang didapatkan oleh komite audit sebesar -0,055477 yang berarti bahwa variabel komite audit berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, hipotesis 2 dan hipotesis 4 diterima.

2. Uji F (Simultan)

Berikut adalah hasil dari uji t yang telah dilakukan:

Tabel 8. Hasil Uji F

<i>R-squared</i>	0.894877
<i>Adjusted R-squared</i>	0.880476
<i>S.E. of regression</i>	0.214172
<i>Sum squared resid</i>	3.348491
<i>Log likelihood</i>	16.14606
<i>F-statistic</i>	62.14229
<i>Prob(F-statistic)</i>	0.000000

Berdasarkan hasil uji F pada Tabel 8 di atas, kepemilikan manajerial (X1), kepemilikan institusional (X2), komisaris independen (X3), dan komite audit (X4) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan yang dapat diketahui berdasarkan nilai probabilitas (*f-statistic*) sebesar 0,00000 yang dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, dan nilai f-hitung lebih besar dari f tabel yaitu $62.14229 > 2,72$. Dapat disimpulkan bahwa kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, komisaris independen, dan komite audit secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan di sektor perbankan yang termasuk dalam ASEAN Asset Class. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis lima diterima.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berikut adalah hasil dari uji t yang telah dilakukan:

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

<i>R-squared</i>	0.894877
<i>Adjusted R-squared</i>	0.880476
<i>S.E. of regression</i>	0.214172
<i>Sum squared resid</i>	3.348491
<i>Log likelihood</i>	16.14606
<i>F-statistic</i>	62.14229
<i>Prob(F-statistic)</i>	0.000000

Berdasarkan hasil dari uji yang dilakukan pada Tabel 9, dapat diketahui nilai *adjusted R-squared* sebesar 0.880476 dimana nilai tersebut lebih besar dari semakin mendekati satu, maka dapat disimpulkan bahwa kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, komisaris independen, dan komite audit berpengaruh sebesar 88,05%. Dengan demikian, diketahui bahwa sisa persentase sebesar 11,95% variabel yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan berada di luar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Berikut merupakan pembahasan dari hasil pengujian model:

1. Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan

Dari hasil Uji T yang dilakukan, kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan ditolak. Pada penelitian ini, diketahui rendahnya kepemilikan saham oleh manajerial yang ditunjukkan oleh statistik deskriptif dengan nilai rata-rata sebesar 0.000386 membuat pihak manajemen merasa belum bisa memiliki perusahaan karena tidak dapat merasakan keuntungan yang maksimal sehingga pihak manajemen akan berusaha untuk memaksimalkan kepentingannya sendiri, sehingga memicu terjadinya perbedaan antara tindakan yang dilakukan manajemen dengan apa yang diharapkan oleh para investor (*agency conflict*), sesuai dengan teori keagenan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putra dan Kurniawati (2017), Handayani (2017), dan Rahmawati (2021).

2. Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan

Dari hasil Uji T yang dilakukan, kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan diterima. Kepemilikan institusional menjadi salah satu variabel independen yang memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil

tersebut dapat diketahui bahwa kepemilikan institusional dianggap mampu untuk meminimalisir terjadinya konflik keagenan yang timbul antara manajer dan para pemegang saham. Dengan adanya kepemilikan yang tinggi dari suatu institusi terhadap suatu perusahaan dapat meningkatkan suara serta dorongan dalam melakukan pemantauan dan pengambilan keputusan yang dilakukan oleh para manajer dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan untuk kepentingan semua pihak seperti manajer, pemilik saham, dan pemangku kepentingan lainnya. Selain itu, dengan adanya tingkat pengawasan yang tinggi dari para pihak investor institusional akan mempengaruhi dan mengurangi perilaku oportunistik dari para manajer. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sukirni (2012), Handayani (2017), dan Nuryono (2019).

3. Pengaruh Komisaris Independen terhadap Nilai Perusahaan

Dari hasil uji hipotesis yang dilakukan, komisaris independen tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa hasil dari analisis tidak sesuai dengan hipotesis yang telah diajukan. Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui meskipun dewan komisaris independen merupakan mekanisme tertinggi dalam suatu sistem pengendalian internal dan bertanggung jawab atas pengawasan kebijakan manajemen puncak tidak mampu mempengaruhi nilai perusahaan tersebut. Hal ini dapat diakibatkan karena lemahnya efektivitas pengawasan dan kurangnya upaya dalam meningkatkan kualitas dari laporan keuangan. Lemahnya efektivitas pemantauan yang dilakukan terhadap manajemen akan menurunkan tingkat akuntabilitas dari dewan komisaris independen sehingga dinilai belum mampu dalam meminimalisir terjadinya konflik keagenan yang akan berdampak pada penurunan nilai perusahaan. Hasil ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati (2021), Pramesti (2018), dan Darmayanti (2016).

4. Pengaruh Komite Audit terhadap Nilai Perusahaan

Dari hasil uji t yang dilakukan pada penelitian ini, komite audit dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa hasil dari penelitian yang dilakukan sejalan dengan hipotesis yang telah dibuat. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui peran komite audit dalam meningkatkan pengawasan terhadap pelaporan keuangan yang telah dibuat oleh manajer dan peran dalam memastikan pertanggungjawaban perusahaan telah berjalan sesuai dengan ketentuan dan peraturan yang berlaku melalui pelaksanaan rapat komite audit dianggap mampu meningkatkan kualitas komite audit yang berdampak pada ketertarikan para investor dalam melakukan penanaman sahamnya sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Handayani (2017), Nyoman (2014), namun tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Putra dan Kurniawati (2017), yang menyatakan bahwa banyaknya komite audit tidak dapat mempengaruhi nilai suatu perusahaan.

5. Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan

Dari hasil uji f yang dilakukan pada penelitian ini, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, komisaris independen, dan komite audit dinyatakan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, hipotesis lima diterima. Pengambilan keputusan yang tepat yang dikarenakan pengimplementasian tata kelola perusahaan yang baik dinilai mampu meningkatkan laba perusahaan, meningkatkan harga saham pasar, dan menambah jumlah saham yang beredar sehingga akan berdampak pada nilai dari perusahaan itu sendiri. Hal ini dikarenakan jika mekanisme internal *corporate governance* terlaksana dengan baik, maka stabilitas dari perusahaan akan terjaga (Pramesti, 2020). Hasil ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Perdana dan Raharja (2014) dan penelitian Nuryono (2019).

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan implikasi bagi perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan pelaksanaan *good corporate governance* (GCG) karena dinilai mampu

mempengaruhi nilai perusahaan. Pada penelitian ini juga membuktikan bahwa tidak semua variabel internal GCG yang digunakan dalam penelitian ini mempengaruhi nilai perusahaan.

Dari data yang telah didapatkan diketahui bahwa kepemilikan manajerial dan nilai perusahaan berbanding terbalik sehingga apabila terjadi penurunan pada kepemilikan manajerial dapat meningkatkan nilai perusahaan meskipun tidak secara signifikan, dengan demikian diharapkan kepada para manajerial untuk lebih mengurangi proporsi kepemilikan sahamnya pada perusahaan, hal ini dapat dilakukan dengan mengalihkan sahamnya untuk dijual kepada investor publik atau investor institusional.

Dari data yang telah didapatkan diketahui bahwa komisaris independen dan nilai perusahaan berbanding lurus sehingga apabila terjadi peningkatan pada dewan komisaris independen maka akan menyebabkan kenaikan pada nilai perusahaan, dengan demikian diharapkan kepada perusahaan untuk lebih bijak dalam meningkatkan kualitas pengawasan terhadap kinerja manajerial perusahaan dibandingkan dengan memaksimalkan kuantitas dari komisaris independen itu sendiri.

Selain itu, diharapkan para investor serta seluruh pihak yang terlibat dapat menilai bagaimana tata kelola suatu perusahaan yang bisa tercermin dalam nilai perusahaan tersebut. Namun demikian, investor tetap harus mempertimbangkan hal-hal selain penerapan GCG di suatu perusahaan seperti kinerja perusahaan ataupun fluktuasi harga saham perusahaan.

Implikasi dari hasil penelitian ini terhadap regulator, diharapkan agar lebih memperhatikan penerapan GCG pada perusahaan di Indonesia, khususnya sektor keuangan perbankan yang berperan sebagai lembaga intermediasi keuangan yang krusial bagi perekonomian dan pembangunan nasional dengan membuat atau memperbaharui kebijakan-kebijakan terkait tata kelola dengan menyesuaikan perkembangan yang terjadi saat ini.

KESIMPULAN

Dari hasil pembahasan, dapat disimpulkan beberapa hal berikut:

1. Kepemilikan manajerial secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, kepemilikan saham yang dimiliki oleh para direksi menyebabkan manajer merasa belum bisa memiliki perusahaan karena tidak dapat merasakan keuntungan yang maksimal sehingga belum cukup mampu untuk memotivasi para manajer agar bertindak sesuai dengan keinginan *principal* (investor).
2. Kepemilikan institusional secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan yang berarti bahwa banyaknya saham yang dimiliki oleh suatu institusi dapat mempengaruhi nilai perusahaan karena dapat meningkatkan jumlah suara dan dukungan dalam melakukan pemantauan dan pengambilan keputusan yang dilakukan oleh para manajer dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan untuk kepentingan semua pemangku kepentingan.
3. Komisaris Independen secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan yang artinya lemahnya pengawasan dan pemantauan yang dilakukan oleh komisaris independen sebagai mekanisme tertinggi internal perusahaan akan menurunkan tingkat akuntabilitas dari dewan komisaris independen sehingga dinilai belum mampu dalam meminimalisir terjadinya konflik keagenan yang akan berdampak pada penurunan nilai perusahaan.
4. Komite Audit secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan yang berarti bahwa komite audit telah berhasil dalam melakukan perannya dalam pengawasan dan memastikan pertanggungjawaban perusahaan telah sesuai sehingga mampu meningkatkan kualitas komite audit yang berdampak pada ketertarikan para investor dalam melakukan penanaman sahamnya sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

5. Kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, komisaris independen, dan komite audit secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis lima diterima, karena setiap keputusan yang diambil dengan menerapkan mekanisme internal GCG dinilai akan memberi dampak pada nilai perusahaan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Handayani, B. D. (2017). Mekanisme Corporate Governance, Enterprise Risk Management, dan Nilai Perusahaan Perbankan. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 21, 70-81.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI. (2021, Mei 27). Pemerintah Tekankan Pentingnya Penerapan GCG untuk Keberlanjutan Bisnis dan Upaya Menarik Investasi. Diakses April 18, 2022.
- Meiryani. (2021, Agustus 13). Memahami Uji Chow Test dalam Eview. Diakses pada Juli 15, 2022.
- Nuryono, M., (2019). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Komisaris Independen, Komite Audit, serta Kualitas Audit pada Nilai Perusahaan. *Eduonomika Vol.3 No.1*
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan nomor 29/POJK.05/2020. Diakses April 18, 2022.
- Perdana, Sukma., & Raharja. (2014). Analisis Pengaruh Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan. *Diponegoro Journal of Accounting Vol.3 No. 3*
- Pramesti, Anindya. (2018). Pengaruh Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan di Bursa Efek Indonesia Studi pada Sektor Consumer Goods Periode 2013-2017. *Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbankan Vol.6 No.2*
- Putra, Yossi., & Kurniawati, Elisabeth. (2017). Pengaruh Praktek *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan Perbankan di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Vol.9 No.1.*
- Rahmawati, Hadi Tia. (2021). Analisis Pengaruh Mekanisme *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap Nilai Perusahaan Sektor Perbankan di BEI.
- Retno, D. & Priantinah., (2012). Pengaruh Good Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Nominal Vol.1 No.1*
- Riady, Yudha K. (2017). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Income Smoothing pada Perbankan Syariah di Indonesia. 2022, April 18. <http://repository.umy.ac.id/handle/123456789/16780>
- Simatupang, Bachtar. (2019). Peranan Perbankan dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma Vol.6*, 136.
- Sukirni, Dwi., (2012). Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Kebijakan Dividen, dan Kebijakan Hutang Analisis terhadap Nilai Perusahaan. *Accounting Analysis Journal Vo.1 No.2*
- Zakia, Rahima., (2020). Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, *Lverage*, Pertumbuhan Penjualan, dan Return On Assets terhadap Tax Avoidance Pada Bank Kategori Buku 4 Periode 2014-2019. *Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbankan.*

Halaman Persetujuan Artikel dari Dosen Pembimbing

Artikel saya berjudul :

Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan Sektor Perbankan yang termasuk dalam ASEAN Asset Class

Telah selesai dikoreksi dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk dipublikasikan.

	Tanda tangan	Tanggal
Mahasiswa : Nurvita Dita Ramayani		14 Agustus 2022
Dosen Pembimbing : Ida Syafrida, S.E., M.Si		14 Agustus 2022

ANALISIS PENGARUH PRICE PERCEPTION LAYANAN BI FAST TERHADAP PRICE ACCEPTANCE MELALUI CUSTOMER SATISFACTION APLIKASI LIVIN' BY MANDIRI

Restu Marietha Laras¹⁾

restu.mariethalaras.ak18@mhs.w.pnj.ac.id

Tetty Rimenda²⁾

Tetty.rimenda@akuntansi.pnj.ac.id

¹² Program Studi Keuangan dan Perbankan Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

Real Time Online Transfer (RTO) is one of the services to send money quickly. Bank Mandiri offers this service with an administration fee of IDR 6,500 per transaction. However, since Bank Indonesia launched BI Fast as a transfer service program with an administrative fee of only Rp. 2,500 per transaction, Bank Mandiri has participated in providing the BI Fast feature in its mobile banking application. The positive impact can be seen from the increase in the number of daily BI-Fast transactions at Bank Mandiri, reaching 40 million transactions with a transaction value of more than Rp. 61 trillion. The cause is thought to come from customer satisfaction with the price offered. The data of this study were analyzed by structural equation modeling through AMOS. Primary data was obtained by distributing questionnaires to 288 respondents. The results show that BI Fast can convince customer that the transfer fee of Rp. 2,500 is very beneficial and fair in accordance with the expectations and features received. These factors that encourage price confidence and price fairness on BI Fast can affect customer satisfaction. Meanwhile, price reliability does not have a significant effect on customer satisfaction, because it should be given and is no longer a determinant of satisfaction. In addition, customer satisfaction has a significant effect on price acceptance. Customers who feel that choosing BI Fast as a transfer service is the right thing, then customers will not mind paying a fee to use the service.

Keywords: *customer satisfaction, interbank transfer, price acceptance, price confidence, price fairness, price perceptions and price reliability*

ABSTRAK

Transfer Real Time Online (RTO) menjadi salah satu jasa pelayanan untuk mengirimkan sejumlah uang dalam waktu cepat. Bank Mandiri menawarkan layanan ini dengan biaya administrasi sebesar Rp 6.500 per transaksi. Namun sejak Bank Indonesia meluncurkan BI Fast sebagai program layanan transfer dengan biaya administrasi hanya Rp 2.500 per transaksi, maka Bank Mandiri ikut serta menyediakan fitur BI Fast ke dalam aplikasi mobile bankingnya. Dampak positif terlihat dari adanya penambahan jumlah transaksi harian BI-Fast di Bank Mandiri menembus 40 juta transaksi dengan nilai transaksi lebih dari Rp61 triliun. Penyebabnya diduga berasal dari kepuasan pengguna terhadap harga yang ditawarkan. Data

¹ Corresponding author. E-mail: someone@akuntansi.pnj.ac.id

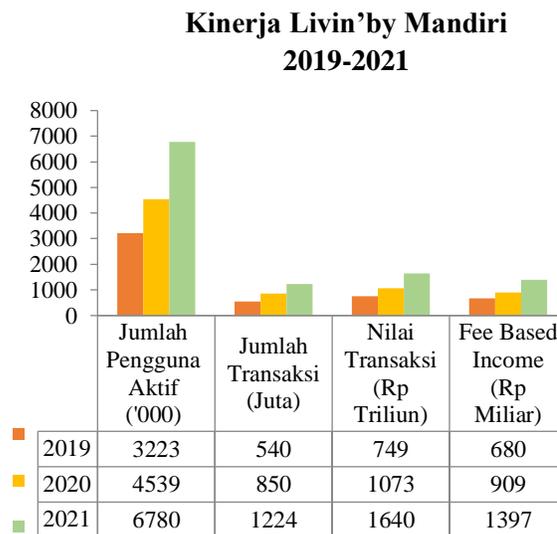
penelitian ini dianalisis dengan structural equation modelling melalui AMOS. Data primer diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada 288 responden. Hasil penelitian menunjukkan BI Fast dapat meyakinkan pengguna bahwa biaya transfer sebesar Rp 2.500 sangat menguntungkan serta wajar sesuai dengan harapan dan fitur yang diterima. Faktor ini yang mendorong kepercayaan harga dan kewajaran harga pada BI Fast dapat mempengaruhi kepuasan pengguna. Sedangkan price reliability tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, dikarenakan sudah seharusnya pemenuhan harga diberikan dan tidak lagi menjadi penentu kepuasan. Selain itu, kepuasan pengguna berpengaruh signifikan terhadap penerimaan harga. Pengguna yang merasa memilih BI Fast sebagai layanan transfer adalah hal yang tepat, maka pengguna tidak akan keberatan untuk membayar biaya untuk menggunakan layanan tersebut.

Kata-Kata Kunci: Kepuasan pelanggan, transfer antar bank, penerimaan harga, kepercayaan harga, kewajaran harga, persepsi harga, dan kehandalan harga.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat, mendorong adanya kemajuan di sektor keuangan perbankan. Transaksi perbankan yang awalnya banyak dilakukan di kantor cabang, saat ini dilakukan secara digital atau online melalui mobile banking (ojk.go.id, 2020).



Gambar 1 Kinerja Livin by Mandiri
Sumber : Laporan Tahunan Mandiri, 2021

Dalam menghadapi transformasi ini, Bank Mandiri terus mengembangkan mobile banking Livin' by Mandiri. Hal ini dibuktikan dengan peningkatan jumlah pengguna aktif pada tahun 2021 menjadi 6,78 juta pengguna. Diikuti jumlah transaksi, nilai transaksi dan *fee based income* yang juga mengalami kenaikan setiap tahunnya. Secara keseluruhan, lebih dari 98% transaksi retail Bank Mandiri telah dilakukan secara digital selama 2021 (bankmandiri.co.id, 2021).

Seluruh peningkatan ditunjang dari berbagai layanan yang telah disediakan. Salah satu bentuk layanan yang paling sering menjadi pilihan pengguna adalah sistem transfer RTO (*Real Time Online*).

Pada layanan ini, Bank Mandiri memiliki ketentuan biaya administrasi transfer antar bank yaitu sebesar Rp 6.500 (bankmandiri.co.id, 2021). Namun, biaya sebesar ini masih menjadi persepsi yang dirasa mahal bagi sebagian pengguna.

Terlebih kehadiran perusahaan finansial teknologi yang berani menawarkan harga yang lebih rendah bahkan gratis. Hal tersebut yang kemudian mendorong adanya penambahan fitur BI Fast ke dalam aplikasi Livin' by Mandiri sebagai solusi penawaran layanan transfer antarbank yang lebih murah. Dengan adanya BI Fast, pengguna hanya perlu membayarkan biaya administrasi transfer antar bank sebesar Rp 2.500.

Penambahan fitur BI Fast ke dalam aplikasi Livin' by Mandiri dapat menjadi salah satu cara untuk meningkatkan kepuasan pengguna dalam penyediaan layanan transfer antarbank dengan biaya yang lebih murah. Perasaan puas konsumen merupakan hasil dari tingkat seberapa jauh persepsi dari konsumen dapat sesuai dengan apa yang mereka harapkan (Daryanto & Setyobudi, 2014).

Berbagai persepsi yang berbeda dari setiap pengguna akan terlihat saat fitur layanan BI Fast ini digunakan, terutama terkait harga yang ditawarkan. Keandalan harga (*price reliability*), kepercayaan harga (*Price confidence*), dan kewajaran harga (*price fairness*) merupakan dimensi persepsi harga yang penting dalam memberikan kepuasan bagi pengguna. Pengguna yang merasa puas dengan harga Rp 2.500 pada layanan BI Fast, akan menerima harga tersebut sebagai harga maksimum yang bersedia dibayar demi mendapatkan layanan transfer antar bank.

Permasalahan

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang, maka rumusan masalah yang akan diteliti pada penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh dari *Price Reliability* terhadap *customer satisfaction* dalam menggunakan layanan BI Fast pada aplikasi Livin by Mandiri?
2. Apakah terdapat pengaruh dari *Price Confidence* terhadap *customer satisfaction* dalam menggunakan layanan BI Fast pada aplikasi Livin by Mandiri?
3. Apakah terdapat pengaruh dari *Price Fairness* terhadap *customer satisfaction* dalam menggunakan layanan BI Fast pada aplikasi Livin by Mandiri?
4. Apakah terdapat pengaruh dari *customer satisfaction* terhadap *price acceptance* dalam menggunakan layanan BI Fast pada aplikasi Livin by Mandiri?

Tujuan Penelitian

Merujuk pada permasalahan dan pertanyaan penelitian, penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menganalisis beberapa dimensi dalam variabel persepsi harga yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna fitur BI Fast pada aplikasi Livin' by Mandiri.
2. Menganalisis perubahan tingkat penerimaan harga yang dapat dipengaruhi oleh kepuasan pengguna fitur BI Fast pada aplikasi Livin' by Mandiri.
3. Menganalisis tingkat kepuasan pengguna yang dapat dipengaruhi oleh persepsi harga layanan BI Fast pada aplikasi Livin' by Mandiri dan berdampak pada tingkat penerimaan harga.

TINJAUAN PUSTAKA

Marketing Mix

Upaya yang dilakukan untuk memenangkan persaingan adalah dengan menerapkan strategi bauran pemasaran yang efisien dan memuaskan. Bauran pemasaran atau marketing mix menjadi seperangkat alat

pemasaran terkontrol yang dipadukan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran (Kotler & Armstrong, 2021). Hal ini dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mampu memberikan kepuasan serta komunikasi dengan pengguna.

Price

Harga menjadi elemen yang menggambarkan jumlah uang yang dibebankan kepada pelanggan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau layanan (Kotler & Armstrong, 2021). Secara historis, harga telah menjadi faktor utama yang mempengaruhi pilihan pelanggan. Pelanggan paling sering berpikir tentang harga saat memperkirakan nilai layanan yang diperoleh (Virvilaite et al, 2009). Sehingga, harga harus ditempatkan sebagai elemen penting yang diperhatikan dalam strategi penentuannya.

Price Perception

Price perception atau persepsi harga menjadi sebuah pandangan seorang pelanggan bahwa harga tertentu bernilai tinggi, rendah, atau wajar (Schiffman dan Kanuk, 2013). Dalam hal ini, penilaian yang dirasakan setiap pelanggan terhadap harga produk atau jasa yang diterima tentu tidak akan sama, karena pelanggan memiliki karakteristik yang berbeda dalam menilai suatu produk atau jasa. Fitur BI Fast yang memiliki keunggulan biaya administrasi transfer Rp 2.500 akan memunculkan beragam tanggapan dari para pengguna aplikasi Livin' by Mandiri setelah menggunakan fitur tersebut.

Price Reliability

Dalam menjual suatu produk atau layanan perbankan, memenuhi harga sesuai yang diharapkan dan mencegah perubahan harga secara tiba-tiba dapat dipahami sebagai Price Reliability atau kehandalan harga. Hal ini akan berkaitan dengan pemberian informasi yang jelas mengenai harga, tidak ada harga tersembunyi dan perubahan harga yang tepat (Leonnard et al, 2014). Pada penerapannya, kehandalan harga pada layanan BI Fast akan dirasakan apabila terjadi kesesuaian antara harga yang ditawarkan dengan harga yang dibayarkan oleh pengguna. Sehingga tidak akan dikenakan biaya tambahan selain Rp 2.500 saat melakukan transaksi. Kehandalan harga pada layanan BI Fast akan menjadi salah satu hal yang diperhatikan pengguna agar terhindar dari risiko kerugian jika harga tidak sesuai harapan atau ditemui adanya biaya tersembunyi saat bertransaksi. Ketika kehandalan harga dapat terpenuhi, maka pelanggan akan memberikan penilaian yang positif dan berdampak pada meningkatnya kepuasan pelanggan terhadap jasa layanan yang diberikan. Maka dari itu, penulis menduga bahwa :

H1: *Price Reliability* Memiliki Pengaruh Secara Signifikan Terhadap *Customer Satisfaction* Layanan BI Fast Pada Aplikasi Livin' By Mandiri

Price Confidence

Price confidence menjadi jaminan bahwa harga dapat memuaskan bagi konsumen melalui harga yang transparan dan terus rendah (Leonnard et al, 2014). Price confidence akan muncul dari adanya persepsi bahwa harga yang ditawarkan saat ini menguntungkan dan pelanggan percaya bahwa harga yang ditawarkan adalah tulus (Poh & Mohayidin, 2011). Harga Rp 2.500 yang ditetapkan Bank Mandiri dalam penggunaan fitur BI Fast akan memberikan keuntungan kepada pengguna karena harganya yang lebih murah. Keuntungan ini juga akan dirasakan pengguna saat harga yang harus dibayar sebanding dengan manfaat yang diterima saat menggunakan layanan BI Fast. Pada penerapannya, apabila layanan BI Fast

telah menanamkan kepercayaan harga yang telah sesuai dengan harapan sekaligus menguntungkan, tentu akan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan. Maka dari itu, penulis menduga bahwa :

H2: *Price confidence* Memiliki Pengaruh Secara Signifikan Terhadap *Customer Satisfaction* Layanan BI Fast Pada Aplikasi Livin' By Mandiri.

Price Fairness

Kewajaran harga atau price fairness timbul dari persepsi atau penilaian konsumen apakah perbedaan harga antara harga pasar dan harga pesaing masuk akal, dapat diterima dan wajar (Leonnard et al, 2014). Hal penting yang perlu diketahui bahwa penilaian harga bersifat komparatif. Artinya untuk mengetahui kewajaran suatu harga, pembeli cenderung akan membandingkan harga tersebut dengan harga referensi. Harga referensi ini dapat berupa harga sebelumnya yang dibayarkan oleh pembeli, harga sebelumnya yang dibebankan oleh penjual, harga yang dibayarkan oleh pembeli lain, atau harga yang diharapkan (Monroe, 2012). Apabila harga layanan BI Fast dinilai wajar dan dapat diterima dibandingkan referensinya seperti sesama pembeli, pesaing ataupun harga sebelumnya, maka kepuasan pengguna akan tumbuh. Maka dari itu, penulis menduga bahwa :

H3: *Price Fairness* Memiliki Pengaruh Secara Signifikan Terhadap *Customer Satisfaction* Layanan BI Fast Pada Aplikasi Livin' By Mandiri

Customer Satisfaction

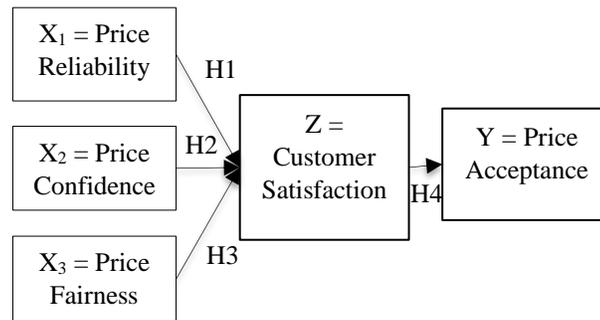
Customer Satisfaction berasal dari adanya tanggapan konsumen pasca pembelian yang terjadi akibat dari membandingkan harapan sebelumnya dan kinerja yang dirasakan (Oliver, 2015, p.6). Hal ini juga mengacu dengan respon terhadap pemenuhan keinginan konsumen berupa penilaian bahwa fitur, produk atau layanan memberikan tingkat konsumsi yang menyenangkan terkait pemenuhan tersebut (Zeithaml, Bitner & Gremler, 2017, p.80). Kepuasan akan mendorong seorang pelanggan untuk membeli dan mengkonsumsi ulang produk tersebut. Namun sebaliknya perasaan tidak puas akan menyebabkan konsumen kecewa dan menghentikan pembelian kembali atau mengkonsumsi produk (Nirwana, 2004, p. 321).

Price acceptance

Price acceptance atau penerimaan harga dapat dilihat dari harga maksimum yang bersedia dibayar oleh seorang pembeli untuk suatu barang atau jasa (Monroe, 1990). Penerimaan harga juga digambarkan sebagai tingkat kesediaan pelanggan untuk membayar harga baru setelah adanya variasi harga. Variasi harga di sini bisa berupa kenaikan harga atau penurunan harga. (Minh Vu, Llosa & Nicod, 2018). Harga pada layanan BI Fast termasuk variasi baru berupa penurunan harga dari ketentuan umum sebelumnya. Sehingga, jika pengguna lebih puas dengan kehadiran biaya layanan BI Fast sebesar Rp 2.500, maka harga ini akan diterima menjadi patokan maksimum yang akan mereka bayarkan. Seseorang akan memiliki penerimaan harga yang lebih besar untuk layanan yang memberikan kepuasan yang lebih besar. Maka dari itu, penulis menduga bahwa :

H4: *Customer Satisfaction* Memiliki Pengaruh Secara Signifikan Terhadap *Price Acceptance* Layanan BI Fast Pada Aplikasi Livin' By Mandiri

Dari uraian diatas, maka terbentuklah kerangka konseptual dalam penelitian ini sebagai berikut :



Gambar 2 Kerangka Konseptual
Sumber : Data Diolah, 2022

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Demografi Responden

Tabel 1 Demografi Responden

Demografi	Frekuensi	Persen
Jenis Kelamin		
Laki – laki	57	19,8%
Perempuan	231	80,2%
Usia		
17 – 27 Tahun	167	58%
28 – 38 Tahun	96	33,3%
39 – 49 Tahun	15	5,2%
50 – 60 Tahun	8	2,8%
> 60 Tahun	2	0,7%
Domisili		
Jakarta	61	21,2%
Bogor	28	9,7%
Depok	26	9%
Tangerang	18	6,3%
Bekasi	23	8%
Total Jabodetabek	156	54,2%
Luar Jabodetaabek	132	45,8%
Pekerjaan		
Pelajar/Mahasiswa	71	24,7%
PNS/BUMN	7	2,4%
Karyawan Swasta	86	29,9%
Wirausaha	64	22,2%
Lain - lain	60	20,8%
Rata-rata pendapatan bersih per bulan		
< Rp 3.000.000	127	44,1%
Rp 3.000.000 s.d Rp	94	32,6%

5.000.000 Rp 5.000.000 s.d Rp 7.000.000	40	13,9%
> Rp 7.000.000	27	9,4%
Frekuensi Transfer BI Fast Dalam Satu Bulan		
< 2 kali	93	32,3%
2 – 4 kali	107	37,2%
> 4 kali	88	30,6%

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa sebanyak 80,2% responden berjenis kelamin perempuan, sedangkan sisanya laki-laki. Responden dengan rentang usia 17-27 tahun lebih dominan dibandingkan usia lainnya. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa mayoritas responden berdomisili di Jabodetabek dengan persentase 54,2%.

Namun, penelitian menunjukkan bahwa 127 orang responden memiliki rata-rata pendapatan bersih sebesar < Rp 3.000.000. Hal tersebut diduga karena mayoritas responden penelitian ini berada dalam rentang usia 17-27 tahun atau generasi milenial dengan kecenderungan masih berstatus karyawan swasta, pelajar ataupun mahasiswa. Dengan pendapatan bersih yang masih minim, responden usia ini tentu akan mencari layanan dengan biaya yang murah tetapi tetap aman, seperti halnya layanan BI Fast pada aplikasi Livin' by Mandiri. Frekuensi responden yang melakukan transfer melalui layanan BI Fast paling banyak antara 2-4 kali dalam jangka waktu satu bulan dengan persentase 37%.

Uji Kesesuaian Model

Menurut Hair et al (2014, p.379), uji kesesuaian model digunakan untuk menilai kualitas dari model yang di estimasi dengan membandingkan nilai aktual dari variabel dependen dengan nilai yang diprediksikan dari model yang di estimasikan.

Tabel 2 Hasil Uji *Goodness Of Fit*

Jenis Pengukuran	Pengukuran	Batas Penerimaan	Nilai	Kesimpulan
<i>Absolute fit measures</i>	Chi Square	Small Chi-square	509,952	Poor Fit
	p value Chi-square	≥ 0.05	0,000	Poor Fit
	RMSEA	≤ 0.10	0,094	Good Fit
	RMR	≤ 0.10	0,028	Good Fit
	GFI	≥ 0.90	0,833	Marginal Fit
<i>Incremental fit measures</i>	NFI	≥ 0.90	0,888	Marginal Fit
	TLI	≥ 0.90	0,902	Good Fit
	RFI	≥ 0.90	0,868	Marginal Fit

	CFI	≥ 0.90	0,917	Good Fit
	AGFI	≥ 0.90	0,781	Poor Fit
<i>Parsimonius fit measures</i>	CMIN/DF	Batas bawah: 1.0 Batas atas: 5.0	3,517	Good Fit

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 4.32, hasil pengujian *goodness of fit* atau kesesuaian model dapat disimpulkan bahwa model hipotesis atau penelitian dinyatakan *goodness of fit*. Dimana terdapat lima nilai pengukuran yang dinyatakan *good fit* antara lain dari RMSEA, RMR, TLI, CFI dan CMIN/DF. Dengan demikian menandakan bahwa model tersebut telah lolos uji *goodness of fit*, sehingga dapat dilakukan uji berikutnya.

Uji Hipotesis

Dalam uji hipotesis terdapat ketentuan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan nilai signifikansi error maksimal 5%. Hal ini dimaksudkan bahwa jika nilai $p\text{-value} \leq \alpha 0.05$, maka hipotesis dapat diterima. Nilai ini menunjukkan bahwa variabel independent berpengaruh seara signifikan terhadap variabel dependent. Sebaliknya, apabila nilai $p\text{-value} > \alpha 0.05$, maka hipotesis dapat ditolak.

Hasil uji hipotesis dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Estimates	P value	Keputusan
<i>Price Reliability</i> → <i>Customer Satisfaction</i>	-0,125	0,155	H1 ditolak
<i>Price Confidence</i> → <i>Customer Satisfaction</i>	0,484	0,007	H2 diterima
<i>Price Fairness</i> → <i>Customer Satisfaction</i>	0,585	0,000	H3 diterima
<i>Customer Satisfaction</i> → <i>Price Acceptance</i>	0,918	0,000	H4 diterima

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS, 2022

Pengaruh *Price Reliability* terhadap *Customer Satisfaction*

Dari hasil pengujian hipotesis dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $0,155 > 0,05$ dengan nilai pengaruh sebesar -0,125 maka dengan demikian tidak terdapat pengaruh signifikan *Price Reliability* terhadap *Customer Satisfaction*. Oleh karena itu, hipotesis ke satu dalam penelitian ini ditolak. Hal ini menandakan bahwa *price reliability* tidak menjadi penentu kepuasan nasabah saat menggunakan fitur BI Fast. Namun menurut penelitian Mutonyi et. al. (2016) dan Zhu & Chen (2012) menyatakan bahwa kehandalan harga dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, tetapi perlu melalui kepercayaan atau trust.

Pengaruh *Price Confidence* terhadap *Customer Satisfaction*

Dari hasil pengujian hipotesis dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $0,007 < 0,05$ dengan nilai pengaruh sebesar 0,484 maka dengan demikian terdapat pengaruh signifikan *Price*

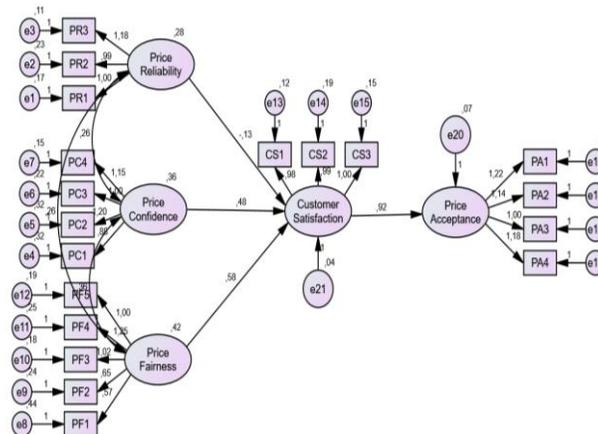
Confidence terhadap *Customer Satisfaction*. Oleh karena itu, hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima. Hal ini menandakan penyediaan harga terbaik pada fitur BI Fast dapat meyakinkan pengguna bahwa biaya transfer sebesar Rp 2.500 sangat menguntungkan. Dengan begitu, harga tersebut akan meningkatkan kepercayaan pengguna untuk memilih fitur BI Fast. Saat pilihan tersebut dirasa tepat, maka akan memunculkan rasa puas dalam diri pengguna saat menggunakan fitur ini.

Pengaruh *Price Fairness* terhadap *Customer Satisfaction*

Dari hasil pengujian hipotesis dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai pengaruh sebesar 0,585 maka dengan demikian terdapat pengaruh signifikan *Price Fairness* terhadap *Customer Satisfaction*. Oleh karena itu, hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima. Hal ini menandakan bahwa kewajaran harga dalam fitur BI Fast pada aplikasi Livin' by Mandiri adalah suatu hal yang penting bagi persepsi atau penilaian pengguna terhadap harga yang telah ditentukan. Apabila biaya yang dibebankan BI Fast dirasa telah sesuai dengan harapan serta fitur yang diterima, maka perasaan puas pengguna terhadap harga yang ditawarkan akan meningkat.

Pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Price Acceptance*

Dari hasil pengujian hipotesis dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai pengaruh sebesar 0,918 maka dengan demikian terdapat pengaruh signifikan *Customer Satisfaction* terhadap *Price Acceptance*. Oleh karena itu, hipotesis ke empat dalam penelitian ini diterima. Responden yang telah merasa puas dengan harga layanan transfer BI Fast pada Livin By Mandiri cenderung akan menerima harga tersebut sebagai harga maksimal yang akan mereka bayarkan ketika melakukan transaksi transfer.



Gambar 3 Pengaruh Price Perception Terhadap Price Acceptance Melalui Customer Satisfaction

Sumber : Data diolah dengan AMOS, 2022

KESIMPULAN

1. Price reliability tidak berpengaruh signifikan terhadap customer satisfaction. Artinya, walaupun BI Fast pada aplikasi Livin' by Mandiri telah baik dalam memenuhi harga yang ditawarkan kepada pengguna seperti tidak adanya biaya tambahan ataupun perubahan harga secara tiba-tiba, namun hal tersebut tidak menjadi faktor utama dalam menentukan kepuasan para pengguna. Salah satunya

dikarenakan konsistensi dan kesesuaian harga yang tercantum pada aplikasi dengan harga yang dibayarkan pengguna sudah seharusnya dimiliki fitur BI Fast ini.

2. Price Confidence berpengaruh signifikan terhadap customer satisfaction. Artinya, apabila BI Fast pada aplikasi Livin' by Mandiri semakin baik dalam memberikan kepercayaan harga kepada pengguna, maka tingkat kepuasan pengguna juga akan semakin tinggi. Kepercayaan harga yang dimaksud dapat berupa penyediaan harga transfer terbaik dalam aplikasi Livin' by Mandiri, juga akan mendorong keyakinan pengguna bahwa biaya transfer BI Fast sebesar Rp 2.500 menguntungkan. Oleh karena itu, tingkat kepercayaan harga ini menjadi salah satu faktor penting yang harus selalu dijaga dengan baik agar dapat memenuhi rasa puas pengguna.
3. Price Fairness berpengaruh signifikan terhadap customer satisfaction. Artinya, semakin baik tingkat kewajaran harga maka semakin tinggi juga tingkat kepuasan pengguna. Dalam menggunakan suatu layanan, pengguna cenderung akan membandingkan suatu harga dengan harga lain dari sisi pesaing maupun sisi pengguna lain. Harga akan dinilai wajar ketika BI Fast dapat selalu memenuhi harapan dan layanan yang diberikan, serta menetapkan biaya yang sama bagi semua pengguna. Jika semua itu mampu diberikan BI Fast, maka tentu akan timbul perasaan puas pengguna saat memilih BI Fast sebagai layanan transfer antar bank.
4. Customer satisfaction berpengaruh signifikan terhadap price acceptance. Artinya, semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna terhadap harga pada layanan BI Fast maka harga ini akan semakin diterima sebagai harga maksimum yang akan dibayarkan pengguna. Kehadiran BI Fast dengan biaya hanya sebesar Rp 2.500 mampu memberikan rasa puas dan mengarah kepada penerimaan harga yang ditawarkannya. Penerimaan harga ini juga dapat terlihat dari bagaimana pengguna bersedia untuk membayar biaya transfer pada fitur BI Fast serta keinginan untuk terus mendapatkan biaya serupa di masa mendatang.

KETERBATASAN

Penelitian ini memiliki keterbatasan, antara lain peneliti hanya menggunakan tiga dimensi yang dicetuskan Matzler (2006) untuk mengukur persepsi harga. Selain itu, terdapat satu dimensi dari variabel price perception ini yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna yaitu price reliability.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijabarkan, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi Bank Mandiri
Diharapkan mampu mempertahankan kepercayaan harga dan kewajaran harga yang telah dimilikinya pada layanan BI Fast serta meningkatkan fitur layanan BI Fast ini agar konsumen tidak hanya tertarik dari sisi harga. Melainkan dapat didukung dengan layanan yang semakin baik.
2. Bagi Bank Indonesia
Bank Indonesia tetap dapat membuat kebijakan biaya transfer mengikuti keadaan ekonomi negara saat ini agar dapat mengakomodir kebutuhan dari sisi perbankan dan sisi nasabahnya. Selain itu, giat melakukan sosialisasi BI Fast agar potensi baik ini dapat diketahui masyarakat luas.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
Peneliti selanjutnya dapat menggunakan dimensi persepsi lain yang dikembangkan juga oleh Matzler (2006) ataupun ahli-ahli lainnya. Selain itu, dikarenakan dimensi dari variabel price reliability tidak

berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna. Maka dapat menambahkan variabel kepercayaan atau trust yang dinilai dapat menjadi intervening untuk mengubah pengaruh price reliability terhadap customer satisfaction. (Mutonyi et. al., 2016; Zhu & Chen, 2012)

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, F., Amin, M., & Ryu, K. (2015). The Role of Physical Environment, Price Perceptions, and Consumption Emotions in Developing Customer Satisfaction in Chinese Resort Hotels. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 45-70.
- Ali, F., Amin, M., & Cobanoglu, C. (2016). An Integrated Model of Service Experience, Emotions, Satisfaction, and Price Acceptance: An Empirical Analysis in the Chinese Hospitality Indust. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 449-475.
- Asadi, A., Pool, J. K., & Jalilvand, M. R. (2014). The effect of perceived price fairness through satisfaction and loyalty on international tourists' price acceptance of Islamic-Iranian art products. *Education, Business and Society: Contemporary Middle Eastern Issues*, 201-215.
- Hair, e. (2010). *Multivariate Data Analysis, Seventh Edition*. United States Pearson.
- Hair, e. (2014). *Multivariate Data Analysis, New International Edition*. New Jersey : Pearson.
- Kaura, V. (2013). Antecedents of customer satisfaction: a study of Indian public and private sector banks. *International Journal of Bank Marketing*, 167-186.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). London: Pearson Education.
- Leonard, Daryanto, H., Sukandar, D., & Yusuf, E. (2014). The Loyalty Model of Private University Student. *International Research Journal of Business Studies*, 55-68.
- Minh Vu, H., Llosa, S., & Nicod, L. (2018). *Analyzing the effect of Revenue Management on customers' perceived*. 1-12.
- Mutonyi, S., Beukel, K., Gyau, A., & Hjortsø, C. (2016). Price satisfaction and producer loyalty: the role of mediators in business to business relationships in Kenyan mango supply chain. *British Food Journal*.
- Oliver, R. (2015). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer* (2nd ed.). New York: Routledge.
- Poh L.S., & Mohayidin M.G.B. (2011). Dimensions of price satisfaction: a study in the low cost airlines industry. *International Conference on Business And Economic Research (2ND Icbcr 2011) Proceeding*.
- Pourdehghan, A. (2015). The impact of marketing mix elements on brand loyalty: A case study of mobile phone industry. *Marketing and Branding Research*, 44-63.
- Rama, A. (2020). Strategic pricing by Islamic banks and the impact on customer satisfaction and behavioral intention. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2013). *Consumer Behavior* (8th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Silva, M. E. (2020). Quality Of Service And Price Perception Affect Customer Loyalty With Consumer Satisfaction As A Mediation Variables. *Journal of Advanced Management and Business*, 25-31.
- Virvilaite, R., Saladiene, V., & Skindaras, D. (2009). The Relationship between Price and Loyalty in Services Industry. *Engineering Economics*, 96-104.
- Zeithaml, V., Bitner, M., & Gremler, D. (2017). *Services Marketing : Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). Dubuque: McGraw-Hill Education.
- Zhu, Y.-Q., & Chen, H.-G. (2012). Service fairness and customer satisfaction in internet banking: Exploring the mediating effects of trust and customer value. *Internet Research*, 482-498.

Analisis Mitigasi Risiko Kredit Tanpa Agunan pada Produk BNI Fleksi PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.

Chairunnisa Khumairah¹⁾, Nuraeni Hadiati Farhani²⁾

¹⁾ Politeknik Negeri Jakarta,

chairunnisa.khumairah.ak18@mhs.wpnj.ac.id,

Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, 16425, Depok, Indonesia

²⁾ Politeknik Negeri Jakarta

nuraeni.hadiatifarhani@akuntansi.pnj.ac.id,

Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, 16425, Depok, Indonesia

ABSTRACT

Credit is the main income for banks, credit itself has risks that can affect the level of NPL Gross. There are many types of credit products, one of which is Unsecured Loans, PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk has a product called BNI Fleksi. The distribution of BNI Fleksi from 2018-2020 has increased every year and the NPL Gross level has also increased every year. This cannot be said to be good because the increase in NPL Gross can affect the health of the bank. With this happening, PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk carries out risk mitigation actions on BNI Fleksi products, therefore this study aims to determine what risk mitigation measures are implemented. This study uses primary data and secondary data by conducting interviews with informants and using descriptive analysis methods with a qualitative approach. The results of the study indicate that the risk mitigation applied is by providing requirements and applying the 7P principles in the distribution of BNI Fleksi. This is implemented properly so that it can maintain the NPL Gross level so as not to reach the maximum limit and reduce the occurrence of credit risk early, therefore PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk will not cause any losses in the future.

Keywords: Risk Mitigation, Credit, 7P Principles, Unsecured Loans

¹ Corresponding author. E-mail: chairunnisa.khumairah.ak18@mhs.wpnj.ac.id

ABSTRAK

Kredit merupakan pendapatan utama bagi bank, kredit sendiri memiliki risiko yang dapat mempengaruhi tingkat NPL Gross. Jenis produk kredit banyak ragamnya, salah satunya adalah Kredit Tanpa Agunan (KTA), PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk memiliki produknya yang bernama BNI Fleksi. Penyaluran BNI Fleksi dari tahun 2018-2020 mengalami peningkatan setiap tahunnya serta tingkat NPL Gross yang juga meningkat setiap tahunnya. Hal tersebut tidak dapat dikatakan baik karena dengan meningkatnya NPL Gross dapat mempengaruhi kesehatan bank. Dengan terjadinya hal tersebut PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk melakukan tindakan mitigasi risiko pada produk BNI Fleksi, oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tindakan mitigasi risiko apa yang diterapkan. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder dengan melakukan teknik wawancara terhadap informan dan menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mitigasi risiko yang diterapkan yaitu dengan memberikan persyaratan dan menerapkan prinsip 7P dalam penyaluran BNI Fleksi. Hal tersebut diterapkan secara baik sehingga dapat menjaga tingkat NPL Gross agar tidak mencapai batas maksimum serta mengurangi terjadinya risiko kredit lebih awal, dengan begitu PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk tidak menimbulkan kerugian dimasa mendatang.

Kata-Kata Kunci: Mitigasi Risiko, Kredit, Prinsip 7P, Kredit Tanpa Agunan.

PENDAHULUAN

Bank memiliki fungsi utama yaitu sebagai penghimpun dana masyarakat dan dana tersebut akan dikelola oleh bank dengan cara menyalurkan kembali kepada masyarakat. Selain itu, Bank juga mempunyai tujuan utama yaitu mendapatkan keuntungan selama kegiatan operasional bank berlangsung. Terdapat 2 pendapatan Bank yaitu pendapatan bunga (*interest income*) dan bukan pendapatan bunga (*non interest income*), dari kedua pendapatan tersebut bank memiliki pendapatan utama dari pendapatan bunga (*interest income*) yang didapatkan dengan cara bank menyalurkan kredit.

Kredit merupakan produk pinjaman utama yang dikeluarkan oleh Bank untuk masyarakat dengan melakukan persetujuan pinjam-meminjam antara pihak Bank dan peminjam yang dimana mempunyai kewajiban untuk membayar kembali kredit pinjamannya dengan jangka waktu yang telah ditentukan (Kasmir, Dasar-dasar Perbankan - Ed. Revisi - cet 14, 2016). Salah satu jenis kredit yang dikeluarkan oleh Bank adalah Kredit Tanpa Agunan (KTA), KTA merupakan produk pinjaman kredit yang di mana pihak peminjam tidak perlu memberikan jaminan/agunan kepada pihak Bank. Produk KTA yang dikeluarkan oleh pihak Bank BNI bernama “BNI Fleksi” yang di mana produk tersebut akan disalurkan kepada para pegawai aktif yang sudah mempunyai penghasilan tetap (*fixed income*) untuk memenuhi kebutuhan konsumtif yang tidak bertentangan dengan peraturan maupun Undang-undang yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Pihak Bank dapat menerapkan salah satu prinsip dalam melakukan penyaluran kredit yaitu prinsip 7P yaitu *Personality, Party, Purpose, Prospect, Payment, Profitability, Protection* (Kasmir, 2012). Dalam menyalurkan produk kredit ini pasti ada risiko yang harus ditangani oleh Bank yaitu risiko kredit, risiko tersebut dapat ditangani oleh Manajemen Risiko yang dapat memberikan saran tindakan atau strategi untuk menangani risiko yang mungkin saja terjadi atau dapat disebut dengan mitigasi risiko.

Dalam melakukan penanganan risiko, manajemen risiko memiliki ketentuan bagi Bank Umum yang telah diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 18/POJK.03/2016 tentang penerapan manajemen risiko. Pada peraturan tersebut sudah dijelaskan bahwa terdapat delapan jenis risiko yang di hadapi oleh Bank Umum, yaitu risiko kredit, risiko pasar, risiko likuiditas, risiko operasional, risiko kepatuhan, risiko hukum, risikoreputasi dan risiko stratejik. Salah satu risiko yang ditangani oleh manajemen risiko yaitu risiko kredit yang dimana dapat ditangani dengan melakukan mitigasi risiko dimulai dari *screening* awal, validasi data, analisa risiko, *monitoring* sampai dengan penagihan.

Pada proses *screening* awal permohonan kredit pihak Bank BNI sudah mulai dapat meyakini bahwa kredit yang akan diberikan nantinya berstatus lancar. Namun, terdapat beberapa risiko-risiko yang mungkin terjadi sehingga dapat menimbulkan kerugian bagi bank, yaitu nasabah memanipulasi informasi data penghasilan, nasabah tidak mampu melakukan pembayaran kembali kepada bank pada waktu yang telah ditentukan secara sengaja dan nasabah tidak mampu melakukan pembayaran kembali akibat terjadinya musibah seperti bencana alam.

Berikut ini merupakan data penyaluran Kredit Tanpa Agunan (KTA) dari pihak Bank Mandiri, BRI dan BNI:

Tabel 1. 1 Pertumbuhan Penyaluran KTA Bank Mandiri, BRI dan BNI

Keterangan	Penyaluran KTA				
	2018 (Rp Miliar)	2019 (Rp Miliar)	Pertumbuhan (%)	2020 (Rp Miliar)	Pertumbuhan (%)
Mandiri	66.068	77.800	18,59	67.933	-12,68
BNI	20.134	22.937	13,9	26.518	15,06
Keterangan	2018 (Rp Triliun)	2019 (Rp Triliun)	Pertumbuhan (%)	2020 (Rp Triliun)	Pertumbuhan (%)
BRI	97,79	101,32	3,61	101,34	0,02

Sumber: *Annual Report* Bank Mandiri, BRI dan BNI Tahun 2018, 2019 dan 2020

Pada tabel di atas terlihat bahwa penyaluran KTA Bank BNI mengalami kenaikan setiap tahunnya. Meskipun ditahun 2019 terjadi pandemi covid-19 penyaluran KTA Bank BNI semakin terus meningkat dan ditahun 2020 pertumbuhannya dari tahun 2019 paling menonjol dibandingkan bank lainnya yang mencapai 15,06%.

Berikut ini merupakan data Pertumbuhan NPL Gross dari pihak Bank Mandiri, BRI dan BNI:

Tabel 1. 2 Pertumbuhan NPL Gross Bank Mandiri, BRI dan BNI

Keterangan	NPL Gross				
	2018 (%)	2019 (%)	Pertumbuhan (%)	2020 (%)	Pertumbuhan (%)
Mandiri	2,8	2,4	-0,4	3,3	0,9
BNI	1,9	2,3	0,4	4,3	2
BRI	2,2	2,6	0,4	2,9	0,3

Sumber: *Annual Report* Bank BNI Tahun 2020

Tabel di atas menunjukkan bahwa pertumbuhan NPL Gross Bank BNI dibandingkan dengan Bank lainnya mengalami kenaikan yang signifikan ditahun 2020. Pada tahun 2019 NPL Gross Bank BNI mengalami kenaikan pertumbuhan 0.4% dari tahun 2018, lalu pada tahun 2020 mencapai 4,3% yang di mana NPL tersebut masih dapat dikatakan aman meskipun mengalami pertumbuhan sebesar 2% dari tahun sebelumnya. Dengan NPL yang masih dapat dikatakan aman karena dengan melihat batas maksimal NPL yang ditetapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebesar 5% maka pihak manajemen risiko Bank BNI masih mampu menangani risiko kredit yang terjadi dengan baik. Namun dengan persentase sebesar itu menunjukkan bahwa bank tidak dapat

menyeleksi calon debitur dengan baik, maka dari itu diharapkan ke depannya dapat lebih baik lagi agar mengurangi tingkat NPL yang di mana bisa mempengaruhi reputasi atau tingkat kepercayaan masyarakat.

NPL Gross itu sendiri memperhitungkan kredit yang berstatus kurang lancar, diragukan dan macet yang disatukan dengan total penyaluran kredit. Karena hal tersebut, maka NPL Gross penting untuk di perhatikan sebab status kredit kurang lancar dan diragukan dapat saja berubah statusnya menjadi kredit macet di masa yang akan mendatang sehingga menimbulkan kerugian bagi Bank. Terlihat dari NPL Gross Bank BNI yang meningkat 2 kali lipat dari tahun sebelumnya maka Bank BNI harus memberikan tindakan mitigasi risiko karena mungkin saja terdapat risiko yang tidak terdeteksi secara dini dalam penyaluran KTA sehingga dapat menimbulkan kerugian bagi Bank BNI.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Kredit Tanpa Agunan (KTA)

Kredit Tanpa Agunan (KTA) merupakan kredit yang di mana pihak peminjam tidak perlu memberikan jaminan/agunan kepada pihak bank, biasanya kredit ini diberikan kepada perusahaan yang memang terpercaya, stabil dalam keuangan, dan profesional sehingga kemungkinan terjadinya kredit macet sangat kecil. Selain itu kredit ini dapat diberikan juga kepada pengusaha menengah kebawah dengan pertimbangan yang ada dan dapat diberikan kepada pihak yang ingin memenuhi kebutuhan konsumtifnya (Kasmir, 2008). Pada hakikatnya dalam penilaian penyaluran KTA ini prinsipnya sama dengan penyaluran kredit pada umumnya namun perbedaannya terletak pada jaminan/agunannya yang tidak dalam berbentuk barang akan tetapi dalam bentuk kepercayaan pihak Bank kepada calon peminjamnya dengan melihat dari salah satu prinsipnya yaitu prinsip 7P (*Personality, Party, Purpose, Prospect, Payment, Profitability, Protection*) (Kasmir, 2012).

Jenis Kredit Tanpa Agunan (KTA)

Jenis KTA di setiap Bank berbeda-beda namun pada umumnya terdapat 2 jenis KTA di Bank yaitu KTA *payroll* dan KTA *non payroll*. Perbedaan dari kedua jenis ini terdapat pada verifikasi penghasilan nasabahnya setiap bulan, jika *payroll* maka pihak bank hanya akan memantau melalui rekening nasabah yang penghasilan setiap bulannya telah di *payroll*-kan oleh pihak perusahaan tempat nasabah itu bekerja. Bila *non payroll* maka pihak bank akan melakukan verifikasi penghasilan nasabahnya melalui slip gaji yang diberikan kepada pihak bank setiap bulannya. Selain itu keuntungan dan kemudahan yang didapatkan nasabah KTA *payroll* lebih banyak dibandingkan KTA *non payroll* (Cermati, 2022).

Risiko Kredit

Risiko kredit merupakan risiko yang berhubungan dengan pihak peminjam yang tidak dapat atau tidak mau melakukan kewajiban pembayaran kreditnya kepada Bank pada saat jatuh tempo atau sesudahnya sehingga menimbulkan kerugian bagi Bank (Pandia, 2012). Bila risiko tidak ditangani dengan tepat maka akan banyak terjadi kredit macet yang dapat mempengaruhi

Non Performing Loan (NPL). NPL merupakan suatu rasio yang digunakan untuk melihat kemampuan Bank dalam menangani kredit yang bermasalah, maka bank harus lebih selektif lagi dalam penyaluran kredit agar nantinya rasio NPL ini tidak tinggi (Kasmir, 2016).

Mitigasi Risiko

“*Risk mitigation is a systematic methodology used by senior management to reduce organizational risk*” (Peltier, 2014). Hal tersebut dapat diartikan bahwa mitigasi risiko merupakan sebuah upaya atau strategi perusahaan untuk mengurangi kemungkinan terjadinya risiko, dalam hal ini maka Bank berupaya untuk mengurangi kemungkinan terjadi risiko kredit dalam penyaluran kredit.

Prinsip Pemberian Kredit

Dalam penyaluran kredit maka pihak Bank dapat menerapkan salah satu prinsip yaitu prinsip 7P untuk mencegah terjadinya kredit bermasalah di kemudian hari, berikut pengertian prinsip 7P menurut (Kasmir, 2012):

1. *Personality*

Prinsip ini diterapkan untuk melihat kepribadian dari calon peminjam yang mengajukan kredit.

2. *Party*

Prinsip ini diterapkan untuk dilakukan pengklasifikasian calon peminjam berdasarkan kondisi keuangannya agar membedakan dalam pemberian kreditnya.

3. *Purpose*

Prinsip ini diterapkan untuk mengetahui tujuan calon peminjam dalam mengajukan kredit.

4. *Prospect*

Prinsip ini diterapkan khusus calon peminjam yang mengajukan pinjaman untuk modal usahanya, tujuan diterapkannya prinsip ini untuk melihat *prospect* dari usaha yang dijalankan oleh calon peminjam sehingga dapat memprediksi kemampuan pembayaran calon peminjam.

5. *Payment*

Prinsip ini diterapkan untuk mengukur kemampuan bayar calon peminjam yang dilihat dari sumber pendapatan peminjam, kelancaran usahanya, hingga *prospect* usahanya sehingga dapat dinilai bahwa calon peminjam mampu untuk membayar kembali kreditnya.

6. *Profitability*

Prinsip ini diterapkan khusus calon peminjam yang mengajukan pinjaman untuk keperluan usahanya, tujuannya untuk melihat kemampuan calon peminjam dalam menghasilkan keuntungan atau laba. Semakin tinggi keuntungannya maka semakin besar pihak Bank akan memberikan pinjaman kepada calon peminjam.

7. *Protection*

Prinsip ini diterapkan mengacu pada jaminan yang diberikan calon peminjam kepada pihak Bank. Jaminan yang diberikan dapat berupa barang ataupun asuransi calon peminjam.

METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif untuk lebih fokus terhadap fenomena yang terjadi saat ini sehingga hasil penelitian dapat saja berubah seiringnya waktu karena adanya fenomena baru yang menyebabkan pengembangan dalam penelitian selanjutnya. Penelitian ini akan mengetahui strategi atau mitigasi risiko dalam penyaluran produk Kredit Tanpa Agunan (KTA) BNI Fleksi dalam penerapan prinsip 7P.

Sample yang digunakan penelitian ini merupakan informan dengan menggunakan teknik purposive dengan memenuhi kriteria karyawan atau petinggi Bank BNI yang sudah bekerja kurang lebih 5 tahun serta mengetahui tentang KTA BNI Fleksi *payroll*.

Dalam mengumpulkan data peneliti menggunakan teknik triangulasi dengan melakukan wawancara dan dokumentasi. Lalu data tersebut akan dianalisis dengan menggunakan metode analisis deskriptif dan diolah dengan pola berpikir deduktif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Salah satu produk KTA yang dikeluarkan oleh pihak Bank BNI bernama “BNI Fleksi *payroll*” yang di mana produk tersebut akan disalurkan kepada para pegawai aktif yang sudah mempunyai penghasilan tetap (*fixed income*) untuk memenuhi kebutuhan konsumtif. Berdasarkan informasi yang didapat setelah dilakukan wawancara dan dokumentasi maka strategi atau mitigasi risiko yang diterapkan oleh Bank BNI dalam menyalurkan KTA BNI Fleksi *payroll* yaitu, menetapkan syarat dan ketentuan dalam mengajukan KTA BNI Fleksi *payroll*, menerapkan prinsip 7P, melakukan pemantauan peminjam dengan melihat kualitas berdasarkan kolektibilitas dan melakukan tindakan restrukturisasi dalam menangani kredit macet.

Berikut terdapat tabel pinjaman yang diberikan Bank BNI berdasarkan kolektibilitas Bank Indonesia:

Tabel 4. 1 Pinjaman yang diberikan Bank BNI berdasarkan Kolektibilitas BI

Keterangan	2018	2019	2020
	(Rp Juta)	(Rp Juta)	(Rp Juta)
Kurang Lancar	2.028.042	5.041.299	9.320.499
Diragukan	3.009.125	695.686	3.490.266
Macet	5.001.135	7.224.831	11.819.079

Sumber: *Annual Report* Bank BNI tahun 2018,2019 dan 2020

Sesuai dengan data pada tabel 4.1 diketahui bahwa kredit macet di tahun 2020 sampai mencapai Rp 11.819.079, maka dari itu pertumbuhan NPL Gross Bank BNI pada tabel 1.2 ditahun 2020 sampai mencapai 4,3% yang hampir mendekati batas maksimal NPL yang ditetapkan OJK. Dengan melihat data ini maka Bank BNI menerapkan strategi untuk mengurangi risiko yang mungkin saja tidak terdeteksi secara dini.

Pertama, Bank BNI akan menetapkan syarat dan ketentuan sebagai *screening* awal yaitu calon peminjam merupakan Warga Negara Indonesia (WNI) yang telah bekerja sebagai pegawai tetap dengan mempunyai penghasilan tetap dan sudah melakukan *payroll* di Bank BNI, calon peminjam minimal berusia 21 tahun dan maksimal 65 tahun pada saat kredit lunas dan calon peminjam harus melengkapi form aplikasi dan dokumen yang telah ditetapkan.

Kedua, setelah melakukan *screening* awal selanjut Bank BNI akan menerapkan prinsip 7P dalam penyaluran KTA BNI Fleksi *payroll* sebagai berikut:

1. *Personality*

Bank BNI akan memastikan bahwa calon peminjam tidak mempunyai tanggungan kredit lainnya dan melakukan pengecekan melalui SLIK (Sistem Layanan Informasi Keuangan) bahwa selama calon peminjam dulu mau pun sekarang menggunakan kredit kolektibilitasnya selalu lancar.

2. *Party*

Bank BNI akan melakukan pengklasifikasian peminjam berdasarkan gaji yang di *payroll*-kan, tenor dan jenis perusahaan tempat peminjam itu bekerja. Jika calon peminjam merupakan pegawai swasta maka pinjaman yang diberikan sebesar 60% sedangkan bila calon peminjam pegawai kementerian BUMN maka pinjaman yang diberikan sebesar 70%.

3. *Purpose*

Bank BNI dapat menanyakan langsung kepada calon peminjam tujuan dari pengajuan kredit ini atau dapat dilihat dari 2 prinsip sebelumnya dan juga beranggapan bahwa calon peminjam mengajukan untuk memenuhi kebutuhan konsumtif.

4. *Prospect*

Bank BNI akan menerapkan khusus kepada calon peminjam yang mengajukan pinjaman untuk modal usahanya, hal yang dilakukan oleh Bank BNI adalah dengan melihat dari proposal atau laporan keuangan usahanya dan melihat dari sektor usahanya.

5. *Payment*

Bank BNI akan memperkirakan kemampuan bayar calon peminjam yang dilihat dari gaji peminjam yang telah di *payroll*-kan.

6. *Profitability*

Bank BNI akan menerapkan khusus kepada calon peminjam yang mengajukan pinjaman untuk usahanya, hal yang dilakukan oleh Bank BNI adalah mengecek kebenaran kelancaran laporan keuangan usahanya agar mengetahui kestabilan profitnya.

7. *Protection*

Bank BNI tidak menerapkan prinsip ini dikarenakan sesuai dengan pengertian dari KTA itu sendiri, yang di mana tidak adanya jaminan/agunan yang diberikan kepada pihak Bank.

Ketiga, setelah diterapkannya prinsip 7P maka Bank BNI akan memberikan pinjaman kredit kepada peminjam yang memenuhi prinsip 7P tersebut untuk mengurangi risiko yang dapat menimbulkan kerugian bagi Bank. Selanjutnya Bank BNI akan melakukan pemantauan terhadap peminjam dengan melihat dari kualitasnya berdasarkan kolektibilitas yang telah ditentukan oleh BI, terdapat 5 status kolektibilitas yaitu Lancar, Dalam Perhatian Khusus (DPK), Kurang Lancar, Kredit diragukan dan Kredit macet yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Lancar

Kriteria status kredit lancar ini adalah pembayaran angsuran pokok dan atau bunga dilakukan tepat waktu dan mutasi rekeningnya berjalan secara aktif.

2. Dalam Perhatian Khusus (DPK)

Kriteria status kredit DPK ini adalah terjadi tunggakan angsuran pokok dan atau bunga yang belum melampaui 90 hari karena adanya cerukan, mutasi rekeningnya relatif aktif, jarang terjadi pelanggaran terhadap kontrak yang diperjanjikan dan didukung adanya pinjaman baru.

3. Kurang Lancar

Kriteria status kredit kurang lancar ini adalah terjadi tunggakan angsuran pokok dan atau bunga yang telah melebihi 90 hari karena sering terjadi cerukan, mutasi rekeningnya relatif rendah, terjadinya pelanggaran terhadap kontrak yang diperjanjikan, terdapat indikasi masalah keuangan dan dokumentasi yang lemah.

4. Kredit diragukan

Kriteria status kredit diragukan ini adalah terjadi tunggakan angsuran pokok dan atau bunga yang telah melampaui 180 hari karena cerukan yang permanen, terjadi pelanggaran terhadap kontrak yang diperjanjikan lebih dari 180 hari, terjadi kapitalis bunga dan dokumentasi hukum yang lemah untuk perjanjian kredit mau pun pengikat jaminan.

5. Kredit macet

Kriteria status kredit macet ini adalah terjadi tunggakan angsuran pokok dan atau bunga yang telah melampaui 270 hari dan kerugian operasional ditutup dengan pinjaman baru.

Setelah melakukan pemantauan melalui kolektibilitas maka pihak Bank BNI akan mengetahui status dari peminjamnya untuk mengetahui tindakan yang dilakukan untuk menangani status kredit macet yang dapat menimbulkan kerugian bagi Bank. Tindakan yang dilakukan Bank BNI untuk menangani status kredit macet adalah dengan menggunakan metode restrukturisasi.

Sebelum melakukan metode restrukturisasi pihak Bank akan menghubungi pihak perusahaan untuk memastikan bahwa peminjam masih menjadi karyawan di perusahaan tersebut, lalu pihak bank mencoba menghubungi peminjam melalui telepon maupun mendatangi kediaman peminjam untuk menagih pembayaran kewajiban kredit peminjam saat itu. Jika peminjam tidak dapat membayarkan secara langsung pada saat itu maka yang tindakan yang diterapkan oleh Bank BNI berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) yaitu dengan melakukan restrukturisasi yang di mana pihak Bank memberikan keringanan kepada peminjam dalam membayar kredit dengan cara memperpanjang jangka waktu kredit, misalnya bila peminjam harus membayar kredit dalam jangka waktu 6 bulan maka pihak Bank dapat memperpanjang menjadi 1 tahun untuk peminjam mengembalikan kewajiban pembayaran kreditnya.

KESIMPULAN

Bank BNI melakukan strategi atau mitigasi risiko dalam mengurangi risiko lebih awal pada penyaluran KTA BNI Fleksi *payroll* dengan melakukan penerapan prinsip 7P dan menggunakan

metode restrukturisasi dalam penanganan kredit macet untuk menekan atau menstabilkan rasio NPL Gross Bank BNI agar tidak menyentuh batas maksimal yang telah ditetapkan OJK.

DAFTAR PUSTAKA

- Cermati. (2022). *Pinjaman Kredit Tanpa Agunan Payroll*. Diambil kembali dari Cermati.com: <https://www.cermati.com/kredit-tanpa-agunan/t/cta-payroll>
- Kasmir. (2008). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Kasmir. (2012). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2016). *Dasar-dasar Perbankan - Ed. Revisi - cet 14*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Pandia, F. (2012). *Manajemen Dana dan Kesehatan Bank*. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.
- Peltier, T. R. (2014). *Information Security Risk Analysis*. Boca Raton.
- PT. Bank Mandiri. (2018, Desember 31). *NPL Gross dan Penyaluran KTA*. Dipetik Agustus 9, 2022, dari Laporan Tahunan 2018: <https://bankmandiri.co.id/documents/38265486/38265681/AR+2018+%23+Bank+Mandiri+%28e+reporting+INDO%29+25+Juli+2019.pdf/2d95dda2-162b-6111-2abc-8a7c241806dd?t=1565669023536>
- PT. Bank Mandiri. (2019, Desember 31). *NPL Gross dan Penyaluran KTA*. Dipetik Agustus 9, 2022, dari Laporan Tahunan 2019: <https://bankmandiri.co.id/documents/38265486/38265681/AR+2019+%23+Bank+Mandiri+%28Indo%29.pdf/402d2f6e-ecf4-7beb-fcd2-862b75771d20?t=1596521089856>
- PT. Bank Mandiri. (2020, Desember 31). *NPL Gross dan Penyaluran KTA*. Dipetik Agustus 9, 2022, dari Laporan Tahunan 2020: <https://bankmandiri.co.id/documents/38265486/0/AR+2020+%23+PT+Bank+Mandiri+%28Persero%29+Tbk+%28IND%29+23042021+LR.pdf/340ba6c4-7bfd-6fd8-dd75-2412d0c3846f?t=1619503445510>
- PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. (2018, desember 31). *NPL Gross dan Penyaluran Kredit BNI Fleksi payroll*. Dipetik Januari 17, 2022, dari bni.co.id: https://www.bni.co.id/Portals/1/BNI/Perusahaan/HubunganInvestor/Docs/AR_BBNI_2018_IND.pdf
- PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. (2019, Desember 31). *NPL Gross dan Penyaluran KTA*. Dipetik Januari 17, 2022, dari Annual Report 2019: https://www.bni.co.id/Portals/1/BNI/Perusahaan/HubunganInvestor/Docs/BNI_AR2019_BAHAS A.pdf
- PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. (2020, Desember 31). *NPL Gross dan Penyaluran KTA*. Dipetik Januari 17, 2022, dari Annual Report 2020: <https://www.bni.co.id/Portals/1/BNI/Perusahaan/HubunganInvestor/Docs/AR-BNI-TB-2020-Bahasa.pdf>
- PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. (2019, April 24). *NPL Gross dan Penyaluran KTA*. Dipetik Agustus 9, 2022, dari Annual Report 2018: <https://www.ir-bri.com/misc/AR/AR-BRI-EN-2018.pdf>

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. (2020, Februari 6). *NPL Gross dan Penyaluran KTA*. Dipetik Agustus 9, 2022, dari Annual Report 2019: <https://www.ir-bri.com/misc/AR/AR-BBRI-2019-EN.pdf>

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. (2021, Maret 3). *NPL Gross dan Penyaluran KTA*. Dipetik Agustus 8, 2022, dari Annual Report 2020: <https://www.ir-bri.com/misc/AR/AR2020-BBRI.pdf>

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya untuk kita semua. Shalawat serta salam semoga tercurah kepada Rasulullah SAW beserta keluarga dan sahabat-sahabatnya sehingga saya bisa dapat menyelesaikan penulisan artikel yang berjudul “Analisis Mitigasi Risiko Kredit Tanpa Agunan (KTA) padaproduk BNI Fleksi PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.”

Pada kesempatan yang baik ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan proposal penelitian ini. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih terutama kepada :

1. Bapak Dr. sc. H. Zainal Nur Arifin, Dip 1 -Ing. HTL., M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Ibu Dr. Sabar Warsini, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.
3. Ibu Mia Andika Sari, S.Hum., M.M. selaku Ketua Program Studi Keuangan dan Perbankan Terapan Jurusan Akuntansi.
4. Ibu Nuraeni Hadiati Farhani, SST., MBA selaku Dosen Pembimbing skripsi.
5. Seluruh dosen yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama perkuliahan.
6. Keluarga yang penulis sayangi, sahabat SMA penulis dan para sahabat sultan yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.
7. Seluruh teman dari Program Studi Keuangan dan Perbankan Terapan Angkatan 2018 yang sama-sama berjuang untuk menyelesaikan proposal penelitian ini terutama kepada PKK.
8. Serta seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu atas bantuan masukan, dan semangatnya dalam menyelesaikan proposal penelitian ini.

Halaman Persetujuan Artikel dari Dosen Pembimbing

Artikel saya berjudul

Analisis Mitigasi Risiko Kredit Tanpa Agunan pada Produk BNI Fleksi PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.

Telah selesai dikoreksi dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk dipublikasikan.

Tanda tangan

tanggal



14 Agustus 2022

Mahasiswa.....



14 Agustus 2022

Dosen Pembimbing

Analisis Pengukuran Kinerja Lembaga Pengelola Zakat dengan Menggunakan Metode Balance Scorecard dalam Mewujudkan Maqashid Syariah (Studi Pada Lazis Al Haromain)

Charity Riyandari¹, Dede Abdul Fatah²

charity.riyandari.ak18@mhs.wpnj.ac.id, dede.abdulfatah@akuntansi.pnj.ac.id

Politeknik Negeri Jakarta

Jl. Prof. Dr. G. A. Siwabessy, 16425, Depok, Jawa Barat, Indonesia

ABSTRACT

This study aims to analyze the performance measurement of Lazis Al Haromain and identify the achievement of maqashid sharia against the performance of Lazis Al Haromain. In this study using the balanced scorecard data analysis method and the help of the Microsoft Excel application. The performance of Lazis Al Haromain, which was assessed using the balanced scorecard method with four perspectives, namely the financial perspective, customers (muzakki and mustahiq), internal business, and learning and growth, as a whole can be said to be "Good Enough" because it obtained a final score of 0.4 with criteria that have been adjusted on the rating scale. This is of course also supported by the achievement of maqashid sharia with "Good" which is assessed using the five values of maqashid sharia, namely the protection of religion, soul, reason, ancestry, and property mustahiq Lazis Al Haromain with criteria that have been adjusted to the descriptive criteria of percentage.

Keywords: *Keywords: performance measurement, balanced scorecard, maqashid syariah.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengukuran kinerja Lazis Al Haromain dan mengidentifikasi pencapaian maqashid syariah terhadap kinerja Lazis Al Haromain. Pada penelitian ini menggunakan metode analisis data *balanced scorecard* dan bantuan aplikasi *Microsoft excel*. Kinerja Lazis Al Haromain yang dinilai menggunakan metode *balanced scorecard* dengan empat perspektifnya yakni perspektif keuangan, pelanggan (muzakki dan mustahiq), bisnis internal, serta pembelajaran dan pertumbuhan, secara keseluruhan dapat dikatakan "Cukup Baik" karena memperoleh skor akhir 0,4 dengan kriteria yang telah disesuaikan pada *rating scale*. Hal tersebut tentunya di dukung pula dengan pencapaian maqashid syariah dengan "Baik" yang dinilai menggunakan lima nilai maqashid syariah yakni perlindungan terhadap agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta mustahiq Lazis Al Haromain dengan kriteria yang telah disesuaikan pada kriteria deksriptif presentase.

Kata Kunci: pengukuran kinerja, *balanced scorecard*, maqashid syariah.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Zakat merupakan salah satu ibadah yang diwajibkan oleh Allah SWT kepada setiap kaum muslim di mana pun ia berada. Menunaikan ibadah zakat memiliki tujuan yang sudah jelas yaitu untuk kemaslahatan umat seperti dapat membantu untuk memecahkan masalah kemiskinan pada suatu negara, meratakan pendapatan umat, serta meningkatkan kesejahteraan umat dan negara. Berdasarkan data *statistic real time* Kementerian Agama Republik Indonesia menunjukkan bahwa penduduk Indonesia yang beragama Islam sampai bulan Juni 2022 sebanyak 9.213.730 jiwa (data.kemenag.go.id, 2022). Melihat banyaknya jumlah penduduk Indonesia yang beragama Islam tersebut, maka Indonesia memiliki potensi ekonomi Islam yang sangat besar.

Namun, berdasarkan perhitungan Indikator Pemetaan Potensi Zakat (IPPZ) (dalam Ahmad Zayadi, 2022), menyatakan bahwa total pengumpulan zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) di Indonesia pada laporan akhir tahun 2021 hanya mencapai Rp14 Triliun, sementara potensi zakat di Indonesia mencapai Rp327,6 Triliun pertahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat gap antara potensi zakat dengan realisasi penghimpunan zakat yang dapat disebabkan karena rendahnya kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pengelola zakat dan kemampuan manajemen atau kinerja lembaga pengelola zakat yang masih kurang (Lia Chunaifatul, 2021).

Jika suatu lembaga pengelola zakat memiliki kinerja amil yang dapat berperan dengan baik, maka akan memberikan dampak yang baik terhadap optimalnya penghimpunan dan penyaluran dana ZIS (Lia Chunaifatul, 2021). Untuk mengetahui kinerja perusahaan, dapat dicapai dengan melakukan pengukuran kinerja perusahaan yang *representative* sehingga dapat memberikan kontribusi untuk memajukan dan mensukseskan perusahaan dalam mencapai sasarannya (M Asyraf, 2021).

Pengukuran kinerja adalah suatu kegiatan penilaian yang penting untuk dilakukan secara periodik berdasarkan standard dan kriteria yang telah ditetapkan (Lia Chunaifatul, 2021). Oleh karena itu, diperlukan sebuah metode yang digunakan sebagai alat ukur kinerja perusahaan yang dapat menggabungkan perspektif keuangan dan perspektif non-keuangan seperti *balanced scorecard* (BSC). Menurut Kaplan dan Norton (dalam Anwar Sarul, et al., 2021) *balanced scorecard* adalah metode pengukuran dan pengendalian yang dapat memperoleh hasil dengan cepat, tepat, dan komprehensif sehingga dapat memberikan pemahaman kepada manajer mengenai operasional bisnis suatu perusahaan karena pada *balanced scorecard* memiliki empat perspektif yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja yakni perspektif keuangan, pelanggan, bisnis internal, serta pembelajaran dan pertumbuhan.

Selain itu, Lembaga pengelola zakat merupakan lembaga yang menganut nilai-nilai keagamaan karena bergerak untuk mengumpulkan dan mendayagunakan dana ZIS yang merupakan bagian dari perintah Allah (Oom Komariyah, 2013). Maka kinerja lembaga pengelola zakat harus sesuai dengan konsep *maqashid syariah* yang bertujuan untuk menjaga agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. *Maqashid syariah* adalah tujuan Allah dan Rasulnya dalam merumuskan hukum-hukum Islam (Sakirman, 2012). Dengan adanya *maqashid syariah* yang harus dipahami oleh setiap lembaga pengelola zakat, hal tersebut dapat mencegah dan

menghindarkan lembaga pengelola zakat dari tindakan penyelewengan dana zakat yang berdampak pada kinerja lembaga pengelola zakat.

Lazis Al Haromain merupakan salah satu lembaga yang berperan aktif dan dipercaya oleh masyarakat untuk melakukan pengumpulan dan pengelolaan dana ZIS. Namun, telah ditemukan beberapa permasalahan yang berdampak pada kinerja Lazis Al Haromain yaitu jika dilihat dari visi Lazis Al Haromain, belum sepenuhnya menerapkan prinsip transparansi karena belum melakukan publikasi terkait laporan keuangan digital pada website resminya. Sementara jika dilihat dari misi Lazis Al Haromain, telah berhasil dicapai karena memiliki berbagai program yang sesuai dengan misinya.

Ditemukan pula Lazis Al Haromain merupakan lembaga zakat yang berdiri pada tahun 2001, tetapi belum pernah melakukan pengukuran kinerja lembaga. Dibandingkan dengan lembaga zakat yang ada di Surabaya, Lazis Al Haromain merupakan lembaga zakat terlama yang tidak pernah melakukan pengukuran kinerja. Lazis Al Haromain hanya melakukan evaluasi kerja karyawan melalui rapat yang dilakukan setiap satu minggu sekali.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan di atas maka penulis tertarik untuk melakukan analisis pengukuran kinerja pada Lazis Al Haromain dan mengidentifikasi pencapaian maqashid syariah terhadap kinerja Lazis Al Haromain, dengan memilih judul “Analisis Pengukuran Kinerja Lembaga Pengelola Zakat Dengan Menggunakan Metode *Balanced Scorecard* Dalam Mencapai Maqashid Syariah (Studi Pada Lazis Al Haromain)”.

Permasalahan

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka yang menjadi pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kinerja Lazis Al Haromain jika diukur menggunakan metode *balanced scorecard*?
2. Bagaimana pencapaian maqashid syariah terhadap kinerja Lazis Al Haromain jika diukur menggunakan lima nilai maqashid syariah?

Tujuan

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang diajukan, maka tujuan dilakukannya penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis kinerja Lazis Al Haromain jika diukur menggunakan pendekatan *balanced scorecard*.
2. Untuk mengidentifikasi pencapaian nilai-nilai maqashid syariah terhadap kinerja Lazis Al Haromain jika diukur menggunakan lima nilai maqashid syariah.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengukuran Kinerja

Pengukuran kinerja adalah aktivitas manajemen yang membandingkan tingkat kinerja dengan standar dan rencana melalui indikator kinerja yang telah ditetapkan (Kojo, Tinangon, dan

Afandi, 2019). Menurut Kaswan (2012) kinerja adalah suatu tingkat keberhasilan yang diperoleh oleh seseorang selama periode tertentu karena telah melaksanakan tugas-tugasnya yang dibandingkan dengan standar hasil kerja, target atau sasaran yang telah ditentukan oleh perusahaan. Adanya pengukuran kinerja tersebut dapat digunakan sebagai bahan evaluasi bagi organisasi, sehingga dapat mengembangkan dan memperbaiki kinerjanya.

Lembaga Pengelola Zakat

Secara umum Lembaga Pengelola Zakat (LPZ) adalah sebuah institusi yang dibentuk oleh pemerintah dan masyarakat serta bertugas untuk mengelola dana zakat, infaq, dan sedekah. Di Indonesia pengelolaan zakat telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 mengenai Pengelolaan Zakat. Dalam Undang-Undang tersebut, Indonesia memiliki dua lembaga pengelola zakat yaitu Badan Amil Zakat (BAZ) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ).

Balanced Scorecard

Metode *balanced scorecard* pertama kali diperkenalkan dan dikembangkan oleh Drs. Robert Kaplan dan David Norton pada tahun 1990. Menurutnya, *balanced scorecard* adalah suatu metodologi yang dapat digunakan untuk menilai atau mengukur kinerja yang berorientasi pada pandangan yang strategis untuk masa depan (Lia Chunaifatul, 2021). *Balanced scorecard* berasal dari dua kata yaitu *balanced* (berimbang) yang berarti suatu kinerja yang baik harus memiliki keseimbangan. Sementara *scorecard* (kartu skor) yang berarti suatu kartu yang dapat digunakan untuk mencatat kinerja seseorang.

Maqashid Syariah

Secara bahasa maqashid syariah terdiri dari dua kata, yaitu maqashid dan syariah. Kata maqashid berasal dari kata maqshad yang berarti maksud dan tujuan, sedangkan syariah secara bahasa berarti jalan menuju sumber mata air atau sumber kehidupan. Adapun pengertian maqashid syariah menurut Imam Al-Ghazali Maqashid syariah adalah segala sesuatu yang dapat mensejahterakan manusia melalui perlindungan keimanan (din), jiwa (nafs), akal (aql), dan harta (maal) mereka. Segala sesuatu yang menjamin kelima hal tersebut harus dianjurkan dan dilakukan, sementara segala sesuatu yang tidak menjamin kelima hal tersebut harus dihindarkan.

METODE PENELITIAN

Metode Analisis Data

Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan dua teknik, karena pada penelitian ini melakukan dua penilaian. Penilaian pertama, pengukuran kinerja Lazis Al Haromain dengan menggunakan pendekatan *balanced scorecard* dibantu aplikasi *Microsoft excel* untuk menghitung data menggunakan rumus pada setiap perspektifnya, sehingga akan diketahui skor akhir untuk menentukan kriteria kinerja dengan menyesuaikan pada *rating scale*.

Tabel 1. *Rating Scale*

Keterangan	Skor	Hasil
Baik	1	≥ 80%

Cukup Baik	0	0 – 0,6
Kurang Baik	-1	≤ 50%

Sementara penilaian kedua, pencapaian maqashid syariah terhadap kinerja Lazis Al Haromain dengan melakukan pengolahan data menggunakan *Microsoft excel*, sehingga dapat diketahui hasil persentase jawaban untuk menentukan kriteria pencapaian maqashid syariah yang disesuaikan dengan kriteria analisis deskriptif presentase.

Tabel 2. Kriteria Deskriptif Presentase

Presentase (%)	Hasil
20 – 36	Sangat Tidak Baik
37 – 52	Tidak Baik
53 - 68	Kurang Baik
69 – 84	Baik
85 - 100	Sangat Baik

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum

Lazis Al Haromain berdiri pada tahun 2001 menggunakan nama Lembaga Dana Sosial Al Islah. Pada tahun 2002 Lembaga Dana Sosial Al Islah bergabung dengan Yayasan Persyada Al Haromain dan mengganti namanya menjadi Lembaga Amil Zakat (LAZ) Al Haromain. Namun, untuk memperluas ruang geraknya LAZ Al Haromain mengganti nama lagi menjadi Lembaga Amil Zakat, Infaq, dan Shodaqoh (LAZIS) Al Haromain pada tahun 2003 hingga saat ini. Lazis Al Haromain telah mendapatkan izin operasional dari Kementrian Agama Republik Indonesia, dengan SK. Kemenkum dan HAM RI No.AHU-04754.50.10.2014, SK. Dirjen Bimas Islam Kemenag RI No.704 tahun 2019.

Lazis Al Haromain memiliki motto yaitu “Menebar Manfaat Meraih Kemuliaan”, yang berarti bahwa Lazis Al Haromain selalu berkomitmen untuk menyebarkan manfaat dalam upaya meraih kemuliaan seperti kejayaan Islam yang dapat dilakukan melalui gerakan sadar akan pentingnya zakat dan mengoptimalkan program penghimpunan dana ZIS, serta selalu berkomitmen untuk menjunjung tinggi sifat amanah, transparansi, dan akuntabilitas dalam kegiatan penghimpunan dan pendistribusian dana ZIS.

Adapun visi dan misi Lazis Al Haromain, sebagai berikut:

A. Visi

Menjadi lembaga pengelola dana zakat, infaq, shodaqoh, wakaf, dan social tingkat nasional yang terpercaya, transparan, dan akuntabel untuk mendukung dakwah dan mewujudkan kesejahteraan umat.

B. Misi

- 1) Melakukan gerakan penyadaran ZIS, wakaf, dan dana social di kalangan umat Islam.
- 2) Melakukan optimalisasi pengumpulan dana ZIS, wakaf, dan dana social.
- 3) Mengupayakan pendayagunaan dana ZIS, wakaf, dan dana social untuk mendukung kegiatan.

- 4) Dakwah dalam mewujudkan kesejahteraan umat dan kejayaan Islam.

Pengukuran Kinerja Lazis Al Haromain Menggunakan Metode Balanced Scorecard

1. Perspektif Keuangan

Pada perspektif keuangan dapat menggunakan efisiensi keuangan yang diperoleh dari hasil perbandingan antara realisasi penerimaan dengan target penerimaan.

Tabel 3. Efisiensi Keuangan Lazis Al Haromain

Keterangan	2020 (Rp)	2021 (Rp)
Target Penerimaan	14.500.000.000	17.250.000.000
Realisasi Penerimaan	15.350.073.853	17.438.619.226
Biaya Operasional	15.000.876.223	16.821.061.212
% Efisiensi Keuangan	98%	104%

Sumber: Data penelitian, diolah (2022)

Diketahui bahwa Lazis Al Haromain memiliki kinerja yang baik dalam menghimpun dana ZIS dari masyarakat karena mampu melebihi target yang diinginkan dengan biaya operasional berada dibawah jumlah penerimaan dana ZIS.

2. Perspektif Pelanggan (Muzakki dan Mustahiq)

Perspektif pelanggan dapat diukur melalui tiga aspek yaitu akuisisi muzakki, retensi muzakki, serta tingkat kepuasan muzakki dan mustahiq.

1) Akuisisi Muzakki

Perhitungan akuisisi muzakki dilakukan untuk mengetahui kemampuan Lazis Al Haromain dalam memperoleh muzakki baru pada periode tertentu.

Tabel 4. Akuisisi Muzakki Lazis Al Haromain

Keterangan	2020	2021
Jumlah Muzakki Baru	27	35
Jumlah Muzakki	5.642	5.937
% Akuisisi Muzakki	48%	59%

Sumber: Data penelitian, diolah (2022)

Dapat diketahui bahwa kemampuan Lazis Al Haromain dalam menarik muzakki baru dapat dikatakan baik karena terdapat muzakki baru pada setiap tahunnya.

2) Retensi Muzakki

Perhitungan retensi muzakki dilakukan untuk mengetahui kemampuan Lazis Al Haromain dalam mempertahankan muzakkinya.

Tabel 5. Retensi Muzakki Lazis Al Haromain

Keterangan	2020	2021
Jumlah Muzakki Nonaktif	5	5
Jumlah Muzakki	5.642	5.937

% Retensi Muzakki	8%	8%
--------------------------	-----------	-----------

Sumber: Data penelitian, diolah (2022)

Dapat diketahui bahwa retensi muzakki pada Lazis Al Haromain dapat dikatakan cukup baik karena memiliki nilai retensi muzakki yang sama pada tahun 2020 dan 2021 dengan jumlah muzakki yang nonaktif sebanyak 5 orang.

3) Tingkat Kepuasan Muzakki dan Mustahiq

Untuk mengetahui tingkat kepuasan muzakki dan mustahiq Lazis Al Haromain dapat dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Berikut interval tingkat kepuasan muzakki:

675 – 1.215 = sangat tidak puas

1.216 – 1.755 = tidak puas

1.756 – 2.295 = kurang puas

2.296 – 2.835 = puas

2.836 – 3.375 = sangat puas

Diketahui bahwa indeks kepuasan muzakki yang telah diperoleh dari penyebaran kuesioner sebesar 2.999. Maka berdasarkan interval di atas, tingkat kepuasan muzakki Lazis Al Haromain dapat dikategorikan sangat puas karena mencapai pada interval antara 2.836 – 3.375. Sementara untuk mengetahui tingkat kepuasan mustahiq dengan interval sebagai berikut:

300 – 540 = sangat tidak puas

541 – 780 = tidak puas

781 – 1.020 = kurang puas

1.021 – 1.260 = puas

1.261 – 1.500 = sangat puas

Diketahui bahwa indeks kepuasan mustahiq yang telah diperoleh dari penyebaran kuesioner sebesar 1.337. Maka berdasarkan interval di atas, tingkat kepuasan mustahiq Lazis Al Haromain dapat dikategorikan sangat puas karena mencapai pada interval antara 1.261 – 1.500.

3. Perspektif Bisnis Internal

Pada perspektif bisnis internal dapat melihat aktivitas Lazis Al Haromain dalam menjalankan programnya yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Pada perspektif ini meliputi proses inovasi dan proses operasi.

1) Proses Inovasi

Pada proses inovasi dapat melihat kemampuan Lazis Al Haromain dalam membuat program baru yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Tabel 6. Inovasi Lazis Al Haromain

Keterangan	2020	2021
Inovasi yang terealisasi dalam 1 periode	5	5

Inovasi yang ditargetkan	5.642	5.937
% Retensi Muzakki	8%	8%

Sumber: Data penelitian, diolah (2022)

Berdasarkan perhitungan diatas, maka dapat diketahui kemampuan Lazis Al Haromain dalam melakukan inovasi pada tahun 2021 sudah baik, sehingga diharapkan dapat memberikan rasa kepuasan kepada muzakki dan mustahiq serta memberikan nilai tambah bagi Lazis Al Haromain.

2) Proses Operasi

Dengan mengukur proses operasi dapat mengetahui usaha yang dijalankan oleh Lazis Al Haromain yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan seperti zakat, infaq, dan jariah pesantren.

Tabel 7. Produk Operasi Lazis Al Haromain

Produk	2020	2021	%Naik (Turun)
Zakat	1.014.396.554	1.537.477.334	51,5%
Infaq	12.014.563.004	4.878.581.884	(59,3%)
Jariah Pesantren	8.393.407.823	8.475.731.847	0,98%
Rata-Rata	7.140.789.127	4.963.930.355	(30,4%)

Sumber: Data penelitian, diolah (2022)

Berdasarkan table diatas, dapat diketahui bahwa secara rata-rata untuk produk operasi Lazis Al Haromain mengalami penurunan yang signifikan sebesar 30,4%. Oleh karena itu, proses operasi Lazis Al Haromain dapat dikatakan kurang baik.

4. Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan

Pada perspektif ini berkaitan dengan kapabilitas sumber daya manusia yang dimiliki oleh Lazis Al Haromain. Perspektif ini dapat meliputi retensi karyawan, produktivitas karyawan, dan tingkat kepuasan karyawan.

1) Retensi karyawan

Pada retensi karyawan dapat mengetahui kemampuan Lazis Al Haromain dalam mempertahankan karyawannya yang dimilikinya dan kemampuan dalam memberikan motivasi kepada karyawan.

Tabel 8. Retensi Karyawan Lazis Al Haromain

Keterangan	2020	2021
Jumlah Karyawan Keluar Dalam 1 Periode	1	2
Jumlah Karyawan	69	67
% Retensi Karyawan	1,44%	2,98%

Sumber: Data penelitian, diolah (2022)

Dapat diketahui bahwa retensi karyawan pada Lazis Al Haromain dapat dikatakan kurang baik karena tidak mampu mempertahankan karyawan yang dimilikinya.

2) Produktivitas Karyawan

Tabel 9. Produktivitas Karyawan Lazis Al Haromain

Keterangan	2020	2021
Jumlah Penerimaan	Rp15.350.073.853	Rp17.438.619.226
Target Penerimaan	14.500.000.000	17.250.000.000
Jumlah Karyawan	69 orang	67 orang
Rata-Rata Realisasi Produktivitas per Orang	Rp222.464.838	Rp260.277.899
Rata-Rata Target Produktivitas per Orang	Rp210.144.928	Rp257.462.687
% Produktivitas	106%	101%

Sumber: Data penelitian, diolah (2022)

Berdasarkan table, dapat diketahui bahwa pada Lazis Al Haromain memiliki produktivitas karyawan yang baik dalam menghimpun dana zakat dari masyarakat yang mampu melebihi target yang diharapkan.

3) Tingkat Kepuasan Karyawan

Untuk mengetahui tingkat kepuasan karyawan dapat dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan interval sebagai berikut:

495 – 891 = dikategorikan sangat tidak puas

892 – 1.287 = dikategorikan tidak puas

1.288 – 1.683 = dikategorikan kurang puas

1.684 – 2.079 = dikategorikan puas

2.080 – 2.475 = dikategorikan sangat puas

Diketahui bahwa indeks kepuasan karyawan bekerja yang diperoleh dari penyebaran kuesioner sebesar 2.028. Maka berdasarkan interval di atas, tingkat kepuasan mustahiq Lazis Al Haromain dapat dikategorikan puas karena mencapai pada interval antara 1.684 – 2.079.

Berikut adalah table skor penilaian kinerja pada Lazis Al Haromain dengan metode *balanced scorecard*:

Tabel 10. Penilaian Kinerja Lazis Al Haromain Menggunakan Balanced Scorecard

Keterangan	Kriteria	Skor
Perspektif Keuangan		
Pertumbuhan dana ZIS	Baik	1
Perspektif Pelanggan (Muzakki dan Mustahiq)		
1. Akuisisi Muzakki	Baik	1
2. Retensi Muzakki	Cukup	0
3. Tingkat Kepuasan Pelanggan	Baik	1
Perspektif Bisnis Internal		
1. Proses Inovasi	Baik	1
2. Proses Operasi	Kurang	-1
Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran		

1. Retensi Karyawan	Kurang	-1
2. Produktivitas Karyawan	Baik	1
3. Tingkat Kepuasan Karyawan	Baik	1
Total Skor		4

Sumber: Data penelitian, diolah (2022)

Maka berdasarkan perhitungan pada table penilaian kinerja di atas yang dilihat dari masing-masing perspektif *balanced scorecard*, kinerja Lazis Al Haromain memperoleh nilai rata-rata sebesar 0,4 ($4 \div 9 = 0,4$) dengan kriteria kinerja “Cukup Baik” karena berada pada skor antara 0 – 0,6 dengan kriteria “Cukup Baik”.

Pencapaian Maqashid Syariah Terhadap Kinerja Lazis Al Haromain

1. Perlindungan Terhadap Agama

Berdasarkan hasil survey pada mustahiq Lazis Al Haromain menunjukkan bahwa perlindungan terhadap agama telah tercapai dengan baik. Hal tersebut disebabkan karena pada Lazis Al Haromain memiliki berbagai program yang dapat mengajak mustahiq untuk mengikuti kegiatan keagamaan. Dengan adanya kegiatan tersebut, mustahiq dapat termotivasi untuk mengajak orang lain mengikuti keagamaan pula.

2. Perlindungan Terhadap Jiwa

Berdasarkan hasil survey pada mustahiq Lazis Al Haromain menunjukkan bahwa perlindungan terhadap agama telah tercapai dengan baik. Hal tersebut disebabkan karena pada Lazis Al Haromain telah menyediakan program yang ditujukan untuk memberikan jaminan kesehatan kepada mustahiq dengan memberikan fasilitas kesehatan berupa medical check up dan sosialisasi mengenai pentingnya menjaga kesehatan. Selain itu, Lazis Al Haromain juga memberikan bantuan pangan kepada mustahiq untuk memenuhi kebutuhan hidupnya berupa pemberian sembako dan makanan siap saji.

3. Perlindungan Terhadap Akal

Berdasarkan hasil survey pada mustahiq Lazis Al Haromain menunjukkan bahwa perlindungan terhadap agama telah tercapai dengan baik. Hal tersebut disebabkan karena pada Lazis Al Haromain memiliki program pemberdayaan ekonomi umat yang ditujukan untuk memberikan pembinaan dan pendampingan usaha mustahiq, sehingga mustahiq dapat menjadi lebih produktif. Selain itu, Lazis Al Haromain juga memberikan pembinaan dan pemahaman terkait agama kepada mustahiq yang diharapkan dapat diterapkan pada kehidupan sehari-hari.

4. Perlindungan Terhadap Keturunan

Berdasarkan hasil survey pada mustahiq Lazis Al Haromain menunjukkan bahwa perlindungan terhadap agama telah tercapai dengan baik. Hal tersebut disebabkan karena pada Lazis Al Haromain menyediakan program beasiswa Pendidikan untuk anak-anak

mustahiq dan memberikan fasilitas penunjang Pendidikan seperti pembangunan pondok pesantren, pemberian seragam sekolah, serta pemberian Al-Qur'an dan kitab.

5. Perlindungan Terhadap Harta

Berdasarkan hasil survey pada mustahiq Lazis Al Haromain menunjukkan bahwa perlindungan terhadap agama telah tercapai dengan baik. Hal tersebut disebabkan karena dana ZIS yang diterima oleh mustahiq merupakan dana dari orang-orang yang ikhlas untuk memberikan hartanya sebagai ZIS, sehingga dana yang diterima merupakan dana yang halal karena dapat membantu mustahiq untuk meningkatkan taraf ekonominya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa secara keseluruhan kinerja Lazis Al Haromain dikategorikan “Cukup Baik” yang dinilai menggunakan metode *balanced scorecard* dengan empat perspektif yakni perspektif keuangan, perspektif pelanggan (muzakki dan mustahiq), perspektif bisnis internal, serta perspektif pembelajaran dan pertumbuhan. Hal tersebut di dukung pula dengan tercapainya maqashid syariah terhadap kinerja Lazis Al Haromain karena memiliki berbagai program yang dapat melindungi agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta mustahiq.

Pengukuran kinerja pada Lazis Al Haromain menggunakan empat perspektif dari *balanced scorecard*. perspektif keuangan, dengan menilai pertumbuhan dana ZIS pada Lazis Al Haromain yang memperoleh nilai baik dalam menghimpun dana ZIS. Perspektif Pelanggan, menilai dari tiga indikator dengan memperoleh nilai baik dari pengukuran akuisisi muzakki dan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan, sementara dari pengukuran retensi muzakki memperoleh nilai cukup baik. Perspektif Bisnis Internal, menilai dari dua indikator yaitu pengukuran proses inovasi yang memperoleh nilai baik dan pengukuran proses operasi memperoleh nilai kurang baik. Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan, menilai dari tiga indikator dengan memperoleh nilai baik dari pengukuran produktivitas karyawan dan pengukuran tingkat kepuasan karyawan, sementara dari pengukuran retensi karyawan memperoleh nilai kurang baik.

Pengukuran pencapaian maqashid syariah terhadap kinerja Lazis Al Haromain yang diukur menggunakan lima indikator maqashid syariah. Perlindungan Agama, telah tercapai dengan baik karena tersedia program pada Lazis Al Haromain sehingga mustahiq dapat mengikuti kegiatan keagamaan dan termotivasi untuk mengajak orang lain mengikuti kegiatan keagamaan. Perlindungan Jiwa, telah tercapai dengan baik karena Lazis Al Haromain memberikan fasilitas Kesehatan berupa medical check up dan bantuan pangan kepada mustahiq. Perlindungan Akal, telah tercapai dengan baik karena Lazis Al Haromain memiliki program pemberdayaan ekonomi umat yang bertujuan untuk melakukan pembinaan pelatihan usaha kepada mustahiq dan mustahiq juga memperoleh pembinaan keagamaan dari Lazis Al Haromain. Perlindungan Keturunan, telah tercapai dengan baik karena Lazis Al Haromain menyediakan program beasiswa pendidikan untuk mustahiq dan memberikan fasilitas guna menunjang pendidikan mustahiq. Perlindungan Harta, telah tercapai dengan baik karena dana ZIS yang

diterima oleh mustahiq dari Lazis Al Haromain dapat meningkatkan ekonomi mustahiq dan mustahiq memperoleh pendapatan dari harta yang halal.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, A. M. (2016). Pengukuran Kinerja Baitulmal Kota Lhokseumawe Dengan Menggunakan Metode Balanced Scorecard. *Universitas Malikusaleh, December*, 1–18.
- Andika, R., & Hasanah, U. (2022). Pengaruh Sistem Layanan Jemput Zakat Dan Sistem Layanan Transfer Rekening Terhadap Tingkat Kepuasan Muzakki Pada Lazismu Kota Medan. *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(2), 275–284. <https://doi.org/10.56114/al-sharf.v3i2.322>
- Aninda, H. H., & Zuraidah. (2021). Analisis Kinerja Organisasi Pengelola Zakat dengan Pendekatan Indeks Zakat Nasional di Kota Kediri. *CENDEKIA : Jurnal Studi Keislaman*, 7(2), 255–265.
- APRIADI, F. A. (2019). *ANALISIS PENCAPAIAN MAQASHID SYARIAH TERHADAP PRODUK SIMPANAN PENDIDIKAN PADA BMT AL FADHILA SUKARAME BANDAR LAMPUNG*.
- Bastiar, Y., & Bahri, E. S. (2019). Model Pengukuran Kinerja Lembaga Zakat di Indonesia. *ZISWAF : Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 6(1), 43. <https://doi.org/10.21043/ziswaf.v1i1.5609>
- BAZNAS. (2019). Laporan Kinerja Badan Amil Zakat Nasional Tahun 2020. *Laporan*, 53(9), 1689–1699. www.baznas.go.id
- Fanany, M. A. (2021). *PENGUKURAN KINERJA PERUSAHAAN DENGAN METODE BALANCED SCORECARD PADA PT XYZ*.
- Fitriani. (2018). Performance Analysis of Zakat Practices in Pati Regency (Case Study: The National Board of Zakat [BAZNAS] Pati Regency, Indonesia). *International Journal of Zakat*, 3(2), 75–84. <https://doi.org/10.37706/ijaz.v3i2.79>
- Hapsari, et al., M. I. (2016). Distribution in Maqasid Al-Shariah Framework. *Journal of Islamic Financial Studies*, 2(2), 15–25. <https://doi.org/10.12785/jifs/020202>
- Larasati, D. N. (2015). Respon mustahik terhadap kinerja amil pada Badan Amil Zakat Infaq dan Shadaqah (BAZIS) provinsi daerah khusus ibukota (DKI) Jakarta. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*. <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/28144>
- LESTARI, P. (2018). *STUDI TINGKAT KEPUASAN KERJA DAN PENCAPAIAN MAQASHID SYARIAH KARYAWAN TAKAFUL KELUARGA YOGYAKARTA*.
- Marlia Asmarani, R. K. (2019). Akuntabilitas Lembaga Amil Zakat Dalam Perspektif Maqashid Syariah (Studi Pada Yayasan Dana Sosial Al Falah Surabaya). *Jurnal Akuntansi Unesa*, 8(1), 6.
- Mustahiq, B. P. (2020). *Pengaruh distribusi zakat produktif bagi pemberdayaan mustahiq (studi kasus baznas tembilahan)*.
- Noor, A. H. M., Rasool, M. S. A., Ali, R. M. Y. S. M., & Rahman, R. A. (2015). Efficiency of Islamic Institutions: Empirical Evidence of Zakat Organizations' Performance in Malaysia. *Journal of Economics, Business and Management*, 3(2), 282–286. <https://doi.org/10.7763/joebm.2015.v3.195>
- Oom Komariyah, SE, MM., M. S. (2013). Analisis Implementasi Maqashid Syariah Pada Lembaga Pengelola Zakat Dalam Membangun Konsep Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*.
- Pagestu, D. A. (2021). *Implementasi Maqasid Syariah Dalam Program Pendayagunaan Zis Jogja Sejahtera (Studi Pada Baznas Kota Yogyakarta)*. [https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/30212%0Ahttps://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/30212/14423043 Dimas Aryo Pangestu.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/30212%0Ahttps://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/30212/14423043%0ADimas%20Aryo%20Pangestu.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Paristu, A. I. (2014). Sistem Pengendalian Internal Pada Lembaga Amil Zakat (Studi Komparatif Lembaga Amil Zakat Al Azhar Peduli Ummat dan Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa). *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, 1(2), 150–168. <https://doi.org/10.24815/jdab.v1i2.3585>
- Pratama, L. S. (2018). Analisis Kinerja Lembaga Zakat Infaq dan Shodaqoh Dengan Metode Balanced Scorecard. *Academica: Journal of Multidisciplinary Studies*, 2(2), 233–246.
- Rahman, A. D., & Faizah, S. I. (2020). Kesejahteraan Dalam Perspektif Maqashid Syariah Pada

- Karyawan Badan Amil Zakat Dan Lembaga Amil Zakat Di Kota Surabaya. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 6(12), 2498. <https://doi.org/10.20473/vol6iss201912pp2498-2511>
- Soraya, G. A. R. (2021). *PENGEMBANGAN SISTEM PENILAIAN KINERJA PADA KOPERASI X SUKABUMI TAHUN 2016-2020 DENGAN METODE BALANCED SCORECARD*.
- Suryaningtyas, R. (2018). Analysis of BAZNAS Tangerang District Performance. *International Journal of Zakat*, 3(2), 57–73. <https://doi.org/10.37706/ijaz.v3i2.78>
- Umum, K. (2014). *Lembaran Negara*. 184, 1–27.
- Zakariya, M. (2016). STRATEGI PENINGKATAN KINERJA BADAN AMIL ZAKAT DAERAH (BAZDA) KABUPATEN NGANJUK (Studi Analisis dengan MetodeBalancedScorecard). *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 1.
- Zulkifli, M. F. Bin. (2014). *Region, Establish a Balance Scorecard Approach to Enhance Zakat Distribution System in East Coast*.

Peran Manajemen Sumber Daya Manusia dan *Public Relations* Produk Pembiayaan Murabahah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus BPRS Bogor Tegar Beriman)

Fairuz Nuryana Hadiyanti¹⁾, Bambang Waluyo²⁾

¹⁾Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Jakarta, fairuz.nuryanahadiyanti.ak18@mhs.wpnj.ac.id, Depok, 16425, Kota Depok, Indonesia

²⁾Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Jakarta, bambang.waluyo@akuntansi.pnj.ac.id, Depok, 16425, Kota Depok, Indonesia

ABSTRACT

In its operational activities, a company management plays a key role in looking both the quality of its human resources and the form of promotion applied to the customers. This study aims to reveal the role of human resource management (HRM) implementation and public relations promotion in increasing customers at BPRS Bogor Tegar Beriman. The study method in this research is descriptive qualitative. In this study, the authors used primary data from the results of interviews with customers and employees of BPRS Bogor Tegar Beriman. Otherwise, the secondary data comes from related scientific journals. The results of this study are that the role of human resources does not directly affect the enhancement in the number of employees' business customers that can affect their productivity to produce services and promotion strategies that can increase the number of customers by opening the market. However, the most prominent from of promotion at BPRS Bogor Tegar Beriman is public relations, where customers are interested in applying for financing due to the pick up the ball strategy.

Keywords: *HRM, strategy, promotion, financing, murabahah, public, relations.*

ABSTRAK

Dalam kegiatan operasionalnya, sebuah manajemen perusahaan memegang peran penting dalam melihat kualitas sumber daya manusia yang dimiliki dan juga bentuk promosi yang diterapkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap peran penerapan dari MSDM dan promosi *public relations* dalam meningkatkan jumlah nasabah di BPRS Bogor Tegar Beriman. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang didapat dari hasil wawancara dengan nasabah dan karyawan BPRS Bogor Tegar Beriman, serta data sekunder yang berasal dari jurnal ilmiah yang terkait. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa peran manajemen sumber daya manusia tidak secara langsung berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah melainkan kecakapan seorang karyawan yang berpengaruh terhadap produktivitasnya sehingga menghasilkan pelayanan yang memuaskan. Strategi promosi yang dilakukan dapat meningkatkan jumlah nasabah dengan diadakannya perluasan sasaran pasar. Selain itu, bentuk promosi yang paling menonjol pada BPRS Bogor Tegar Beriman yaitu *public relations* dimana nasabah tertarik untuk mengajukan pembiayaan dikarenakan adanya strategi jempot bola.

Kata-Kata Kunci: MSDM, strategi, promosi, pembiayaan, *murabahah, public, relations.*

¹ E-mail: fairuz.nuryanahadiyanti.ak18@mhs.wpnj.ac.id

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dalam kegiatan usahanya, perbankan syariah terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Keduanya memiliki fungsi utama yang sama yaitu menghimpun dana dan menyalurkannya ke masyarakat berdasarkan prinsip syariah yang sesuai dengan Dewan Syariah Nasional. Namun dalam menjalankan kegiatan usahanya BPRS tidak diizinkan melakukan penghimpunan dana melalui giro melainkan hanya dari tabungan dan deposito. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dalam kegiatan operasionalnya mengutamakan nasabah serta calon nasabah dalam memberikan pelayanan yang baik. Manajemen sumber daya manusia yang ada pada BPRS memiliki peran penting dalam hal tersebut. Manajemen berarti mengendalikan, bagaimana mengelola dan mengatur sesuatu agar berjalan dan mencapai tujuan yang diharapkan dengan cara yang ditetapkan sedemikian rupa. Kemampuan yang dimiliki dari setiap sumber daya manusia harus selalu ditingkatkan agar mampu memberikan kontribusi yang besar pada perusahaan. Manajemen seperti ini tidak dapat dianggap ringan sehingga perusahaan apapun yang ingin tetap mendapat pengakuan yang bagus dari masyarakat harus mengembangkan kemampuan sumber daya manusia. Salah satu bentuk strategi dari peningkatan sumber daya manusia yang dapat dilakukan oleh suatu perusahaan ialah memberikan keleluasaan kepada para karyawan untuk berinovasi dan memberikannya apresiasi atas keberhasilan kinerjanya.

Tidak berbeda dengan gambaran strategi manajemen SDM di atas. Strategi pemasaran yang dijalankan juga harus selalu update agar dapat menarik masyarakat untuk menjadi nasabah dan mempertahankan nasabah lamanya untuk tidak berpindah ke bank lain. Anwar (2014, 166) mengatakan bahwa kegiatan promosi yang terarah dan terkendali, baik secara langsung maupun tidak langsung akan sangat berperan dalam mengembangkan laju penjualan produk suatu bank. Menurut Sitorus dan Utami (2017) terdapat 5 (lima) sarana promosi yang dapat digunakan oleh tiap bank diantaranya promosi penjualan (*sales promotion*), periklanan (*advertising*), pemasaran langsung (*direct marketing*), hubungan masyarakat (*public relation*), dan penjualan pribadi (*personal selling*). Menurut Maryam (2017) fungsi *public relation* dalam mencapai tujuan perusahaan yakni meningkatkan customer, strategi ini digunakan untuk dapat menarik minat customer dalam menggunakan jasa mereka. Menurut Ruslan dalam Evita (2018) *Marketing Public Relations (MPR)* merupakan suatu proses perencanaan dan pengevaluasian kegiatan yang meningkatkan pembelian dan kepuasan nasabah melalui informasi yang dapat dipercaya dan kesan-kesan yang menghubungkan perusahaan dan produknya sesuai keinginan dan kepentingan para customer.

Dalam penelitian kali ini, penulis menggunakan BPRS Bogor Tegar Beriman sebagai objek penelitian. BPRS Bogor Tegar Beriman adalah lembaga keuangan syariah yang mana ia menghimpun dana dari masyarakat kemudian menyalurkannya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dalam Islam. BPRS Bogor Tegar Beriman telah mendapatkan prestasi yaitu meraih penghargaan pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau UMKM Terbaik serta mendapatkan predikat unggul dari Biro Riset Infobank. Hal tersebut membuktikan bahwa dari prestasi yang dicapai oleh BPRS Bogor Tegar Beriman telah mengimplementasikan manajemen sumber daya manusia dan strategi promosinya dengan maksimal. Salah satu kegiatan usaha yang dilakukan BPRS Bogor Tegar Beriman dalam penyaluran dana ialah pembiayaan dengan menggunakan Akad Murabahah. Jumlah nasabah pada produk pembiayaan murabahah tahun 2019 BPRS memiliki 152 nasabah, sedangkan pada tahun 2020 BPRS memiliki 124 nasabah. Apabila dicerminkan dalam bentuk persentase, terjadi penurunan sebesar 18%. Hal tersebut mengindikasikan beberapa kemungkinan bahwa sumber daya manusia kurang berperan efektif

serta penurunan jumlah nasabah juga dapat terjadi karena promosi yang dilakukan selama ini kurang berhasil sehingga belum menghasilkan peningkatan jumlah nasabah.

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh BPRS Bogor Tegar Beriman dalam bentuk *Public Relation/Hubungan Masyarakat* ialah menjalin kerjasama dengan Perumda Pasar Tohaga yang dimulai sejak Oktober 2021 dengan tujuan membina pasar rakyat dalam menyediakan akses fasilitas pembiayaan yang mudah, ringan, dan cepat. Promosi dalam bentuk Personal Selling yang dilakukan oleh BPRS Bogor Tegar Beriman dapat melalui penjualan secara langsung (*direct selling*) ketika nasabah berkonsultasi langsung dengan pihak BPRS serta nasabah juga dengan mudahnya mendapatkan informasi melalui aplikasi whatsapp yang tertera di website BPRS Bogor Tegar Beriman. Penulis juga telah melakukan wawancara awal untuk memastikan adanya situasi seperti yang telah penulis bahas. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memperingatkan BPRS Bogor Tegar Beriman untuk menempatkan sumber daya manusia sesuai dengan kemampuan kerjanya. Lalu dalam hal memberikan pelayanan serta promosi produk yang berhasil tidaklah mudah. Manajemen sumber daya manusia pada suatu perusahaan perlu diperbaharui agar tingkat kepuasan nasabah semakin tinggi. Strategi promosi pun harus dikedepankan mengingat banyak jenis produk yang sama pada setiap bank terutama bank pembiayaan rakyat syariah yang menyebabkan perlu diimplementasikannya suatu manajemen yang tepat.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)

Manajemen sumber daya manusia adalah pengembangan dan penerapan pegawai untuk mencapai tujuan dan sasaran individu, organisasi, masyarakat, nasional dan internasional dengan efektif. Praktik MSDM dalam sebuah perusahaan merupakan bentuk kesadaran akan organisasi bahwa sumber daya manusia merupakan elemen pertama yang akan menentukan gerak dan langkah suatu organisasi. Manusia dapat menjadi salah satu sumber keunggulan bersaing antar perusahaan, sehingga pengelolaan sumber daya manusia di dalam organisasi menjadikan hal yang sangat krusial.

Tujuan dan Fungsi MSDM

MSDM memiliki beberapa tujuan. Menurut Cushway dalam (Sutrisno, 2017), tujuan MSDM meliputi: (a) Memberi pengarahan manajemen dalam membuat kebijakan Sumber Daya Manusia bahwa organisasi mempunyai pekerja yang bermotivasi, berkinerja tinggi, dan memenuhi keharusan pemekerjaan secara legal; (b) Membantu dalam peningkatan arah keseluruhan organisasi dan strategi khususnya yang berhubungan dengan implikasi Sumber Daya Manusia; (c) Menyediakan media komunikasi antara pekerja dan manajemen organisasi; (d) Berperan sebagai pemelihara standar organisasional dan nilai dalam MSDM.

Menurut Hasibuan dalam Adamy (2016), MSDM juga memiliki fungsi yang diklasifikasikan sebagai berikut. (a) Fungsi Perencanaan (*planning*), yaitu merencanakan tenaga kerja secara efektif dan efisien agar hasilnya sesuai dengan keinginan dan kebutuhan perusahaan dalam mewujudkan tujuan; (b) Fungsi Pengarahan (*directing*), yaitu kegiatan yang mengarahkan semua tenaga kerja agar mau bekerjasama dan bekerja secara efektif dan efisien dalam membantu tercapainya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat; (c) Fungsi Pengorganisasian (*organizing*), yaitu menyusun suatu organisasi dengan menampilkan struktur dan hubungan antara jobdesc yang harus dikerjakan oleh tenaga kerja; (d) Fungsi Pengendalian (*controlling*), yaitu aktivitas mengendalikan semua karyawan agar mentaati peraturan-peraturan yang ada di perusahaan dan bekerja sesuai dengan rencana awal; (e) Fungsi Pengadaan Tenaga Kerja (*procurement*), yaitu proses penarikan, seleksi, penempatan, orientasi, dan induksi untuk mendapatkan karyawan yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan; (f) Fungsi Pengembangan

(*development*), yaitu kegiatan proses peningkatan keterampilan teknis, teoritis, konseptual, dan moral karyawan melalui pendidikan dan pelatihan; (g) Fungsi Kompensasi (*compensation*), yaitu pemberian balas jasa baik secara langsung (*direct*) maupun tidak langsung (*indirect*); (h) Fungsi Pengintegrasian (*integration*), yaitu kegiatan untuk mempersatukan kepentingan perusahaan dan kebutuhan karyawan, agar terciptanya kerjasama yang selaras dan saling menguntungkan; (i) Fungsi Pemeliharaan (*maintenance*), yaitu kegiatan untuk memelihara, menjaga atau meningkatkan kondisi fisik, mental, dan loyalitas karyawan agar mereka dapat bekerja sama sampai masa nya habis atau pensiun; (j) Fungsi Kedisiplinan (*discipline*), yaitu kesadaran karyawan untuk mentaati peraturan - peraturan perusahaan dan norma – norma sosial; (k) Fungsi Pemutusan Hubungan Tenaga Kerja (*separation*), yaitu putusnya hubungan kerja seseorang karyawan dari suatu perusahaan. Pemutusan hubungan kerja ini dapat disebabkan oleh keinginan karyawan sendiri, keinginan perusahaan, kontrak kerja berakhir, pensiun dan sebab-sebab lainnya.

Bauran Promosi

Menurut Sitorus dan Utami (2017) berpendapat dalam menetapkan strategi promosi terlebih dahulu kita membagi promosi berdasarkan baurannya. Bauran Promosi atau yang biasa disebut dengan Promotional Mix dibagi menjadi 5 bauran diantaranya: (a) Periklanan/*Advertising*, yaitu bagian untuk memenuhi fungsi pemsaran di mana periklanan tidak sekedar memberikan informasi kepada khalayak tetapi juga ditujukan untuk memengaruhi perasaan, pengetahuan, makna, kepercayaan, sikap dan citra konsumen yang berkaitan dengan suatu produk atau merek; (b) Promosi Penjualan/*Sales Promotion*, yaitu formasi dalam gaya persuasi secara langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur prosedur evaluasi untuk memikat pembelian produk dan meningkatkan jumlah produk yang dibeli oleh pelanggan; (c) Penjualan Langsung/*Direct Marketing*, yaitu komunikasi langsung dengan pelanggan individu yang dibidik secara seksama baik untuk memperoleh tanggapan segera maupun membina hubungan pelanggan yang berlangsung lama. Di dalam pemasaran langsung biasanya menggunakan saluran – saluran langsung ke konsumen (Consumer Direct) untuk menjangkau dan menyerahkan barang dan jasa kepada pelanggan tanpa menggunakan perantara pemasaran. Saluran –saluran ini mencakup surat langsung, catalog, telemarketing, tv interaktif, situs internet, dan lain-lain; (d) Penjualan Pribadi/*Personal Selling*, yaitu interaksi antar individu secara lisan dalam suatu pembicaraan yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan timbal balik yang menguntungkan dalam penjualan perusahaan kepada konsumen. Terdapat aktivitas dari personal selling, seperti *door to door selling*, *mail order*, *telephone selling*, *direct selling*; (e) Hubungan Masyarakat/*Public Relation*, yaitu kegiatan perusahaan mencoba untuk mengembangkan hubungan yang baik melalui komunikasi dengan masyarakat umum, termasuk calon pelanggan serta dengan cara meningkatkan citra dari suatu produk atau perusahaan itu sendiri.

Public Relations

Public relation merupakan suatu rencana dari kelompok atau organisasi yang berisikan tentang upaya-upaya dalam rangka menciptakan hubungan yang baik dengan suatu kelompok masyarakat yang berguna untuk mencapai tujuan kesejahteraan masyarakat. Menurut Kotler dalam Saraswati dan Prihadini (2020) Marketing Public Relations meliputi kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan customer, diantaranya: Pertama, publikasi yang dapat digunakan untuk menarik sasaran melalui laporan tahunan, artikel, brosur, dan sebagainya. Kedua, media identitas dimana perusahaan perlu membuat identitas agar dapat dikenal oleh masyarakat, misalnya melalui logo perusahaan, kartu nama, seragam. Ketiga, acara atau peristiwa merupakan

kegiatan menarik sasaran dengan mengatur sebuah acara seperti seminar, konferensi, peringatan hari jadi. Keempat, berita merupakan kegiatan menemukan dan menciptakan informasi yang mendukung perusahaan maupun produknya. Kelima, pidato kegiatan memberi ceramah berguna untuk menjawab setiap keperluan masyarakat mengenai produk yang akan dipasarkan. Keenam, ikut serta dalam aktivitas social yang mana perusahaan dapat membangun citra positif melalui kontribusi dalam hal-hal yang berkaitan dengan isu sosial.

Menurut Kotler dalam Saraswati dan Prihadini (2020) terdapat 3 (tiga) strategi utama dalam pelaksanaan program agar berhasil mencapai tujuan, diantaranya: Strategi *Pull*, yaitu strategi untuk menarik, menyelenggarakan komunikasi timbal balik dua arah yang didasari oleh informasi dan pesan yang dapat dipercaya. Strategi yang biasa dilakukan dapat berupa iklan promosi melalui media massa. Strategi *pull* merupakan kemampuan secara cepat dalam mengembangkan pengenalan produk di kalangan konsumen. Strategi *Push*, merupakan strategi untuk mendorong dalam hal pemasaran dan merangsang dalam hal pembelian sekaligus dapat memberikan nilai-nilai atau kepuasan bagi nasabah yang telah menggunakan produk dan jasa. Strategi *Pass*, merupakan strategi dalam bentuk upaya memengaruhi dan menciptakan opini publik yang menguntungkan melalui kegiatan sosialisasi atau ikut berpartisipasi dalam kegiatan masyarakat, serta kepedulian terhadap masalah-masalah yang berkaitan dengan kondisi sosial dan lingkungan hidup.

Pembiayaan Murabahah

Menurut Djayusman (2012) murabahah secara bahasa berasal dari kata *rubhan* yang memiliki arti keuntungan, karena di dalam jual beli murabahah harus menjelaskan seberapa besar keuntungannya. Murabahah menurut istilah adalah jual beli dengan harga pokok dengan menggunakan tambahan sebagai keuntungan. Pembiayaan Murabahah merupakan jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati kedua belah pihak sesuai dengan prinsip syariah. Dalam murabahah, penjual harus memberitahu harga produk yang di beli dan menentukan keuntungan sebagai tambahannya. Menurut Hakim (2017) Beberapa hasil survei menunjukkan bahwa bank-bank syari'ah pada umumnya banyak menerapkan murabahah sebagai metode pembiayaan mereka yang utama, meliputi kurang lebih tujuh puluh lima persen (75%) dari total kekayaan mereka.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yang menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang ditujukan untuk memberikan fenomena-fenomena, fakta atau kejadian secara sistematis dan peneliti terjun langsung untuk mendapatkan data lanjutan. Objek yang dipilih untuk penelitian penulis adalah peran manajemen sumber daya manusia dan strategi promosi pada produk pembiayaan murabahah. Penulis menggunakan teknik *purposive sampling* dimana teknik ini melakukan penentuan dengan pertimbangan tertentu. Terdapat dua jenis sumber data penelitian yang penulis gunakan yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Data primer diperoleh melalui hasil wawancara langsung dengan nasabah pembiayaan murabahah dan karyawan bagian operasional dan sumber daya manusia serta karyawan bagian *Account Officer* BPRS Bogor Tegar Beriman. Terdapat beberapa metode yang digunakan penulis dalam pengumpulan data, diantaranya: (a) Observasi, metode ini dilakukan untuk mengamati secara langsung terkait MSDM dan strategi promosi yang ada pada BPRS Bogor Tegar Beriman; (b) Wawancara, metode ini merupakan teknik wawancara

langsung kepada pihak nasabah pembiayaan murabahah di BPRS Bogor Tegar Beriman dan karyawan BPRS Bogor Tegar Beriman; (c) Dokumentasi, Metode ini merupakan pengumpulan data secara tertulis, baik berbentuk tulisan maupun gambar yang dapat memberikan informasi tambahan/pelengkap.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Produk Pembiayaan Murabahah

Berikut nama-nama produk yang menggunakan akad murabahah di BPRS Bogor Tegar Beriman, diantaranya: (a) Pembiayaan Kendaraan Bermotor, yaitu fasilitas pembiayaan untuk pembelian kendaraan baik mobil maupun motor secara non tunai dan pelaksanaannya menggunakan prinsip syariah islam; (b) Pembiayaan Pegawai Negeri Sipil (PNS), yaitu fasilitas pembiayaan yang diperuntukkan kepada Aparatur Sipil Negara (ASN) yang telah memiliki kerja sama dengan BPRS Bogor Tegar Beriman dan sudah mendapatkan tunjangan untuk membiayai berbagai macam kebutuhannya; (c) Pembiayaan Properti, yakni fasilitas pembiayaan untuk masyarakat yang menginginkan kepemilikan atas properti atau rumah dengan cicilan berbasis syariah; (d) Pembiayaan Mikro, fasilitas pembiayaan, yaitu fasilitas pembiayaan yang diperuntukkan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang memiliki usaha layak dan produktif sesuai dengan prinsip syariah. Fasilitas pembiayaan ini berguna untuk memenuhi kebutuhan modal kerja pelaku usaha; (e) Gramindo, yaitu fasilitas pembiayaan usaha super mikro yang ditujukan untuk masyarakat berpenghasilan rendah dan kurang mampu khususnya perempuan yang memiliki usaha. Pada gramindo ini, setiap pelaku usaha perempuan perorangan akan dibentuk kelompok dan menerapkan prinsip “tanggung renteng” yang mana risiko pinjaman masing-masing pribadi ditanggung bersama oleh kelompok tersebut yang mereka bentuk sendiri. Bila terdapat di antara mereka yang tidak dapat membayarkan angsuran, kelompok mereka akan menanggung pembayaran dengan membuka amplop tanggung renteng hingga pembayaran angsuran tersebut dibayarkan kembali kepada kelompok.

Alur Rekrutmen

Berdasarkan hasil wawancara yang telah penulis lakukan, terdapat berbagai jalur rekrutmen yang digunakan oleh BPRS Bogor Tegar Beriman untuk merekrut calon karyawannya diantaranya metode rekrutmen eksternal atau referensi karyawan yang ada. Metode ini BPRS gunakan agar menghemat waktu dan biaya, dan calon karyawan memiliki keterikatan terhadap perusahaan karena calon karyawan direferensikan dari sumber terpercaya. Metode rekrutmen lainnya juga BPRS Bogor Tegar Beriman lakukan guna untuk memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk bergabung dengan BPRS Bogor Tegar Beriman. Prosedur rekrutmen dimulai dari pihak SDM membuat daftar-daftar spesifikasi calon karyawan yang dibutuhkan. Setelah itu, pelamar mengirimkan berkas-berkas sesuai dengan yang dibutuhkan. Pihak SDM mulai menyaring data pelamar yang masuk untuk kemudian para pelamar lolos ke tahap seleksi. Kemudian pelamar mengikuti tahapan-tahapan seperti tes psikotes, tes tulis, dan juga wawancara.

Kemampuan Kinerja Sumber Daya Manusia

Hasil wawancara menunjukkan kinerja yang baik dapat diukur dari kepuasan nasabah. Menurut nasabah yang telah diwawancarai oleh penulis, menyatakan bahwa kualitas kerja karyawan BPRS Bogor Tegar Beriman sudah cukup baik seperti bertanggungjawab dalam memahami berbagai macam produk yang ada di BPRS Bogor Tegar Beriman sehingga dapat menjelaskan produk-produk pembiayaan murabahah kepada nasabah secara jelas dan dapat mudah dipahami. Berdasarkan hasil observasi, dalam hal melayani nasabah, karyawan BPRS Bogor Tegar Beriman sangat ramah dan dapat berkomunikasi dengan baik. Kedisiplinan dan

profesional karyawan BPRS Bogor Tegar Beriman yang dimiliki sudah sangat kompeten terutama dalam hal pencatatan dan jemput bola yang dilakukan pada kantor kas di pasar.

Peran Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Nasabah

Hasil wawancara menyatakan, peran manajemen sumber daya manusia akan berpengaruh sesuai dari input dan output seorang karyawan. Pihak sumber daya manusia di BPRS Bogor Tegar Beriman mendapatkan karyawannya melalui proses perencanaan SDM, rekrutmen, seleksi, pelatihan dan sertifikasi, hingga apresiasi terhadap karyawan. Pelatihan karyawan yang dilakukan dapat berupa soft competency yaitu diperlihatkannya peraturan perusahaan, budaya kerja, dan pemberian motivasi. Hard competency yaitu mengikutsertakan karyawan pada kegiatan workshop. Sertifikasi yang diikutsertakan adalah sertifikasi manajemen risiko, sertifikasi yang diadakan oleh Lembaga Sertifikasi Profesi Perbankan (LSPP), hingga sertifikasi pejabat eksekutif. Apresiasi yang diberikan kepada karyawan dapat berupa pemberian insentif sebagai bentuk kompensasi serta penilaian kinerja (*personal appraisal*) yang mana hal tersebut merupakan salah satu pendekatan performa dari suatu karyawan akan dinilai dan dievaluasi.

Efektivitas Pekerjaan

Dengan pengembangan produktivitas kerja, karyawan akan meningkatkan kualitas dan kuantitas operasional menjadi semakin baik karena skill karyawan yang telah diasah. Efektivitas pekerjaan merupakan situasi yang menunjukkan tingkat keberhasilan MSDM dalam mencapai tujuan meliputi kuantitas, kualitas dan ketepatan waktu dalam menyelesaikan pekerjaan. Pelaksanaan program-program BPRS Bogor Tegar Beriman yang tujuannya untuk mengupayakan kualitas dan kuantitas seorang karyawan sudah terlaksana dengan baik. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lubis (2017) bahwa sebelum melakukan proses rekrutmen harus dilakukan perencanaan sumber daya manusia dan analisis pekerjaan. Perusahaan juga menerapkan pelatihan dan kompensasi dalam meningkatkan efektivitas kerja.

Alur dan Persyaratan Pengajuan Pembiayaan Murabahah

Berdasarkan hasil wawancara, terdapat 2 (dua) cara yang dilakukan oleh BPRS Bogor Tegar Beriman dalam hal pengajuan pembiayaan, yakni aktif dan pasif. Aktif berarti BPRS Bogor Tegar Beriman yang mendapatkan nasabahnya dengan cara mencari calon nasabah, sedangkan pasif berarti nasabah yang datang untuk mengajukan pembiayaan. Secara aktif untuk ASN, tim *marketing* mengurus dinas masing-masing di kabupaten lalu melakukan kunjungan ke bendahara untuk meminta referensi ASN atau *outsourcing* yang sedang membutuhkan pembiayaan. Selanjutnya diberikan form pengajuan lalu BPRS Bogor Tegar Beriman melakukan proses tarik *by checking* setelah lolos tahap itu dilanjutkan dengan proses pemberkasan kumpulan data sekaligus *interview* dengan calon nasabah, lalu lanjut kepada penyusunan proposal lanjut kepada komite dan proses akad.

Sebelum dilakukannya akad, nasabah harus memenuhi dan melengkapi persyaratan yang telah ditetapkan oleh BPRS Bogor Tegar Beriman, diantaranya: (a) Menjadi nasabah BPRS Bogor Tegar Beriman; (b) Memenuhi kriteria yang telah ditetapkan oleh BPRS Bogor Tegar Beriman; (c) Mengisi formulir pengajuan pembiayaan; (d) Melampirkan fotocopy KTP suami dan istri (jika sudah berkeluarga); (e) Melampirkan fotocopy Kartu Keluarga; (f) Melampirkan jaminan; (g) Bersedia disurvei terkait unsur 5C (*Character, Capacity, Capital, Collateral, Condition*) oleh pihak BPRS Bogor Tegar Beriman agar mengetahui layak atau tidak diberikan pembiayaan.

Tujuan Mengajukan Pembiayaan Murabahah

Dilihat dari sisi nasabah, terdapat beberapa tujuan dalam mengajukan pembiayaan murabahah diantaranya, yaitu pembiayaan dapat memperluas dan mengembangkan usaha

nasabah. Nasabah dapat memperoleh modal usaha untuk terus menjalankan usahanya. Nasabah dapat memperoleh barang-barang konsumtif yang tidak dapat diperoleh secara langsung jika tidak melalui pembiayaan karena terkendala biaya dan memerlukan jumlah yang besar. Nasabah dapat memperoleh kepemilikan rumah atas angsuran pembiayaan yang disetor tiap jangka waktu tertentu.

Faktor-Faktor yang Mendorong Nasabah Mengajukan Pembiayaan Murabahah

Berikut terdapat beberapa faktor yang mendorong nasabah untuk mengajukan pembiayaan murabahah, diantaranya: (a) Tingkat margin keuntungan yang tergolong rendah membuat para nasabah tidak keberatan dalam mengajukan pembiayaan; (b) BPRS Bogor Tegar Beriman menggunakan sistem jemput bola (*pick up the ball*) dimana karyawan mendatangi langsung nasabah guna memberikan kemudahan untuk melakukan transaksi di satu tempat yaitu kantor kas yang ada di pasar. Hal tersebut sangat memudahkan nasabah yang berprofesi sebagai pelaku usaha untuk tidak terikat oleh waktu dan tidak mengganggu toko yang sedang beroperasi; (c) Sistem pengembalian dana atau angsuran yang dilakukan oleh BPRS Bogor Tegar Beriman itu dapat bersifat harian karena menurut nasabah pembiayaan mikro jika angsuran yang ditetapkan bersifat bulanan akan memberatkan para pedagang yang mana pendapatannya tidak tetap.

Pangsa Pasar yang Dituju

Pada BPRS Bogor Tegar Beriman, diperlukan tahapan untuk memasarkan produk yaitu segmentasi. Segmentasi merupakan pengelompokan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang memerlukan kebutuhannya sendiri. Dasar-dasar yang dipakai untuk segmen pasar adalah sebagai berikut: (a) Segmen demografis, BPRS Bogor Tegar Beriman mengelompokkan pasar untuk pembiayaan murabahah ini ke beberapa aspek diantaranya, aspek usia dengan kriteria minimal di atas 17 tahun dan sudah memiliki KTP. Pada aspek pekerjaan, tim marketing lebih menjalankan strategi promosi kepada para ASN dan pedagang pasar. Pada aspek penghasilan, dilakukannya pemotongan tunjangan para ASN melalui bendahara Dinas untuk pembayaran angsuran tiap bulannya, sedangkan untuk pedagang pasar dilakukan pembayaran angsuran dengan cara menyeter sejumlah uang setiap hari; (b) Segmen geografis, BPRS Bogor Tegar Beriman memfokuskan pada wilayah Kabupaten Bogor yang masih menjadi wilayah di bawah naungan BUMD Kabupaten Bogor. Jangkauan BPRS Bogor Tegar Beriman meliputi wilayah pasar yang saat ini sudah ada 5 pasar diantaranya adalah pasar citeureup 1, pasar citeureup 2, pasar cikereteg, pasar tamansari, dan pasar ciawi; (c) Segmen psikografis, BPRS Bogor Tegar Beriman memfokuskan pada sikap nasabah yang memiliki keseriusan pedagang pasar dalam menabung, jika dirasa potensi menabungnya cukup baik, tim *marketing* akan merekomendasikan pembiayaan mikro.

Bauran Promosi yang Digunakan

Bentuk promosi yang diterapkan dalam meningkatkan jumlah nasabah diantaranya: (a) *Advertising*/periklanan dilakukan melalui instagram, penyebaran brosur, dan *flyer*; (b) *Sales promotion*/promosi penjualan dilakukan dengan cara BPRS Bogor Tegar Beriman membuka *booth* pada acara yang diselenggarakan oleh dinas tempat BPRS bekerjasama; (c) *Public relation*/hubungan masyarakat dilakukan melalui sosialisasi ke pasar-pasar dan kantor ASN yang telah menjadi mitra BPRS Bogor Tegar Beriman dan pada saat sosialisasi dimulai; (d) *Personal selling*/penjualan pribadi berupa interaksi pribadi para karyawan untuk mempromosikan produknya kepada masyarakat. Hasil wawancara dengan pihak internal BPRS Bogor Tegar Beriman menyatakan bahwa, setelah melakukan kegiatan promosi dengan berbagai cara diketahui nasabah pembiayaan murabahah sudah ada sekitar 2.800 nasabah dan bentuk promosi yang paling menonjol yang diterapkan oleh BPRS Bogor Tegar Beriman adalah *public relations*.

Public Relations

Public relations dipilih sebagai bentuk promosi yang paling menonjol dikarenakan sebelum diadakannya perluasan sasaran pasar, jumlah nasabah pembiayaan murabahah tergolong kecil, namun setelah adanya kerja sama dengan Perumda Pasar Tohaga dan BUMD Kabupaten Bogor, nasabah pembiayaan murabahah menjadi naik. Terdapat 3 (tiga) strategi public relations yang diterapkan oleh BPRS Bogor Tegar Beriman, diantaranya: (a) *Pull Strategy*, biasanya kegiatan mempromosikan dan menjual produk-produk melalui media. Salah satu bentuk strategi pull yang diterapkan oleh BPRS Bogor Tegar Beriman adalah memilih untuk melakukan iklan di media sosial seperti instagram dan youtube. Pada media sosial youtube BPRS Bogor Tegar Beriman terdapat konten-konten yang bertujuan untuk mempromosikan BPRS itu sendiri seperti pencapaian yang diperoleh hingga perayaan ulang tahun BPRS Bogor Tegar Beriman. Hal ini dilakukan untuk memberikan kesan-kesan positif terhadap BPRS Bogor Tegar Beriman. Strategi pull juga digunakan melalui kompetisi seorang karyawan dalam mendapatkan dan menarik hati calon nasabah. BPRS Bogor Tegar Beriman juga menggunakan media cetak seperti memasang *banner*, *flyer*, brosur yang berguna untuk mempublikasikan produk pembiayaan murabahah. Bagi BPRS Bogor Tegar Beriman, strategi *pull* berguna untuk menarik perhatian publik serta memberikan nilai-nilai kepuasan bagi nasabah yang telah menggunakan produk dan jasanya; (b) *Push Strategy*, merupakan upaya untuk mendorong dan merangsang pembelian kepada para calon nasabah pembiayaan produk murabahah. BPRS Bogor Tegar Beriman menerapkannya melalui promosi kepada para pedagang pasar yang mulanya mereka membuka tabungan pada BPRS Bogor Tegar Beriman. Ketika nasabah tabungan tersebut memiliki kemampuan keuangan yang baik, tim marketing melakukan promosi penjualan produk pembiayaan murabahah agar nasabah yakin untuk melakukan pengajuan pembiayaan murabahah. Selain melakukan persuasi kepada nasabah, BPRS Bogor Tegar Beriman juga melakukan promosi melalui *whatsapp blast* dan *customer service call*. Keduanya memberikan nilai yang berguna untuk mendorong minat calon nasabah pembiayaan murabahah. BPRS Bogor Tegar Beriman juga telah mendapatkan penghargaan pemberdayaan UMKM dari Biro Riset Infobank yang artinya hal tersebut dapat memberikan nilai tambah dari produk pembiayaan murabahah yang telah disalurkan dan juga memberikan bukti testimoni terhadap penghargaan yang diraih agar membantu mendapatkan kepercayaan calon nasabah; (c) *Pass Strategy*, merupakan strategi membujuk dengan kegiatan partisipasi masyarakat untuk mendukung strategi pull dan push. Strategi *pass* yang digunakan oleh BPRS Bogor Tegar Beriman adalah mengadakan sosialisasi dengan masyarakat mengenai produk dan jasa yang ada di BPRS Bogor Tegar Beriman terutama dalam hal penyaluran dana atau pembiayaan. Sosialisasi ini dilakukan melalui pengumpulan masyarakat di satu tempat kemudian pihak BPRS Bogor Tegar Beriman melakukan kegiatan semacam seminar tentang produk pembiayaan murabahah yang bertujuan agar masyarakat minat untuk mengajukan pembiayaan murabahah. Kegiatan lainnya yang dilakukan oleh BPRS Bogor Tegar Beriman adalah melakukan kunjungan ke tempat para pedagang pasar sekaligus melakukan strategi jemput bola yang menjadi nilai plus untuk BPRS Bogor Tegar Beriman. Strategi jemput bola ini bermula dari nasabah yang mengajukan pembiayaan murabahah lalu menerima uangnya cair dan dilanjutkan dengan mengangsurnya di setiap hari.

Evaluasi Kepuasan Nasabah dalam Meningkatkan Kualitas SDM

Evaluasi kepuasan nasabah diperlukan BPRS Bogor Tegar Beriman untuk meningkatkan pelayanan dan kualitas dari kinerja karyawan. Indikator yang menjadi tolak ukur kepuasan nasabah menurut hasil wawancara adalah sistem jemput bola (*pick up the ball*) yang sangat bermanfaat untuk waktu nasabah menjadi lebih efisien. Indikator selanjutnya adalah nasabah melakukan pelunasan sebelum atau tepat pada saat jatuh tempo. Jika pada saat jatuh tempo

nasabah belum melakukan pelunasan hal ini mengindikasikan adanya sesuatu yang kurang memuaskan, sehingga mengakibatkan nasabah tersebut pindah dan melakukan take over ke bank syariah lain. Tolak ukur selanjutnya adalah jasa dimana nasabah pembiayaan meminta penambahan plafon, hal ini mengindikasikan kenyamanan nasabah dalam menggunakan jasa dari BPRS Bogor Tegar Beriman sehingga tetap menggunakan jasa yang disediakan. Tidak adanya komplain dan teguran dapat dijadikan tolak ukur bahwa nasabah merasa puas terhadap pelayanan BPRS Bogor Tegar Beriman. Apabila nasabah pembiayaan murabahah sampai di tahap merekomendasikan keluarga dan kerabat dekat terkait jasa BPRS Bogor Tegar Beriman itu dapat dijadikan bentuk dari loyalitas seorang nasabah. Dengan demikian, terciptalah Kenyamanan dan kepuasan nasabah yang akan membuat nasabah semakin percaya dan setia terhadap pelayanan BPRS Bogor Tegar Beriman.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan di BPRS Bogor Tegar Beriman, dapat disimpulkan bahwa: (a) Penerapan manajemen sumber daya manusia di BPRS Bogor Tegar Beriman meskipun bagian operasional dan sumber daya manusia masih menjadi satu, namun dalam alur perekrutan calon karyawan dinilai sudah efektif saat ini sudah mulai berkembang dengan baik, yaitu dengan cara pembekalan mengenai peraturan perusahaan, budaya kerja, dan informasi yang diberikan setiap pagi (*morning briefing*). Karyawan juga akan diikuti uji sertifikasi agar lebih meningkatkan kinerjanya. Setelah itu kinerja karyawan yang memadai akan diapresiasi oleh kantor dengan cara pemberian insentif bahkan sampai mendapatkan promosi; (b) Strategi promosi yang paling menonjol pada BPRS Bogor Tegar Beriman adalah *public relations*. Strategi *public relations* terbagi menjadi 3 (tiga), yaitu strategi *pull* yang dilakukan melalui iklan di media sosial instagram dan youtube, media cetak media cetak seperti memasang *banner*, *flyer*, brosur yang berguna untuk menarik hati calon nasabah. Strategi *push* yang dilakukan melalui *whatsapp blast* dan *customer service call*. Strategi *push* yang dilakukan BPRS Bogor Tegar Beriman juga dapat melalui dorongan tim marketing agar nasabah yang mulanya merupakan nasabah produk tabungan, lalu dilihat keadaan jika potensi menabungnya baik nasabah tersebut akan diajukan sebagai nasabah pembiayaan murabahah. Strategi *pass* dilakukan melalui sosialisasi kepada para pedagang di pasar sekaligus melakukan strategi jemput bola; (c) Peran manajemen sumber daya manusia tidak secara langsung berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah, namun jika input dan kinerja yang karyawan berikan dapat menghasilkan pelayanan yang baik nasabah akan merasa puas dan nyaman. Kecakapan seorang karyawan pasti berpengaruh terhadap produktivitasnya. Dilihat dari strategi promosi yang dijalankan oleh BPRS Bogor Tegar Beriman juga berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah dengan diadakannya perluasan sasaran pasar, bekerja sama dengan bendahara ASN, bekerja sama dengan Perumda Tohaga, serta strategi lain yang digunakan untuk memikat calon nasabah seperti strategi jemput bola (*pick up the ball*).

DAFTAR PUSTAKA

- Adamy, M. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Teori, Praktik, dan Penelitian*. Ljokseumawe: Universitas Malikussaleh.
- Afrita, Y. (2016). Analisis Pembiayaan Murabahah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(2), 157.
- Akilah, F. (2018). Peran Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jurnal IAIN Bone*, 528-529.
- Anwar, S. (2014). Analisis Penghimpunan Dana Dilihat Dari Faktor Promosi Studi Kasus Pada Bank Nagari Kantor Kas Tabing Pandang. *Jurnal KBP*, 2(1), 166.
- Andrianto & Firmansyah, M. A. (2019). *Manajemen Bank Syariah: Implementasi Teori dan Praktek*.

- Surabaya: Qiara Media.
- Budio, S. (2019). Strategi Manajemen Sekolah. *Jurnal Menata*, 2(2), 60.
- Djayusman, R. R. (2012). Murabahah antara Teori dan Praktik: Analisis Fiqih dan Keuangan. *Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*, 6(2), 276.
- Evita., Setyanto, Y. (2018). Strategi Marketing Public Relations dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan di PT. Bach Multi Global. *Jurnal Prologia*, 2(2), 313.
- Hakim, L., Anwar, A. (2017). Pembiayaan Murabahah Pada Perbankan Syariah Dalam Perspektif Hukum di Indonesia. *Al-Urban: Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam*, 1(2), 214.
- Hedynata, M. L., Radianto, W. (2016). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(1), 89.
- Maryam. (2017). Strategi Marketing Public Relations dalam Meningkatkan Jumlah Tamu Hotel Pantai Marina Bengkalis. *Jurnal Ilmu Pemerintahan FISIP*, 4(2), 1-4.
- Nurhadi. (2019). Manajemen Strategi Pemasaran Bauran (Marketing Mix) Perspektif Ekonomi Syariah. *Human Falah Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 6(2), 142.
- Puspitasari, R. A., Mukzam, M. D., Iqbal, M. (2014). Analisis Metode dan Prosedur Pelaksanaan Rekrutmen dan Seleksi untuk Mendapatkan Karyawan yang Bermutu. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(2), 4-5.
- Putri, Mahilda Anastasia., Oktafia, Renny. (2021). Strategi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Kerupuk Desa Tlasi Tulangan Sidoarjo. *Jurnal Tabarru':Islamic Banking and Finance*, 4(2), 431-443.
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadharah*, 17(33), 83-94.
- Saraswati, A., Prihadini, D. (2020). Analisis Strategi Marketing Public Relation dalam Meningkatkan Loyalitas Customer Sofyan Hotel. *Jurnal Lugas*, 4(2), 55-56.
- Sitorus, O. F., Utami, N. (2017). *Buku Ajar Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: FKIP Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA
- Sutrisno, E. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana.
- Syamsurizal. (2016). Peranan Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi. *Jurnal Warta Edisi*: 49, 1.

Analisis Tata Kelola Pendistribusian Dana Abadi Umat terhadap Efektivitas Program Kegiatan Kemaslahatan Badan Pengelola Keuangan Haji

M.Rasya Fadhilla¹⁾, Bambang Waluyo²⁾

¹⁾Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Jakarta, rasya.fadhilla04@gmail.com, Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, 16425, Depok, Indonesia

²⁾Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Jakarta, bambang.waluyo@akuntansi.pnj.ac.id, Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, 16425, Depok, Indonesia

ABSTRACT

The program of benefit activities is a concrete step of the Hajj Financial Management Agency in achieving its goal of providing value for the benefit of the people. DAU management is a priority for the government in the effective management of hajj funds in order to increase the value of hajj funds for the people of Indonesia. This study aims to analyze the influence of regulatory disharmony factors, the role of stakeholders and the relationship of partners on the effectiveness of the distribution of DAU on benefit programs. The analysis technique used is descriptive qualitative with interactive model data analysis techniques. This study uses primary data by conducting interviews. The results of the study prove that broadly speaking, the factors of regulatory disharmony, the role of stakeholders, and the relationship of partners have a direct or indirect influence on the distribution of DAU on benefit activities.

Keywords: Benefits, Funds, disharmony, Stakeholders, Partners.

ABSTRAK

Program kegiatan kemaslahatan sebagai langkah kongkret Badan Pengelola Keuangan Haji dalam mencapai tujuannya untuk memberikan nilai manfaat bagi masalah umat. Pengelolaan DAU merupakan suatu prioritas tersendiri bagi pemerintah dalam pengelolaan dana haji yang efektif guna meningkatkan nilai dari dana haji bagi masyarakat Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor disharmonisasi regulasi, peran *stakeholder* dan hubungan mitra kerja terhadap efektivitas pendistribusian DAU pada program kegiatan kemaslahatan. Teknik analisis yang digunakan adalah kualitatif dekriptif dengan Teknik analisis data model interaktif. Penelitian ini menggunakan data primer yaitu dengan melakukan wawancara. Hasil penelitian membuktikan bahwa secara garis besar faktor disharmonisasi regulasi, peran *stakeholder*, dan hubungan mitra kerja memiliki pengaruh secara langsung ataupun tidak langsung terhadap pendistribusian DAU pada kegiatan kemaslahatan.

Kata-Kata Kunci: Kemaslahatan, Dana, disharmonisasi, *Stakeholder*, Mitra.

¹ Corresponding author. E-mail: rasya.fadhilla04@gmail.com

PENDAHULUAN

Pengelolaan Keuangan Haji dilakukan oleh BPKH (Badan Pengelola Keuangan Haji) yang mana sebagai badan hukum publik yang bersifat mandiri dan bertanggung jawab kepada presiden melalui menteri. Pengelolaan Keuangan Haji oleh BPKH tersebut dilakukan secara korporatif dan nirlaba. BPKH bertugas mengelola keuangan haji yang meliputi penerimaan, pengembangan, pengeluaran, dan pertanggungjawaban keuangan haji. BPKH juga berwenang menempatkan dan menginvestasikan keuangan haji sesuai dengan prinsip syariah, kehati-hatian, keamanan, nilai manfaat, dan likuiditas. Selain itu, BPKH juga berwenang melakukan kerja sama dengan lembaga lain dalam rangka pengelolaan keuangan haji.

Hendarsa dkk (2022) berpendapat bahwa selama 3 tahun BPKH beroperasi pada tahun 2018 sebagai lembaga pengelola keuangan haji BPKH mengalami perubahan yang signifikan meningkat sampai pada tahun 2022 saat ini tetapi perubahan yang signifikan meningkat itu sebelumnya mengalami ketidakstabilan, minimnya infrastruktur program kemaslahatan dan sempitnya waktu penyampaian proposal dari masyarakat, mengakibatkan tidak dapat tersalurkannya seluruh anggaran yang telah dialokasikan. Tentunya hal itu tidak hanya terjadi karena minimnya infrastruktur dan sempitnya waktu penyampaian proposal tetapi terdapat faktor lain yang membuat terhambatnya pengelolaan dan pendistribusian DAU.

Zakirudin (2021) berpendapat bahwa dualisme pengaturan dalam pengelolaan DAU telah menyebabkan disharmonisasi, tumpang-tindih serta inkonsistensi dalam pengelolaan DAU, hal ini tidak hanya berdampak pada pengelolaan DAU itu sendiri, namun juga berdampak pada eksistensi BPKH sebagai Badan Independen dalam pengelolaan Keuangan Haji sebagaimana tercantum dalam Pasal 3 Perpres Nomor 110 tahun 2017 tentang BPKH.

Tabel 1.1 Ringkasan Peraturan yang Mengalami Disharmonisasi

No	Peraturan	Keterangan	Peraturan Pembeding	Keterangan
1	UU Nomor 34 Tahun 2014 tentang Pengelolaan Keuangan Haji pada Pasal 20 ayat 3	perihal pelaporan dan pertanggungjawaban BPKH kepada Presiden harus melalui Menteri	-	-
2	UU No 34 Tahun 2014 tentang Pengelolaan Keuangan Haji & PP No.5 Tahun 2018 tentang Pelaksanaan UU No.34 Tahun 2014 Tentang Pengelolaan Keuangan Haji	memberikan wewenang serta peran kepada BPKH dalam menetapkan pengeluaran BPIH	UU No.8 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Haji dan Umrah	tidak menyebutkan adanya peran BPKH dalam penetapan pengeluaran BPIH
3	PP Nomor 5 Tahun 2018 tentang Pelaksanaan	menyebutkan bahwa DAU merupakan alokasi dana	UU Nomor 34 Tahun 2014	tidak memberikan atau

Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2014 tentang Pengelolaan Keuangan Haji Pasal 17	tersendiri dalam Pengelolaan Keuangan Haji		menyebutkan istilah Dana Haji dalam Ketentuan Umum
--	--	--	--

Sumber: Media Syariah, Wahana Kajian Hukum Islam dan Pranata Sosial (data diolah)

Mubarak dan Fuhaidah (2018) berpendapat bahwa dalam hal sinergisitas antar kelembagaan, BPKH perlu mempertimbangkan banyak hal utamanya persoalan birokrasi pemerintahan. Lembaga ini berdasarkan UU berada pada jalur independen dan langsung di bawah kendali Presiden, tidak berada di bawah institusi birokrasi pemerintahan tertentu. Pelaksanaan penyelenggaraan Kemaslahatan nantinya, tentu saja BPKH tetap melakukan koordinasi dan berkonsultasi secara matang dengan lembaga regulator, dalam hal ini Kementerian Agama Republik Indonesia.

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat berbagai faktor – faktor yang mempengaruhi secara langsung ataupun tidak langsung terhadap kinerja BPKH seperti disharmonisasi regulasi, peran *stakeholder* serta hubungan mitra kerja BPKH dalam melakukan pengelolaan dan pendistribusian DAU. Hal tersebut selaras dengan Laporan Tahunan BPKH Tahun 2018 – 2020 mengenai perencanaan nilai awal Dana Kemaslahatan dengan nilai realisasi Dana Kemaslahatan seperti yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1.2 Data Perencanaan dan Realisasi dan Realisasi DAU Tahun 2018 - 2020

(Milliar IDR)	2018	2019	2020
Perencanaan Nilai Manfaat DAU	204.000.000.000	214.200.000.000	253.000.000.000
Realisasi Nilai Manfaat DAU	189.101.187.730	223.753.032.351	229.223.554.228
Perencanaan Alokasi Dana Kemaslahatan	151.800.000.000	177.000.000.000	185.000.000.000
Realisasi Alokasi Dana Kemaslahatan	590.000.000 (0,38%)	156.539.827.041 (88,4%)	131.643.935.222 (71,10%)

Sumber: Laporan Keuangan 2018 - 2020 BPKH (diolah)

Berdasarkan Laporan Keuangan Tahunan BPKH pada tahun 2018 – 2020 dapat disimpulkan bahwa BPKH mengalami ketidakstabilan dalam manajemen pengalokasian DAU dengan berkurangnya nilai realisasi Dana Kemaslahatan BPKH pada tahun 2020 yang sangat tidak sesuai dengan perencanaan awal Dana Kemaslahatan. Tentunya terdapat faktor penghambat yang mempengaruhi menurunnya nilai pengalokasian Dana Kemaslahatan baik dalam sudut pandang regulasi, peran *stakeholder* ataupun hubungan lembaga mitra kerja BPKH.

Permasalahan

Berdasarkan Laporan Keuangan Tahunan BPKH pada tahun 2018 – 2020 dan penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa BPKH mengalami ketidakstabilan dalam manajemen pengalokasian DAU dengan menurunnya nilai realisasi Dana Kemaslahatan BPKH pada tahun 2020 yang sangat tidak sesuai dengan perencanaan awal Dana Kemaslahatan. Tentunya terdapat faktor penghambat yang mempengaruhi menurunnya nilai pengalokasian Dana Kemaslahatan baik dalam sudut pandang regulasi, peran *stakeholder* ataupun hubungan lembaga mitra kerja BPKH.

Maka dari itu peneliti merasa perlu dilakukan penelitian lebih lanjut guna menganalisis “Analisis Tata Kelola Pendistribusian Dana Abadi Umat terhadap Efektivitas Program Kegiatan Kemaslahatan Badan Pengelola Keuangan Haji “

Tujuan

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka tujuan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis bagaimana sistem pengelolaan DAU dalam program kemaslahatan BPKH
2. Menganalisis faktor penghambat tata kelola pendistribusian DAU dalam program kemaslahatan BPKH
3. Menganalisis pengaruh disharmonisasi regulasi, peran *stakeholder* dan Hubungan Mitra Kerja terhadap pengelolaan DAU kepada masyarakat
4. Menganalisis langkah – langkah optimalisasi pengelolaan DAU berdasarkan evaluasi yang akan di lakukan oleh BPKH dan pemerintah.

TINJAUAN PUSTAKA

Dana Abadi Umat

Menurut Mubarak dkk (2018) Dana Abadi Umat (DAU) adalah dana yang diperoleh dari hasil efisiensi biaya penyelenggaraan ibadah haji dan dari sumber lain sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pengelolaan DAU ini diarahkan sebesar-besarnya untuk kemaslahatan umat dan dilaksanakan dalam beberapa bidang, antara lain; Bidang Pendidikan dan Dakwah, Bidang Kesehatan, Bidang Sosial, Ekonomi, Pembangunan Sarana dan Prasarana Ibadah dan Penyelenggaraan Ibadah Haji.

Kegiatan Kemaslahatan

Berdasarkan Peraturan BPKH (PKBP) Nomor 20 tahun 2018 mendefinisikan kegiatan kemaslahatan adalah kegiatan untuk kemaslahatan umat islam. Kepala Badan Pelaksana melalui Anggota Badan Pelaksana Bidang Registrasi dan Kemaslahatan bertanggung jawab untuk memastikan Kegiatan Kemaslahatan di laksanakan sesuai dengan peraturan perundangan yang

berlaku. Pelaksanaan kegiatan kemaslahatan dapat di lakukan sesuai dengan ruang lingkup kegiatan sebagai berikut:

- Ruang lingkup kegiatan pelayanan ibadah haji adalah tidak terbatas meliputi pelayanan teknis bagi calon Jemaah haji, antara lain: pendaftaran haji, bimbingan manasik haji, uji Kesehatan, keberangkatan dan kepulangan Jemaah haji maupun bimbingan paska haji.
- Ruang lingkup kegiatan Pendidikan dan Dakwah adalah meliputi aktivitas pemberdayaan kemaslahatan umat islam di bidang pendidikan yang terdiri dari kegiatan pembangunan pesantren, beasiswa pendidikan agama, beasiswa mahasiswa/siswa/santri di lembaga pendidikan agama islam, pendidikan perhajian, perpustakaan, seminar, penyuluhan keagamaan ataupun program yang bertujuan meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan anak-anak terutama yatim.
- Ruang lingkup kesehatan adalah meliputi aktivitas pemberdayaan kemaslahatan umat islam di bidang kesehatan yang terdiri dari kegiatan program pemenuhan gizi seimbang, donor darah, operasi katarak, sunatan massal, penyediaan air bersih, penyediaan air minum, program kebugaran jasmani, penyediaan dan atau pembangunan rumah sakit sehat, pengobatan penyakit, pengobatan bagi masyarakat lanjut usia dan anak yatim dan penyuluhan kesehatan.
- Ruang lingkup sosial keagamaan adalah meliputi aktivitas pemberdayaan kemaslahatan umat islam dengan memberikan santunan dan pembinaan kepada guru-guru agama, tokoh masyarakat, anak yatim, anak asuh sekolah, penyandang disabilitas, dan santunan bagi yang tidak mampu.
- Ruang lingkup ekonomi umat adalah meliputi aktivitas pemberdayaan kemaslahatan umat islam dengan tujuan membangun perekonomian nasional yang di selenggarakan berdasarkan atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, dan efesiensi berkeadilan. Pemberdayaan tersebut di lakukan melalui program pertanian, peternakan, perkebunan, kerajinan, makanan dan minuman untuk memenuhi kebutuhan dasar keluarga umat islam
- Ruang lingkup pembangunan sarana dan prasarana ibadah adalah meliputi aktivitas pemberdayaan kemaslahatan umat islam melalui program pembangunan sarana dan prasarana ibadah seperti mushola, masjid, dan fasilitas kelengkapan masjid dan musholla.

Tata Kelola dan Kerjasama

Merujuk pada PP No 5 thn 2018, tentang pengawasan terhadap pengelolaan Keuangan haji terdapat pada dewan pengawas. Selaras dengan hal tersebut, UU Nomor 34 Tahun 2014 menyebutkan bahwa pengawasan terhadap pengelolaan keuangan haji merupakan fungsi dari dewan pengawas, adapun detail tugasnya antara lain; melakukan penilaian terhadap rumusan kebijakan, menjalankan fungsi pengawasan dan pemantauan atas implementasi pengelolaan keuangan haji, serta memberikan penilaian dan pertimbangan atas laporan pertanggungjawaban yang diberikan BPKH.

Dalam mengupayakan sinergi antar lembaga, BPKH wajib mempertimbangkan banyak hal terutama terkait persoalan birokrasi pemerintahan. Berdasarkan UU, BPKH sebagai institusi independen di bawah kendali presiden langsung (BPKH RI, 2019), bukan merupakan institusi yang berada di bawah kendali struktur pemerintahan. Namun, tuntutan agar BPKH secara

profesional juga tetap harus bekerjasama dengan institusi terkait di dalam ataupun luar negeri. Terkhusus untuk melakukan kordinasi dan sinegi dengan Lembaga regulator dalam hal ini Kementrian Agama RI.

Mitra Kemaslahatan

Berdasarkan PKBP Nomor 2 Tahun 2018 tentang Kriteria, Persyaratan, Penetapan, Pelaporan dan Pertanggungjawaban Mitra Kemaslahatan dan Penerima Manfaat Kegiatan Kemaslahatan bahwa Mitra Kemaslahatan adalah institusi yang ditunjuk BPKH sebagai Mitra Kemaslahatan. Setiap calon mitra Kemaslahatan yang mengajukan usulan untuk ditetapkan sebagai Mitra Kemaslahatan harus memenuhi kriteria dan persyaratan administrasi yang telah di tetapkan.

Disharmonisasi

Menurut Zakiruddin (2021) bahwa disharmonisasi peraturan perundang-undangan dapat dipahami sebagai suatu peristiwa, dimana terdapat dua atau lebih peraturan yang mengenai satu substansi peraturan yang sama, namun dari masing-masing peraturan tersebut tidak memiliki persamaan dalam teknis pengaturannya. Selain itu, disharmonisasi peraturan perundang-undangan juga dapat dikatakan sebagai adanya tumpang tindih diantara satu peraturan dan peraturan lainnya, sehingga terdapat pertentangan peraturan baik secara vertikal maupun horizontal, tumpang tindih peraturan sebagai mana dimaksud salah satu nya diakibatkan oleh terlalu banyak nya peraturan di Indonesia.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif di mana data yang dihasilkan merupakan hasil interpretasi terhadap data yang ditemukan secara langsung di lapangan. Objek penelitian dalam tulisan ini meliputi Pengelolaan DAU pada Kegiatan Kemaslahatan di mana peneliti dapat menganalisis berdasarkan Laporan Keuangan Tahunan BPKH pada tahun 2018-2020 terlebih dahulu. Metode pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah metode non-probability sampling dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. penelitian ini, sumber data primer yang dimaksud hasil wawancara dengan Badan Pelaksana, Deputi, Kepala Divisi Regsitrasi dan Analisis Kemaslahatan serta Kepala Divisi Monitoring dan Evaluasi Lembaga BPKH. Penelitian ini terdapat berbagai macam teknik pengumpulan data, di antaranya observasi dan wawancara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Sistem Pengelolaan DAU dalam Program Kemaslahatan BPKH

Berdasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa BPKH memiliki proses bisnis program kemaslahatan yang memiliki alur birokrasi yang kompleks karena proses bisnis ini tidak hanya melibatkan Bidang Registrasi dan Kemaslahatan tetapi juga melibatkan Bidang Hukum dan Kepatuhan serta Bidang Manajemen Risiko dan *stakeholder* lain seperti Kemenag, Ormas islam, Mitra Kemaslahatan, BPK dan lain lain. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa kinerja pada Bidang BPKH dan *stakeholder* dari luar BPKH memiliki keterkaitan satu sama lain dalam pengelolaan DAU. Nilai Kemaslahatan DAU memiliki perencanaan anggaran yang dibentuk berdasarkan kegiatan prioritas yang sudah dibuat oleh BPKH dengan berkoordinasi bersama

Kemenag dan tentunya dengan persetujuan presiden untuk kegiatan kemaslahatan satu tahun kedepan.

Setelah itu kegiatan kemaslahatan secara operasional akan di laksanakan oleh BPKH pada Bidang Registrasi dan Kemaslahatan dan Mitra Kemaslahatan. Pada sistem pengelolaan DAU di Bidang Registrasi dan Kemaslahatan memiliki kerjasama langsung dengan Mitra Kemaslahatan dalam proses pembuatan proposal, pencairan DAU, monitoring kegiatan, serta pembuatan laporan pertanggungjawaban. Setelah kegiatan kemaslahatan selesai melalui acara serah terima dari BPKH kepada penerima manfaat, setiap alur keuangan yang dilakukan BPKH akan diperiksa oleh BPK dalam proses audit yang nanti akan dibentuk sebagai laporan pertanggungjawaban kepada presiden. Seluruh nilai manfaat DAU tidak digunakan untuk kegiatan kemaslahatan karena BPKH wajib meningkatkan nilai pokok DAU dan mencegah terjadinya inflasi. Peningkatan nilai pokok DAU akan digunakan kembali.

Analisis Faktor Penghambat Tata Kelola Pendistribusian DAU dalam Program Kemaslahatan BPKH

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa BPKH dalam melaksanakan kegiatan kemaslahatan pertama kali pada tahun 2018 sampai sekarang dan memiliki hambatan yang berbeda setiap tahunnya. Diawali pada tahun 2018 BPKH memiliki hambatan pada waktu pelaksanaan kegiatan kemaslahatan dan belum bekerja sama dengan Mitra Kemaslahatan, hal ini menyebabkan BPKH tidak maksimal dalam menyalurkan Nilai Kemaslahatan DAU kepada penerima manfaat. Pada tahun 2019 BPKH mengalami peningkatan dalam penyaluran Nilai Kemaslahatan DAU secara signifikan, hal ini karena BPKH memiliki waktu yang cukup luang untuk dapat menjalankan proses bisnis kemaslahatan walaupun BPKH masih belum bekerjasama dengan Mitra Kemaslahatan. Pada tahun ini BPKH bisa menyalurkan DAU yang cukup besar karena BPKH memiliki prioritas dalam yaitu memberikan bantuan pada kegiatan penyelenggaraan haji pada lansia.

Pada tahun 2020 BPKH sudah memiliki struktur organisasi yang dapat membantu dalam meningkatkan kinerja dalam kegiatan kemaslahatan karena BPKH sudah bekerjasama dengan Mitra Kemaslahatan dengan tujuan untuk bisa memberikan bantuan DAU pada seluruh wilayah Indonesia, tetapi kinerja BPKH pada tahun ini justru mengalami penurunan dibandingkan tahun sebelumnya karena seluruh dunia sedang dilanda pandemi covid 19 yang menyebabkan kegiatan kemaslahatan berhenti secara paksa karena kebijakan pemerintah yang melarang untuk melakukan kegiatan secara fisik diluar rumah.

Hal ini sesuai dengan laporan keuangan tahunan BPKH pada tahun 2018-2020 yang dimana tolak ukur efektivitas suatu kegiatan kemaslahatan dapat dilihat dari surplus/defisit nilai kemaslahatan yang disalurkan kepada penerima manfaat. Jika nilai kemaslahatan mengalami suatu surplus yang cukup besar ini membuktikan bahwa bahwa kegiatan kemaslahatan tidak berjalan secara efektif tetapi jika nilai kemaslahatan mengalami defisit ini membuktikan bahwa sistem operasional BPKH tidak presisi dalam memilih kegiatan yang akan di beri dana oleh BPKH. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1. Laporan Keuangan Surplus/Defisit Dana Kemaslahatan.

Keterangan	2018	2019	2020
Pendapatan Nilai Manfaat DAU	189.101.187.730	223.753.032.351	229.223.554.228
Penyaluran Program Kemaslahatan	590.300.000	(156.539.827.041)	(131.643.935.222)
Surplus/(Defisit) DAU	188.510.887.730	67.213.205.310	97.579.619.006

Sumber: Laporan Keuangan Tahunan BPKH 2018-2020, (data diolah)

Analisis Pengaruh Faktor Disharmonisasi Regulasi Terhadap Efektivitas Kegiatan Program Kemaslahatan BPKH

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa BPKH masih belum maksimal sebagai lembaga independen yang menjalankan fungsinya secara efektif karena masih terdapat regulasi yang belum sempurna untuk BPKH dalam beroperasi sebagaimana semestinya hal ini tercantum pada UU 34 Tahun 2014 tentang Pengelolaan Keuangan Haji dan PP Nomor 5 Tahun 2018 dengan UU Nomor 8 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji. Regulasi yang dibentuk oleh DPR dalam UU masih banyak menuai kontroversi baik secara eksistensi ataupun secara operasional begitupun dengan regulasi internal yang memiliki banyak kekurangan yang tidak sesuai dengan keadaan lapangan.

Polemik pada penerapan sistem keuangan BPKH juga menjadi prioritas khusus BPKH dengan *stakeholder* terkait sistem keuangan pemerintah yang masih belum bisa menerapkan sistem keuangan berdasarkan prinsip syariah yang sesuai dengan PSAK Nomor 101 tentang Penyajian Laporan Keuangan Syariah dan PSAK Nomor 109 tentang Akuntansi Zakat, Infak dan Sedekah. Dapat disimpulkan bahwa penerapan sistem keuangan yang di jalankan pada program Kemaslahatan menjadi salah satu hambatan BPKH.

Analisis Pengaruh Hubungan Mitra Kemaslahatan terhadap efektivitas Kegiatan Program Kemaslahatan BPKH

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa BPKH sebagai eksekutor tunggal pada program Kemaslahatan di tahun 2018-2019 memiliki kinerja yang kurang maksimal dalam pendistribusian Nilai Kemaslahatan DAU karena ini tidak sesuai dengan program Kemaslahatan yang memiliki kegiatan yang cukup banyak dengan kapasitas BPKH yang memiliki sumber daya manusia yang sedikit dan penempatan BPKH yang hanya terletak di kota Jakarta. Terlebih lagi alur proses bisnis kegiatan Kemaslahatan yang memiliki berbagai prosedur dari pembuatan proposal, pemeriksaan oleh Bidang Kepatuhan dan Manajemen Resiko, monitoring kegiatan di lapangan sampai pada pembuatan pelaporan pertanggungjawaban.

Struktur organisasi yang mulai terbentuk pada tahun 2020 dimana BPKH telah bekerja sama dengan Mitra Kemaslahatan sebagai salah satu *stakeholder* memberikan peningkatan kinerja bagi BPKH yang dapat diukur melalui laporan keuangan tahunan BPKH yang mendistribusikan Nilai Kemaslahatan DAU jauh lebih besar dibandingkan tahun sebelumnya serta ketepatan BPKH dalam memilih permohonan bantuan dari penerima manfaat. Memperbaiki

evaluasi pada tahun 2018-2019 BPKH dapat mendistribusikan Nilai Kemaslahatan DAU secara merata ke seluruh wilayah Indonesia yang tidak dapat di jangkau dan memiliki sistem pengarsipan serta administrasi yang jauh lebih rapih karena Mitra Kemaslahatan pun membantu dalam pembuatan proposal dan pelaporan pertanggungjawaban untuk penerima manfaat tanpa harus secara langsung BPKH mengurus dan memberikan edukasi pada penerima manfaat.

Analisis Pengaruh Peran *Stakeholder* terhadap efektivitas Kegiatan Program Kemaslahatan BPKH

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa BPKH sebagai lembaga pemerintah memiliki hubungan dengan berbagai *stakeholder* yang mempengaruhi kinerja BPKH baik dalam pembentukan regulasi, penetapan kegiatan prioritas, pengawasan sistem keuangan pengelolaan keuangan haji serta pemeriksaan alur keuangan haji yang digunakan BPKH baik dalam dana operasional ataupun dana yang didistribusikan pada program kegiatan Kemaslahatan. Pengaruh peran *stakeholder* dalam pengimplementasian pada kegiatan kemaslahatan akan selalu memiliki kepentingan yang tidak sesuai dengan SOP kegiatan kemaslahatan yang menyebabkan terhambatnya kegiatan kemaslahatan dilapangan.

Maka dapat disimpulkan bahwa peran *stakeholder* memiliki pengaruh positif dalam memberikan arahan dan membantu kegiatan operasional yang dilakukan oleh Kemenag dan Mitra Kemaslahatan dan memiliki pengaruh negative karena pengelolaan DAU akan selalu memiliki kepentingan dari berbagai *stakeholder* yang bisa membuat terhambatnya pendistribusian DAU kepada penerima manfaat, dimana ini akan selalu berkaitan satu sama lain tidak hanya mempengaruhi kegiatan operasional tetapi tentunya akan mempengaruhi eksistensi BPKH pada masyarakat sebagai lembaga independen yang bertujuan untuk mengelola keuangan haji menjadi jauh lebih baik. Hal ini berkaitan berdasarkan penelitian zakirudin mengenai pengaruh tumpang tindihnya kebijakan mengenai pelaku pengelolaan keuangan haji pengelolaanya dipengaruhi oleh berbagai pihak.

Analisis Perencanaan Langkah–Langkah Optimalisasi Pengelolaan DAU oleh BPKH dan Pemerintah

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa BPKH akan melakukan perbaikan baik sisi regulasi dan operasional yang tentunya akan bekerjasama dengan *stakeholder* yang memiliki peran dan meningkatkan kinerja kegiatan kemaslahatan. *Pertama*, BPKH dan pemerintah akan melakukan kajian secara mendalam mengenai pembahasan regulasi yang masih tumpang tindih dan tidak sesuai dengan keadaan lapangan. *Kedua*, BPKH akan melakukan edukasi mengenai kegiatan kemaslahatan secara mendalam baik dalam administrasi dan kegiatan di lapangan dan melakukan kajian bersama mengenai evaluasi kegiatan yang telah dilaksanakan pada tahun sebelumnya untuk meningkatkan presisi pada penerima manfaat dan melaksanakan kegiatan agar berjalan dengan semestinya.

Ketiga, BPKH akan melakukan digitalisasi untuk bisa mempermudah Mitra Kemaslahatan dalam mengelola proposal, Monitoring kegiatan kemaslahatan hingga pembuatan

laporan pertanggungjawaban sehingga kerjasama antara BPKH dan Mitra Kemaslahatan semakin efisien. *Keempat*, BPKH akan berkoordinasi kepada pemerintah untuk melakukan pengawasan secara langsung kepada kegiatan pengelolaan DAU. Dapat disimpulkan bahwa akan melakukan berbagai langkah kongkret bekerjasama dengan berbagai *stakeholder* dan pemerintah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pada penelitian kali ini mengenai pengaruh disharmonisasi, peran stakeholder dan hubungan mitra kerja terhadap efektivitas pendistribusian DAU pada program kegiatan Kemaslahatan BPKH, dapat disimpulkan:

- Sistem pengelolaan DAU memiliki proses bisnis yang kompleks yang bertujuan untuk bisa menentukan kelayakan suatu kegiatan yang diajukan oleh penerima manfaat dan tentunya sistem pengelolaan DAU melibatkan bidang pada internal BPKH ataupun eksternal seperti *stakeholder*.
- Hambatan yang mempengaruhi kegiatan Kemaslahatan yaitu singkatnya waktu yang tersedia BPKH dalam menjalankan program Kemaslahatan, disharmonisasi antara regulasi atau penerapan keadaan lapangan yang tidak sesuai dengan prosedur yang telah dibentuk, peran stakeholder yang mempengaruhi dalam pembentukan regulasi dan penerapan teknis kegiatan Kemaslahatan serta hubungan mitra kerja seperti Mitra Kemaslahatan yang membantu BPKH dalam hak teknis pada kegiatan Kemaslahatan.
- Disharmonisasi regulasi berpengaruh bagi kegiatan Kemaslahatan dimana dapat dibuktikan dengan tumpang tindihnya UU Nomor 34 Tahun 2014 dan PP Nomor 5 Tahun 2015 dengan UU Nomor 8 Tahun 2019 mengenai adanya peran Kemenag dalam mengelola keuangan haji yang dimana seharusnya hal ini sudah menjadi kewenangan BPKH sebagai lembaga independen. Hal ini mempengaruhi eksistensi BPKH sebagai lembaga independen dan banyaknya unsur kepentingan yang akan selalu menjadi resiko pada prosedur kegiatan Kemaslahatan. Peran stakeholder mempengaruhi baik secara langsung ataupun tidak langsung dalam kegiatan Kemaslahatan. Pengaruh secara tidak langsung dari sisi regulasi baik yang tumpang tindih dan tidak sesuai dengan keadaan lapangan serta banyaknya kepentingan yang dirawat dalam penentuan arah kegiatan Kemaslahatan sedangkan secara langsung yaitu peran stakeholder yang mempengaruhi secara teknis kegiatan Kemaslahatan seperti Mitra Kemaslahatan yang mengelola secara persyaratan administrasi penerima manfaat dari proses pengajuan hingga laporan pertanggungjawaban.
- Hubungan Mitra Kemaslahatan dengan BPKH sangat mempengaruhi kegiatan Kemaslahatan baik dalam hal eksistensi kepada masyarakat, menjangkau masyarakat seluruh Indonesia, menjaring penerima manfaat dalam pengajuan bantuan dan secara teknis administrasi yang menjadi syarat pemberian bantuan DAU pada penerima manfaat.
- BPKH akan melakukan kajian secara mendalam dengan melibatkan stakeholder dalam membentuk regulasi yang tidak saling tumpang tindih dan membentuk SOP yang jauh lebih komprehensif berdasarkan evaluasi keadaan lapangan yang sudah dijalankan BPKH sebelumnya, menjaga hubungan koordinasi yang baik dengan bidang lain yang berada di BPKH dan Mitra Kemaslahatan dan memberikan mengadakan program edukasi bagi bidang

lain dan mitra Kemaslahatan guna mencapai tujuan BPKH dalam mengadakan kegiatan Kemaslahatan yaitu memberikan manfaat bagi penerima manfaat yang benar-benar membutuhkan di seluruh Indonesia

DAFTAR PUSTAKA

- Hendarsa, A. S., Aminda, R. S., Tanjung, H., & Indupurnahayu. (2022). Pengantar Manajemen Pengelolaan Nilai Manfaat Dana Abadi Umat . *Jurnal Manajemen*.
- Kurnawan, N. I. (2018). Pandangan Stakeholder Terkait Penggunaan Dana Haji.
- Kurniawan, E. (2021). Akuntabilitas Pengelolaan Dana Haji Republik Indonesia . *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* .
- Mubarak, M. A., & Fuhaidah, U. (2018). Manajemen Pengelolaan Dana Haji Republik Indonesia . *Iltizam Journal Of Shariah Economic Research*.
- Prasetyo. (2018). Metode Penelitian Kuanlitatif .
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. *Alfabeta CV*.
- Zakiruddin, M. A. (2021). Problematika Regulasi Pengelolaan Dana Abadi Umat. *Media Syariah*, Volume 23, No. 1.
- Hurriyah El Islamy. 2020. PKBP Nomor 26 Tahun 2020 tentang Struktur Organisasi dan Tata Kerja Badan Pengelola Keuangan Haji. Jakarta: BPKH.
- Peraturan Presiden Nomor 110 Tahun 2017 tentang Badan Pengelola Keuangan Haji
- Hurriyah El Islamy. 2020. PKBP Nomor 34 Tahun 2020 tentang Perubahan Keempat atas Peraturan Kepala Badan Pelaksana Badan Pengelola Keuangan Haji Nomor 3 Tahun 2020 tentang Pedoman Teknis Kegiatan Kemaslahatan. Jakarta: BPKH.
- Indonesia. Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2014 tentang Pengelolaan Keuangan Haji. Lembar Negara RI Tahun 2014 Nomor 296, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 5605. Sekretariat Negara.Jakarta.
- Agung, Hendarsa Interview.2022.” Sistem Pengelolaan DAU”. Depok
- Dhemy, Budiawan Interview.2022.” Faktor Penghambat pengelolaan DAU”. Depok.
- Zoehelmy, Husen Interview. 2022. “Faktor Penghambat Pengelolaan DAU”. Depok.

Analisis Perbandingan Model Prediksi Kebangkrutan Dini Terhadap Bank di Indonesia dengan Kriteria KBMI 2 Periode 2015-2020

Sandro Azarya¹⁾, Mia Andika Sari²⁾

¹⁾ Politeknik Negeri Jakarta, sandro.azarya.ak18@mhs.pnj.ac.id, Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, 16425, Depok, Indonesia

²⁾ Politeknik Negeri Jakarta, mia.andikasari@akuntansi.pnj.ac.id, Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, 16425, Depok, Indonesia

ABSTRACT

This study aims to find out the most appropriate method to measure the bankruptcy of conventional commercial banks in Indonesia, especially for banks with KBMI (Bank Group based on Core Capital) in the 2nd place in 2015-2020. This is done by calculating bankruptcy and testing the accuracy of the existing model for the bankruptcy of Conventional Commercial Banks in Indonesia so that it can determine which model is the best for measuring bankruptcy. To obtain the data in this study, the authors used bank financial statements with KBMI 2 criteria where the report is available on the official website of the Indonesia Stock Exchange in 2015-2020. This study uses purposive sampling analysis techniques. Based on the results of the research conducted, the best method for measuring bank bankruptcy KBMI II (Bank group based on core capital) with a core capital of Rp 6 trillion-14 trillion is the Grover method because it is able to detect 47 samples, with an accuracy of 97.9% and the ratio used in Grover's method has a significant effect on bank bankruptcy with KBMI II

Keywords: Bankruptcy, Grover, Altman, Zmijewski .

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui metode yang paling tepat untuk mengukur kebangkrutan Bank Umum Konvensional di Indonesia terkhusus pada bank dengan KBMI (Kelompok Bank berdasarkan Modal Inti) urutan ke 2 tahun 2015-2020. Hal tersebut dilakukan dengan cara menghitung kebangkrutan serta menguji keakuratan model yang ada terhadap kebangkrutan Bank Umum Konvensional di Indonesia sehingga dapat menentukan model mana yang terbaik untuk mengukur kebangkrutan. Untuk mendapatkan data dalam penelitian ini, penulis menggunakan laporan keuangan Bank dengan kriteria KBMI 2 dimana laporan tersebut tersedia di *website* resmi Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2020. Penelitian ini menggunakan teknik analisis Purposive sampling. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, metode terbaik untuk mengukur kebangkrutan bank KBMI II (Kelompok bank berdasarkan modal inti) dengan modal inti Rp 6 triliun-14 triliun yaitu metode Grover karena mampu mendeteksi 47 sampel, dengan keakuratan 97,9% dan rasio yang digunakan dalam metode Grover berpengaruh signifikan terhadap kebangkrutan bank dengan KBMI II

Kata-Kata Kunci: Kebangkrutan, Grover, Alman, Zmijewski

¹ Sandro Azarya. E-mail: sandro.azarya.ak18@mhs.pnj.ac.id

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dalam dunia modern sekarang ini, peranan perbankan dalam memajukan perekonomian suatu negara sangatlah besar, oleh karena itu perbankan sering disebut sebagai gambaran roda perekonomian suatu negara (Baroroh, 2012). Secara sederhana bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat, serta memberikan jasa-jasa bank lainnya. Peranan penghubung lembaga perbankan sangat berpengaruh pada pertumbuhan perekonomian suatu negara, contohnya ketika terjadi penurunan jumlah kredit yang disalurkan mengakibatkan sikap kehati-hatian dari pihak bank, secara tidak langsung akan terjadi perlambatan pertumbuhan ekonomi di suatu negara.

Seperti yang telah diketahui adanya pandemi dari Covid 19, tahun 2020 Indonesia mengalami penurunan PDB yang cukup besar sehingga dikutip dari laman kompas.com, Kepala Badan Pusat Statistik, Suhariyanto mengatakan bahwa Indonesia resmi memasuki resesi. Dikutip dari laman Forbes, 15 Juli 2020, ekonom Julius Shiskin mendefinisikan pengertian resesi adalah penurunan PDB yang terjadi selama dua kuartal berturut-turut. Hal ini terjadi lantaran penurunan signifikan dalam kegiatan ekonomi yang berlangsung selama berbulan-bulan atau bahkan bertahun-tahun.

Melihat adanya rentabilitas, efisiensi dan permodalan yang mengalami perubahan hal ini menjadi pengganggu bagi perusahaan perbankan. Terganggunya aktivitas bisnis suatu perusahaan menyebabkan perusahaan kehilangan pendapatannya dan bahkan terancam tidak mampu untuk menjaga keberlanjutan perusahaan. Kondisi perekonomian secara umum dan kondisi perbankan secara khusus masih rentan terhadap krisis dapat menyebabkan tingginya risiko usaha, jika bank tidak mampu memperhatikan kinerja keuangannya dengan menyesuaikan situasi perekonomian yang ada, hal tersebut akan mengalami penurunan laba dan aset atau kesulitan keuangan yang pada akhirnya terjadi kebangkrutan (Hapsari, 2012). Kondisi perekonomian di Indonesia yang masih belum menentu mengakibatkan tingginya risiko suatu perusahaan untuk mengalami kesulitan keuangan atau bahkan kebangkrutan. Kesalahan prediksi terhadap kelangsungan operasi suatu perusahaan di masa yang akan datang dapat berakibat fatal yaitu kehilangan pendapatan atau investasi yang telah ditanamkan pada suatu perusahaan. Oleh karena itu, mendeteksi kebangkrutan perusahaan lebih awal akan lebih baik, hal ini dapat berguna untuk investor dan para kreditur (lembaga keuangan) serta pemerintah yang dapat melakukan langkah-langkah antisipasi agar tidak berdampak sistemik terhadap perekonomian Indonesia (Theodorus & Artini, 2018).

Berdasarkan beberapa penelitian yang telah dilakukan, ada diantaranya yang tidak sejalan dengan penelitian yang lainnya. Hal ini menjadi perhatian penulis, bahwa ternyata setiap metode tidak selalu menghasilkan hasil akhir yang sama untuk keakuratan masing-masing metode. Maka dari itu penulis ingin menguji kebangkrutan dini terhadap bank dan menguji setiap metode, apakah setiap metode yang diciptakan mampu untuk mengukur kebangkrutan bank dan menentukan metode yang paling terbaik untuk mengukur kebangkrutan.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, diketahui adanya penelitian-penelitian yang mendapatkan nilai atau hasil yang berbeda-beda disebabkan karena karakteristik yang berbeda dalam setiap penelitian mengenai *financial distress* pada perusahaan perbankan di Indonesia. Selain itu kondisi perekonomian di Indonesia yang masih belum menentu mengakibatkan tingginya risiko suatu perusahaan untuk mengalami kesulitan keuangan atau bahkan kebangkrutan terutama dengan adanya tahun 2020 dimana Indonesia mengalami resesi yang pastinya akan menimbulkan hasil yang berbeda dari penelitian ini dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui hasil dari setiap metode yang dipakai untuk mengukur kebangkrutan bank konvensional di Indonesia terkhusus Bank dengan KBMI 2 tahun 2015-2020.

2. Untuk mengetahui metode yang paling tepat dalam mengukur kebangkrutan bank konvensional di Indonesia terkhusus Bank dengan KBMI 2 tahun 2015-2020

TINJAUAN PUSTAKA

Kebangkrutan Perusahaan

Kebangkrutan merupakan posisi terpuruknya sebuah perusahaan yang sangat dihindari, karena kelalaian manajemen perusahaan dalam menindaklanjuti permasalahan keuangan yang terjadi. Kesulitan usaha merupakan kondisi kontinum mulai dari kesulitan keuangan yang ringan (seperti masalah likuiditas), sampai pada kesulitan yang lebih serius, yaitu tidak solvabel (utang lebih besar dibandingkan dengan aset). Kebangkrutan merupakan kegagalan perusahaan dalam menjalankan operasi perusahaan untuk menghasilkan laba dan kondisi dimana perusahaan tidak mampu lagi untuk melunasi kewajibannya (Amaliah, 2022). Menurut Lesmana dalam Pratiwi (2019) kebangkrutan adalah ketidakpastian mengenai kemampuan atas suatu perusahaan untuk melanjutkan kegiatan operasinya jika kondisi keuangan yang dimiliki mengalami penurunan. Pada situasi tertentu, perusahaan mungkin akan mengalami kesulitan keuangan. Jika tidak diselesaikan dengan benar, kesulitan keuangan kecil dapat berkembang menjadi lebih besar dan akan sampai pada kebangkrutan.

Kelompok Bank Berdasarkan Modal Inti (KBMI)

Berdasarkan Peraturan OJK nomor 12/POJK. 03/2021 yang terbit, dijelaskan KBMI merupakan pengelompokan bank yang didasarkan pada modal inti yang dimiliki. Bank dikelompokkan menjadi empat KBMI sama seperti BUKU, namun untuk besaran modal inti tiap kelasnya berbeda. Secara teknis, modal inti merupakan modal bank yang terdiri dari modal disetor, modal sumbangan, cadangan yang dibentuk dari laba setelah pajak dan laba yang diperoleh setelah pajak. Berdasarkan Modal Inti, Bank dikelompokkan menjadi 4 (empat) KBMI:

1. KBMI 1 yaitu modal Inti sampai dengan Rp6.000.000.000.000,00 (enam triliun rupiah).
2. KBMI 2 yaitu modal Inti lebih dari Rp6.000.000.000.000,00 (enam triliun rupiah) sampai dengan Rp14.000.000.000.000,00 (empat belas triliun rupiah).
3. KBMI 3: Modal Inti lebih dari Rp14.000.000.000.000,00 (empat belas triliun rupiah) sampai dengan Rp70.000.000.000.000,00 (tujuh puluh triliun rupiah).
4. KBMI 4: Modal Inti lebih dari Rp70.000.000.000.000,00 (tujuh puluh triliun rupiah).

Sebagai panduan, pengelompokan berdasarkan BUKU jika dikaitkan dengan KBMI, dapat menjadi:

1. BUKU 1 dapat disetarakan dengan KBMI 1;
2. BUKU 2 dapat disetarakan dengan KBMI 1;
3. BUKU 3 dapat disetarakan dengan KBMI 2 atau KBMI 3; dan
4. BUKU 4 dapat disetarakan dengan KBMI 3 atau KBMI 4.

Metode Grover

Metode Grover diciptakan oleh Jeffrey S. Metode ini merupakan perkembangan, dan penilaian ulang terhadap model Altman (Prihanthini & Sari, 2013). Metode ini memiliki rumus sebagai berikut:

$$G \text{ Score} = 1,650 X1 + 3,404 X2 - 0,016 \text{ ROA} + 0,057$$

Keterangan

X1 = Working Capital to Total Assets

X2 = Earning Before Interest and Taxes to Total Asset

ROA = Return on Asset

Metode Grover memiliki nilai kategori, apabila skor kurang atau sama dengan -0,02 diprediksi perusahaan dalam kondisi bangkrut. Sedangkan apabila skor lebih atau sama dengan 0 diprediksi perusahaan dalam keadaan tidak bangkrut atau sehat (Halimatusyakhdiyah et al.,2015).

Metode Zmijewski

Model prediksi yang dihasilkan oleh Zmijewski pada tahun 1983 merupakan hasil riset selama 20 tahun yang ditelaah ulang. Model ini menghasilkan rumus sebagai berikut:

$$X = -4.3 - 4.5 X_1 + 5.7 X_2 - 0.004 X_3$$

Keterangan:

X₁ = ROA (NITA)

X₂ = Debt Ratio (TLTA)

X₃ = Current Ratio (CACL)

Model Zmijewski memiliki nilai cut off sebesar 0 yang digunakan untuk mengkategorikan kondisi perusahaan. Jika skor $S < 0$ maka perusahaan tersebut diprediksi tidak akan mengalami financial distress. Adapun jika skor $S > 0$ maka perusahaan diprediksi akan mengalami financial distress.

Metode Altman

Penggunaan model Altman Z-Score sebagai salah satu pengukuran kinerja kebangkrutan tidak bersifat tetap maupun stagnan melainkan berkembang dari waktu ke waktu, yang mana pengujian dan penemuan model terus diperluas oleh Altman hingga dapat diterapkan pada semua perusahaan baik perusahaan manufaktur maupun perusahaan non manufaktur khususnya perusahaan jasa (Oktarina: 2017). Altman melakukan modifikasi terhadap model prediksi kebangkrutan untuk meminimalisir efek industri karena keberadaan variabel perputaran aset yaitu dengan mengeliminasi variabel X₅ (Sales to Total Assets) (Korry, Dewim Ningsih, 2019, p. 193). Cara untuk mengukur variabel Altman Z Score adalah sebagai berikut

$$Z = 6.56X_1 + 3.26X_2 + 6.72X_3 + 1.05X_4$$

Keterangan :

Z₁ = Working capital/Total assets

Z₂ = Retained earnings/ Total assets

Z₃ = Earnings before interest and taxes/ Total assets

Z₄ = Market value of equity/Book value of liabilities

Kriteria memprediksi kebangkrutan pada model z-score, Z-Score > 2,60 maka termasuk perusahaan non financial distress, sedangkan Z-Score berada antara 1,1 sampai 2,60, maka termasuk grey area (kritis) dan jika nilai Z-Score < 1,1 maka termasuk perusahaan financial distress (Imam Ghozali, 2013).

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Variabel yang digunakan variabel terikat (Dependent Variable) yang digunakan dalam penelitian, yaitu kebangkrutan perusahaan, sedangkan variabel bebas (Independent Variable) yang digunakan adalah metode Grover (X₁), metode Zmijewski (X₂) dan metode Altman (X₃).

Populasi dalam penelitian ini adalah bank umum konvensional di Indonesia. Sampel yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling yaitu bank dengan KBMI II. Teknik ini digunakan agar mendapatkan sampel yang representative.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Tabel 1 Normalitas Grover

	Unstandardized Residual
Kolmogorov-Smirnov Z	,492

Asymp. Sig. (2-tailed)	,969
------------------------	------

Berdasarkan output yang telah dihasilkan pada tabel terlihat bahwa signifikansi pada hasil Kolmogorov Smirnov Z menghasilkan nilai sebesar 0,969 yaitu lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data untuk G-Score terdistribusi normal.

Tabel 2 Normalitas Zmijewski

	Unstandardized Residual
Kolmogorov-Smirnov Z	,606
Asymp. Sig. (2-tailed)	,857

Berdasarkan output yang telah dihasilkan pada tabel terlihat bahwa signifikansi pada hasil Kolmogorov Smirnov, menghasilkan nilai sebesar 0,857, karena nilainya lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data untuk X-Score terdistribusi normal.

Tabel 3 Normalitas Altman Z Score

	Unstandardized Residual
Kolmogorov-Smirnov Z	,539
Asymp. Sig. (2-tailed)	,933

Berdasarkan output yang telah dihasilkan pada tabel tersebut terlihat bahwa signifikansi pada hasil Kolmogorov Smirnov menghasilkan nilai sebesar 0,933, karena nilainya lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data untuk Z-Score terdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4 Heteroskedastisitas Grover

	Model	Sig.
1	(Constant)	,055
	WCTA	,844
	EBITTA	,632
	ROA	,832

Berdasarkan tabel coefficients rasio yang digunakan dalam menghitung kebangkrutan dengan metode G-Score menghasilkan signifikansi lebih dari 0,05 yang berarti pada metode G-Score tidak ditemukan gejala heteroskedastisitas.

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas Zmijewski

	Model	Sig.
	(Constant)	,533
	ROA	,694
	Debt Ratio	,389
	Current Ratio	,928

Berdasarkan tabel coefficients rasio yang digunakan dalam menghitung kebangkrutan dengan metode X-Score menghasilkan signifikansi lebih dari 0,05. Ini berarti pada metode X-Score tidak ditemukan gejala heteroskedastisitas.

Tabel 6. Uji Heteroskedastisitas Altman

Model	Sig.
-------	------

1	(Constant)	,028
	WCTA	,407
	RETA	,958
	EBITTA	,993
	MVEBVD	,653

Berdasarkan tabel coefficients rasio yang digunakan dalam menghitung kebangkrutan dengan metode G-Score menghasilkan signifikansi lebih dari 0,05. Ini berarti pada metode Z-Score tidak ditemukan gejala heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 7. Autokorelasi Grover

Model	Durbin-Watson
1	1,799

Nilai Durbin Watson pada G-Score adalah sebesar 1,799, lebih besar dari batas atas (du) yaitu 1,6708 dan kurang dari 4-du atau 4-1,6708 yaitu 2,392 yang menunjukkan bahwa rasio pada X-Score tidak mengalami gejala autokorelasi.

Tabel 8. Autokorelasi Zmijewski

Model	Durbin-Watson
1	2,146

Nilai Durbin Watson pada X-Score adalah sebesar 2,146, lebih besar dari batas atas (du) yaitu 1,6708 dan kurang dari 4-du atau 4-1,6708 yaitu 2,392. Hal ini menunjukkan bahwa rasio pada X-Score tidak mengalami gejala autokorelasi.

Tabel 9 Autokorelasi Altman Z

Model	Durbin-Watson
1	1,969

Nilai Durbin Watson pada X-Score ialah sebesar 1,969, lebih besar dari batas atas (du) yaitu 1,7206 dan kurang dari 4-du atau 4-1,6708 yaitu 2,2794. Hal ini menunjukkan bahwa rasio pada Z-Score tidak mengalami gejala autokorelasi.

Uji Multikolinearitas

Tabel 10. Multikolinearitas Grover

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
WCTA	,743	1,347
EBITTA	,210	4,763
ROA	,244	4,100

Berdasarkan uji multikolinearitas pada G-Score nilai tolerance masing masing rasio mempunyai nilai tolerance lebih dari 0,10 dan VIF lebih kecil dari 10. Maka rasio dalam G-Score tidak mengalami gejala multikolinearitas.

Tabel 11. Multikolinearitas Zmijewski

Model	Collinearity Statistics
-------	-------------------------

		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	ROA	,488	2,048
	Debt Ratio	,361	2,770
	Current Ratio	,239	4,188

Berdasarkan uji multikolinearitas pada X-Score nilai tolerance mempunyai nilai tolerance lebih dari 0,10 dan VIF lebih kecil dari 10. Maka rasio dalam X-Score tidak mengalami gejala multikolinearitas

Tabel 12. Multikolinearitas Altman Score

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
WCTA	,548	1,824
RETA	,332	3,010
EBITTA	,263	3,808
MVEBVD	,948	1,054

Berdasarkan uji multikolinearitas pada Z-Score rasionya mempunyai nilai tolerance lebih dari 0,10 dan VIF lebih kecil dari 10. Maka rasio dalam Z-Score tidak mengalami gejala multikolinearitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 13. Regresi Berganda Grover

Model	Unstandardized Coefficients		
	B	Std. Error	
1	(Constant)	,058	,003
	WCTA	1,653	,008
	EBITTA	3,398	,
	ROA	-,016	,003

$$Y (\text{G-Score}) = 0,058 + 1,653 (\text{WCTA}) + 3,398 (\text{EBITTA}) - 0,016 (\text{ROA}) + e$$

Tabel 14. Regresi Berganda Zmijewski

Model	Unstandardized Coefficients		
	B	Std. Error	
1	(Constant)	-4,237	,063
	ROA	-4,500	,001
	Debt Ratio	-,012	,017
	Current Ratio	5,635	,056

$$Y (\text{X-Score}) = -4,237 - 4,500 (\text{ROA}) - 0,12 (\text{Debt Ratio}) - 5,635 (\text{Current Ratio}) + e$$

Tabel 15. Regresi Berganda Altman Score

Model	Unstandardized Coefficients		
	B	Std. Error	
1	(Constant)	,007	,015
	WCTA	6,572	,044

RETA	3,187	,128
EBITTA	6,620	,241
MVEBVD	1,042	,023

$$Y (\text{Z-Score}) = 0,007 + 6,572 (\text{WCTA}) + 3,187 (\text{RETA}) + 6,620 (\text{EBITTA}) + 1,042 (\text{MVEBVD}) + e$$

Uji Hipotesis

Tabel 16. T-test Grover

Model		Sig.
1	(Constant)	,000
	WCTA	,000
	EBITTA	,000
	ROA	,000

Berdasarkan tabel diatas nilai signifikansi t kurang dari 0,05. Bisa disimpulkan bahwa H1 diterima yaitu metode Grover dapat digunakan untuk memprediksi kebangkrutan KBMI II

Tabel 17. T-test Zmijewski

Model		Sig.
1	(Constant)	,000
	ROA	,000
	Debt Ratio	,500
	Current Ratio	,000

Berdasarkan tabel diatas nilai signifikansi t kurang dari 0,05 untuk ROA dan *current ratio* sedangkan *debt ratio* memiliki nilai diatas 0,05. Bisa disimpulkan bahwa H0 diterima yaitu metode metode Zmijewski belum dapat digunakan dalam memprediksi kebangkrutan bank dengan KBMI II

Tabel 18. T-test Altman Score

Model		Sig.
1	(Constant)	,641
	WCTA	,000
	RETA	,000
	EBITTA	,000
	MVEBVD	,000

Berdasarkan tabel diatas nilai signifikansi t kurang dari 0,05. Bisa disimpulkan bahwa H3 diterima yaitu metode Altman Score dapat digunakan dalam memprediksi kebangkrutan bank di Indonesia kriteria KBMI II

Uji Akurasi

Tabel 19. Uji Akurasi Grover

Rekapitulasi	Prediksi		Total
	B	TB	

Jumlah	1	47	48
Tingkat Akurasi	97,9%		
Tingkat Error	2,08%		

Metode G-Score memiliki tingkat akurasi atau ketepatan dalam memprediksi kebangkrutan sebesar 97,9%. Ketepatan metode prediksi S-Score dilihat dari 47 prediksi dari 48 yang diprediksi tidak mengalami kebangkrutan. Tingkat error atau kesalahan pada metode G-Score sebesar 2,08% yang dapat dilihat dari hanya satu prediksi bangkrut.

Tabel 20. Uji Akurasi Zmijewski

Rekapitulasi	Prediksi		Total
	B	TB	
Jumlah	10	38	48
Tingkat Akurasi	79,2%		
Tingkat Error	20,83%		

Metode X-Score memiliki tingkat akurasi atau ketepatan dalam memprediksi kebangkrutan sebesar 81,3%. Ketepatan metode prediksi X-Score yang dilihat dari 38 prediksi tidak bangkrut. Tingkat error atau kesalahan pada metode X-Score sebesar 20,83% yang dapat dilihat dari 10 prediksi kebangkrutan yang diprediksi bangkrut.

Tabel 21. Uji Akurasi Altman Score

Rekapitulasi	Prediksi			Total
	B	Grey Area	TB	
Jumlah	11	34	3	48
Tingkat Akurasi	6%			
Tingkat Error	23%			
Tingkat Grey Area	71%			

Hasil analisis dari delapan perusahaan perbankan. Diketahui bahwa metode Z-Score memiliki tingkat akurasi atau ketepatan dalam memprediksi kebangkrutan sebesar 6%. Ketepatan metode prediksi Z-Score dilihat dari 3 prediksi tidak bangkrut dan terbukti bahwa dalam kenyataannya perusahaan tidak mengalami kebangkrutan. Tingkat error atau kesalahan pada metode Z-Score sebesar 23% yang dapat dilihat dari enam prediksi bangkrut yaitu sebanyak 11 sampel yang diprediksi mengalami kebangkrutan. Sedangkan sampel yang mengalami grey area (kritis atau tidak bisa dikatakan bangkrut atau sehat) yakni sebesar 71% dengan total sampel sebesar 34 yang berada pada zona abu-abu.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan yang dilakukan oleh penulis, mengenai analisis kebangkrutan terhadap bank dengan kriteria bank berdasarkan modal inti (KBMI II) dengan modal inti Rp 6 triliun- Rp 14 triliun periode tahun 2015-2020, ada delapan bank dengan total 48 sampel, maka penulis membuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan penelitian yang telah di uji hasil dari setiap metode, baik Grover, Zmijewski dan Altman Z Score memiliki hasil yang berbeda-beda untuk setiap potensi kebangkrutan terhadap delapan bank kriteria KBMI II. Perbedaan prediksi terjadi karena adanya perbedaan rasio keuangan yang digunakan pada masing-masing metode dan koefisien pada setiap metode. Jika diurutkan maka metode Grover mendapatkan peringkat pertama karena dapat memprediksi sebanyak 47 sampel, disusul dengan Zmijewski dengan 38 sampel tidak bangkrut dan Altman Z Score yang memprediksi hanya 3 sampel tidak bangkrut.
2. Berdasarkan uji akurasi dan uji hipotesis maka disimpulkan bahwa metode Grover adalah metode yang terbaik untuk mengukur kebangkrutan. Metode Grover memiliki 97,9% tingkat akurasi dan

berdasarkan uji hipotesis yaitu dengan uji t test hasilnya menggambarkan bahwa setiap rasio yang digunakan dalam metode Grover yaitu return on asset (ROA), working capital to total asset (WCTA), earning before interest and tax (EBITTA) memiliki nilai signifikansi dibawah 0,05 yang berarti rasio rasio yang terdapat dalam G-Score berpengaruh signifikan terhadap kebangkrutan menggunakan Grover. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Utari pada tahun 2021 yang menyatakan bahwa Grover analisis yang tepat untuk memprediksi kebangkrutan pada perbankan dan instrumen penghitungannya memiliki pengaruh yang positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap prediksi kebangkrutan dini. Metode Zmijewski memiliki tingkat akurasi dibawah metode Grover dan salah satu rasio yang digunakan dalam mengukur kebangkrutan yaitu debt ratio tidak berpengaruh signifikan terhadap kebangkrutan yang diukur menggunakan Zmijewski sedangkan return on asset (ROA) dan current ratio berpengaruh signifikan terhadap metode kebangkrutan Zmijewski. Penelitian dalam metode Zmijewski tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gunawan, Pamungkas dan Susilawati (2017) yang menyatakan bahwa model Zmijewski memiliki tingkat akurasi tertinggi dalam memprediksi kondisi financial distress. Metode Altman Score memiliki akurasi dibawah Zmijewski, walaupun rasio yang digunakan dalam metode Altman Z Score memiliki pengaruh signifikan yaitu working capital to total asset (WCTA), earning before interest and tax (EBITTA), retained earnings to total asset (RETA), market value equity book value debt (MVEBVD) terhadap kebangkrutan Altman Z Score, namun akurasinya memiliki tingkat yang paling kecil diantara metode Grover dan Altman Z Score. Penelitian metode Altman tidak sejalan dengan yang dilakukan oleh Salman dan Wulandari (2021) yang menyatakan bahwa metode paling baik dalam memprediksi kebangkrutan perusahaan (financial distress) adalah model Altman Z-Score

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Rizfal Efriadi, E. (2019). Kemampuan model Z- score dan model Springate dalam memprediksi financial distress BPR Multi Artha Sejahtera. *Jurnal manajemen dan keuangan*.
- Anggela, R. Y. (2021). Comparative analysis of Fulmer, Springate and Grover models in predicting bankruptcy. *Journal of islamic economics and philanthropy*.
- Bakri. (2019). Analisis prediksi financial distress menggunakan pendekatan model Altman dan Grover. *E-journal*.
- Barbara gunawan, R. P. (2017). Perbandingan prediksi financial distress dengan model. *Jurnal akuntansi dan investasi*.
- Clemence wamona mwawughanga, d. G. (2017). Application of edward Altman's Z score model on measuring financial health of commercial banks in kenya. *Journal of business and change management*.
- Devy Nilasari, M. H. (2018). Memprediksi perusahaan yang berpotensi mengalami masalah keuangan dengan model Altman, Springate, dan Zmijewski. *Diponegoro journal of management*.
- Diyah santi hariyani, a. S. (2017). Analisis perbandingan model Altman, model Springate,. *Jurnal akuntansi*.
- M. Muzanni, i. Y. (2021). Comparative analysis of Altman, Springate, and Zmijewski models in predicting the bankruptcy of retail companies in Indonesia and Singapore. *The international journal of applied business*.
- Munawaran, A. W. (2019). Ketepatan Altman, Zmijewski, Grover, dan Fulmer menentukan financial distress pada perusahaan trade and service. *Riset & jurnal akuntansi*.
- Otoritas jasa keuangan, republik indonesia. (2021). *Statistik perbankan indonesia*. Jakarta.
- Sahrani. (2019). RGEK dan pengaruhnya terhadap islamic financial distress bank syariah periode 2012-2018. *Tesis*.
- Tania, e. D. (2018). Ketepatan model Altman, Springate, Zmijewski, dan Grover dalam memprediksi financial distress. *Reviu akuntansi dan keuangan*.
- Utari, a. D. (2021). Analisis perbandingan metode Zmijewski dan Grover dalam memprediksi kebangkrutan bank yang terdaftar pada bei tahun 2015-2019. *Jurnal ilmu manajemen*.

- Veni Tiara Sari, A. D. (2020). Analisis model Springate, Grover dan Zmijewski. Jurnal ekonomi dan bisnis.
- Yudyawati, t. (2020). Prediksi kebangkrutan menggunakan metode Altman (Z-score), Springate (S-score), Zmijewski (X-score), Grover (G-score), Ohlson (O-score), dan Kida. Skripsi.

Halaman Persetujuan Artikel dari Dosen Pembimbing

Artikel saya berjudul
Analisis Perbandingan Model Prediksi Kebangkrutan Dini Terhadap Bank di Indonesia dengan
Kriteria KBMI 2 Periode 2015-2020

Telah selesai dikoreksi dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk dipublikasikan.

	Tanda tangan	Tanggal
Mahasiswa Sandro Azarya		14-08-2022
Dosen Pembimbing <u>Mia Andika Sari, S.Hum.,M.M</u> NIP 9222016020919820803		

Pengaruh Citra Diri dan Fasilitas ATM Bank Syariah Indonesia Terhadap Minat Bertransaksi Nasabahnya

Rafli Nur Syaban¹⁾, Ady Arman²⁾

¹⁾ Politeknik Negeri Jakarta, humas@pnj.ac.id, Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, 16425, Depok, Indonesia

ABSTRACT

The development of both sharia and conventional banking in Indonesia is marked by the application of increasingly excellent technology and services in order to create a good corporate image in the eyes of the public. The banking technology that has the biggest role in customers' daily transactions is the ATM machine. This study aims to determine how much influence the company's self-image and ATM facilities have on the transactional interest of Indonesian Syariah Bank customers. This research is a quantitative research with 147 respondents aged 18-25 years. Multiple linear regression analysis was conducted to obtain the results individually or simultaneously whether the variables studied had an effect on the transactional interest of Bank Syariah Indonesia customers.

Keywords: *The Company's Self-Image, ATM Facilities, Transactional Interest, Bank syariah Indonesia.*

ABSTRAK

Berkembangnya perbankan baik syariah maupun konvensional di Indonesia ditandai dengan pengaplikasian teknologi dan pelayanan yang semakin prima guna menciptakan citra perusahaan yang baik di mata masyarakat. Teknologi perbankan yang paling besar peranannya dalam transaksi keseharian nasabah adalah mesin ATM. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra diri perusahaan dan fasilitas ATM berpengaruh terhadap minat bertransaksi nasabah Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan responden sebanyak 147 orang berusia 18-25 tahun. Dilakukan analisis regresi linear berganda untuk mendapatkan hasil secara individu maupun simultan apakah variabel yang diteliti berpengaruh terhadap minat bertransaksi nasabah Bank Syariah Indonesia.

Kata-Kata Kunci: Citra Diri, Fasilitas ATM, Minat Bertransaksi, Bank Syariah Indonesia.

¹⁾Rafli Nur Sya'ban. E-mail: rafli.nursyaban.ak18@mhs.w.pnj.ac.id

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Bank merupakan lembaga keuangan yang berdiri pada setiap negara dan menjadi jantung perekonomian pada negara tersebut. Kegiatan bank ialah menghimpun dana masyarakat yang memiliki dana berlebih (surplus unit) kepada pihak yang kekurangan dan membutuhkan dana (devisit unit) lalu mengelola dana tersebut dalam berbagai sektor guna menghidupkan perekonomian. Bank juga menyediakan jasa keuangan bagi masyarakat berbentuk produk-produk yang mereka sediakan untuk masyarakat yang membutuhkan dana baik untuk kegiatan produktif ataupun konsumtif.

Berdasarkan praktiknya, Sebagian besar kegiatan transaksi yang dilakukan perbankan sejatinya tidaklah sesuai dengan nilai-nilai keagamaan pada agama Islam. Penggunaan sistem bunga dianggap tidak adil dalam beberapa kasus perbankan, Terjadi ketidak seimbangan manfaat dan keuntungan pada masing-masing pihak yang terlibat transaksi perbankan. Hal ini lah yang kemudian menjadi landasan bagi para ahli fiqih ekonomi islam untuk membangun lembaga perbankan yang didasari oleh nilai-nilai fiqih perekonomian yang sesuai dengan syariat islam, terbentuklah perbankan syariah.

Khususnya di Indonesia pada tahun 1992 silam Bank Muamalat menjadi pelopor untuk bank syariah di Indonesia. Secara operasional dan peraihan profitabilitas terdapat perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional. Bank syariah berpedoman pada aturan dan nilai-nilai islam yang terkandung dalam Al-Quran dan hadist. Hal itu pula yang mendasari produk-produk yang disediakan oleh bank syariah. Suatu hal yang menjadi landasan fundamental pokok berjalannya kegiatan bank syariah adalah dengan menghindarkan kegiatannya dengan Maysir, Gharar, Haram, dan Riba (MAGHRIB). Namun antara bank syariah dan konvensional memiliki kesamaan dalam fungsi utama pada perbankan itu sendiri dengan memelihara dan menjalankan perekonomian suatu negara.

Seiring berjalannya waktu dan perkembangan teknologi, baik bank konvensional maupun bank syariah bersaing dalam hal pelayanan dan fasilitas yang mereka sajikan untuk kemudahan dan kelancaran perekonomian masyarakat. Hal tersebut membentuk citra yang masyarakat kenal sehingga setiap bank memiliki khasnya masing-masing. Bentuk implementasi dari pemanfaatan teknologi pada industri perbankan adalah dengan menyediakan fasilitas dalam bentuk mesin. Salah satunya adalah mesin ATM. Mesin ATM dapat melayani nasabah lebih cepat dan lebih praktis dibanding harus mengunjungi bank terdekat untuk melakukan setiap transaksi keuangan. Berdasarkan yang telah disampaikan, citra diri yang dibangun oleh suatu bank sebagai identitas dan jati dirinya menjadi daya tarik bagi nasabah untuk bertransaksi di bank tersebut. Selain itu keberadaan mesin ATM sangatlah bermanfaat bagi bank dan nasabah. Kemudahan yang ditawarkan dari aspek kecepatan bertransaksi tanpa harus mengunjungi cabang bank, kenyamanan dengan senantiasa disediakan bilik khusus ATM beserta pendingin ruangnya, hingga aspek keamanan bertransaksi yang dijamin oleh bank. Sesuai dengan penelitian awal yang dilakukan peneliti, kedua variabel tersebut, citra diri dan fasilitas mesin ATM adalah salah satu faktor yang berpengaruh pada minat bertransaksi masyarakat. Dengan status Bank Syariah Indonesia sebagai bank syariah baru yang memiliki asa untuk memajukan perekonomian syariah di Indonesia sayangnya seperti yang dapat dilihat pada masa sekarang, penyediaan mesin ATM pada bank konvensional lebih banyak terlihat dan tersedia dibanding pada bank syariah. Hal ini dapat menjadi citra yang kurang baik bagi bank syariah dan menyebabkan kurangnya minat

masyarakat untuk bertransaksi. Sehingga pada kesempatan kali ini penulis ingin mengulas dan meneliti hal tersebut.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disusun, teridentifikasi masalah pada penyebaran mesin ATM khususnya pada bank syariah yang kurang memadai untuk kelangsungan transaksi masyarakat, serta daya tarik masyarakat berdasarkan citra dari suatu bank yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank. Dapat dilihat pada laman BSI Syariah, Per 9 Desember 2021, tercatat hanya 57 titik penyebaran mesin ATM BSI di Jakarta Selatan. Dari data tersebut, bank syariah sebesar BSI saja hanya menyediakan ATM sebanyak 57 titik di kota besar seperti Jakarta Selatan. Dapat disimpulkan bahwa penyebaran mesin ATM bank syariah memang kurang memadai. Potensi yang dimiliki oleh bank syariah sebesar BSI yang merupakan bank syariah terbesar di Indonesia saja hanya menyediakan mesin ATM yang minim dibandingkan dengan penyebaran ATM bank konvensional yang lebih mudah dijangkau oleh nasabahnya.

Tujuan

- Untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra diri suatu bank terhadap minat bertransaksi dan kepuasan nasabahnya.
- Untuk mengetahui apakah ketersediaan mesin ATM berpengaruh pada minat bertransaksi dan kepuasan nasabah

2. TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

- Bank Syariah Indonesia

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan bank syariah yang terbentuk oleh gabungan tiga bank syariah sebelumnya yakni Bank Syariah Mandiri, Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS), dan Bank Negara Indonesia Syariah (BNIS). BSI diresmikan pada 1 Februari 2021 yang bertepatan pada 19 Jumadil akhir 1442 H.

- Citra Diri

Citra diri merupakan kesan, perasaan, gambaran dari masyarakat atau publik terhadap perusahaan, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu produk atau jasa yang ditawarkan. (Canton, 2012).

Semakin baik citra yang dibangun, penyesuaian antara strategi dan target pasar, penempatan produk dan promosi yang efektif, maka semakin mudah perusahaan tersebut meraih perhatian masyarakat lalu masyarakat menjadi familiar dan terasa dekat berkat pembentukan citra diri tersebut. Sesuai dengan firman Allah SWT. Dalam surat Al-Qasas ayat 26 yang berbunyi.

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَأْجِرْهُ إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرْتَ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ

Artinya : Dan salah seorang dari kedua (perempuan) itu berkata, “Wahai ayahku! Jadikanlah dia sebagai pekerja (pada kita), sesungguhnya orang yang paling baik yang engkau ambil sebagai pekerja (pada kita) ialah orang yang kuat dan dapat dipercaya.”

- Fasilitas

Fasilitas merupakan semua hal yang dapat memudahkan upaya serta melancarkan kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan tertentu. Pendapat ini menekankan pada adanya tujuan yang

akan dicapai dengan memanfaatkan fasilitas. (Prof. Dr. Hj Zakiah Daradjat, 2008)

- Mesin ATM

Mesin ATM adalah perangkat elektronik otomatis untuk melayani nasabah dalam urusan transaksi perbankan. Kepanjangan dari ATM adalah Anjungan Tunai Mandiri. Mesin ini memiliki sejumlah fungsi layanan yang meliputi menarik uang tunai, melakukan pengiriman uang, mengecek saldo rekening tabungan, setor tunai, dan membayar berbagai jenis tagihan.

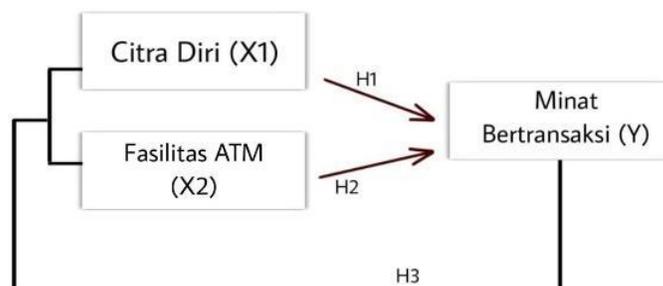
- Minat Bertransaksi

Minat ialah kecenderungan dalam hati untuk mendapatkan atau memilih sesuatu yang dikehendaki (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Dalam hal ini adalah kehendak terhadap memilih melakukan aktivitas transaksi di bank. Minat yang muncul dari seorang nasabah merupakan akibat dari sesuatu sebab yang mendorong nasabah tersebut untuk mendaftarkan dirinya sebagai pemilik rekening pada suatu bank.

Penelitian Terdahulu

- Penelitian oleh Ahmad Abdilla Reza dengan judul “Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Bank Terhadap Minat Transaksi Di Bank Syariah Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam”. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat transaksi di BSM PP UIN Raden Intan Lampung pada mahasiswa FEBI Angkatan 2013-2016.
- Penelitian oleh Dian Ekawati dengan judul “Analisis Ketersediaan Fasilitas Bank Syariah Di Daerah Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah”. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa fasilitas-fasilitas yang tersedia di Bank Syariah Mandiri Bulukumba seperti kantor kas, ATM, kartu ATM, mobile banking, sms banking, internet banking, call banking, nomor antrian, tempat helm, tempat carger, ruang tunggu, parkir, yang semuanya mendapatkan penilaian positif dari nasabah
- Penelitian oleh Iwan Kurniawan Subagja dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Perkreditan Rakyat Gracia Mandiri Bekasi Timur”. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kualitas layanan dan citra perusahaan memberikan kontribusi terhadap kepuasan nasabah.

Kerangka Pemikiran



Hipotesis

- H1: Citra Diri (X1) berpengaruh signifikan terhadap Minat Bertransaksi nasabah Bank Syariah Indonesia (Y1).

- H2: Fasilitas ATM (X2) berpengaruh signifikan terhadap Minat Bertransaksi nasabah Bank Syariah Indonesia (Y1).
- H3 : Citra Diri (X1) dan Fasilitas ATM (X2) berpengaruh signifikan terhadap Minat Bertransaksi (Y1) nasabah Bank Syariah Indonesia.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Objek Penelitian

Objek Penelitian yang diteliti pada penelitian ini adalah citra diri perusahaan Bank Syariah Indonesia dan penyediaan mesin ATM Bank Syariah Indonesia.

Metode Pengambilan Sampel

Pengambilan data dan informasi langsung dari mahasiswa Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah yang merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia. Dengan populasi sebesar 230 mahasiswa Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah yang merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia.

Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan data primer melalui kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah yang merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia.

Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah, penelitian lapangan dengan menggunakan kuesioner (angket). Dalam pengumpulan data, penelitian ini menggunakan skala likert.

Metode Analisis Data

Teknik analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linear berganda yang akan diolah menggunakan software SPSS.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Mode 1		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	16,388	2,586		6,377	0,000
	Citra Diri	0,552	0,058	0,604	9,585	0,000
	Fasilitas ATM	0,130	0,041	0,198	3,141	0,002

Berdasarkan hasil uji linear berganda yang tersaji dalam tabel di atas antara variabel citra diri (X1) dan fasilitas ATM (X2) terhadap variabel minat bertransaksi (Y) dapat disajikan dalam bentuk persamaan seperti dibawah.

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

$$Y = 16,388 + 0,552X_1 + 0,130X_2$$

Melalui persamaan tersebut, dapat dijabarkan sebagai berikut:

- Nilai konstanta (α) dari hasil uji regresi linear berganda adalah sebesar 16,388. Hasil tersebut berarti bahwa tanpa adanya variabel citra diri (X1) dan fasilitas ATM (X2) yang mempengaruhi variabel minat bertransaksi (Y) adalah sebesar 16,388. Maka apabila nilai variabel bebas (independen) adalah 0 menghasilkan nilai variabel terikat (dependen) sebesar 16,388. Selanjutnya berarti nilai konstanta yang positif menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel bebas (independent) dengan variabel terikat (dependen).
- Nilai koefisien variabel citra diri (X1) dari hasil uji regresi linear berganda adalah sebesar 0,552. Hasil tersebut berarti bahwa adanya pengaruh positif antara variabel citra diri (X1) terhadap variabel minat bertransaksi (Y). Maka semakin tinggi citra diri (X1) akan semakin tinggi pula minat bertransaksi (Y) sebesar 0,552.
- Nilai koefisien variabel fasilitas ATM (X2) dari hasil uji regresi linear berganda adalah sebesar 0,130. Hasil tersebut berarti bahwa adanya pengaruh positif antara variabel fasilitas ATM (X2) terhadap variabel minat bertransaksi (Y). Maka semakin tinggi fasilitas ATM (X2) akan semakin tinggi pula minat bertransaksi (Y) sebesar 0,130.

Uji t (Uji Parsial)

Tabel 2. Hasil Uji t

Model		t	Sig.
1	(Constant)	6,377	0,000
	Citra Diri	9,585	0,000
	Fasilitas ATM	3,141	0,002

Berdasarkan tabel hasil uji t di atas, tersaji nilai t setiap variabel sesuai dengan yang tertera pada tabel dan dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Uji t (uji parsial) antara variabel citra diri (X1) terhadap variabel minat bertransaksi (Y) mendapatkan nilai sebesar 9,585. Yakni > dari t tabel atau nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari alpha 0,05. Hal tersebut berarti variabel citra diri (X1) berpengaruh terhadap variabel minat bertransaksi (Y).
- Uji t (uji parsial) antara variabel fasilitas ATM (X2) terhadap variabel minat bertransaksi (Y) mendapatkan nilai sebesar 3,141. Yakni > dari t tabel atau nilai signifikansi sebesar 0,002 kurang dari alpha 0,05. Hal tersebut berarti variabel fasilitas ATM (X2) berpengaruh terhadap variabel minat bertransaksi (Y).

Uji F (Uji Simultan)

Tabel 3. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
-------	----------------	----	-------------	---	------

1	<i>Regression</i>	872,517	2	436,258	61,748	0,000
	<i>Residual</i>	1017,374	144	7,065		
	<i>Total</i>	1889,891	146			

Dari hasil uji f (uji simultan) yang didapatkan, dapat disimpulkan bahwa variabel bebas (independent) yakni citra diri (X1) dan fasilitas ATM (X2) mendapatkan nilai f sebesar 61,748 > nilai f tabel 3,060 maka dinyatakan berpengaruh secara bersamaan (simultan) terhadap variabel terikat (dependen) minat bertransaksi (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,679 ^a	0,462	0,454	2,658

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi di atas diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,454. Hal tersebut berarti besarnya pengaruh variabel citra diri (X1) dan fasilitas ATM (X2) terhadap variabel minat bertransaksi (Y) sebesar 45,4%. Lalu sisanya sebesar 54,6% dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar variabel yang diteliti pada penelitian ini.

Pengaruh Citra Diri Terhadap Minat Bertransaksi

Pada penelitian ini, didapatkan hasil bahwa citra diri yang terpancar dari Bank Syariah Indonesia (BSI) berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi nasabahnya.

Citra diri yang dibangun oleh BSI nyatanya merupakan salah satu alasan nasabahnya dalam melakukan transaksi pada bank ini. Dengan citra diri yang dibangun melalui berbagai cara seperti pemilahan nama “Bank Syariah Indonesia” menggambarkan bahwa BSI ingin mewakili perbankan syariah di seluruh Indonesia. Dengan kekuatan modal yang dimiliki, jangkauan yang sudah semakin luas berkat penggabungan tiga bank sebelumnya, serta visinya yang ingin menjadi *Top 10 Islamic Bank* menjadikan citra BSI semakin kuat.

Selain itu, nasabah akan merasa lebih aman bertransaksi apabila citra diri perusahaan itu baik. Sebagai masyarakat pasti akan lebih tertarik melakukan transaksi pada bank yang memiliki nama dan citra diri yang baik di masyarakat. Pentingnya citra membangun citra diri bagi perusahaan juga sebagai investasi dimana semakin baik citra diri yang dibangun, maka kepercayaan masyarakat akan lebih tinggi.

Pengaruh Fasilitas ATM Terhadap Minat Bertransaksi

Pada penelitian ini, didapatkan hasil bahwa pfasilitas mesin ATM yang disediakan Bank Syarah Indonesia (BSI) berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi nasabahnya. Tidak dapat dipungkiri fasilitas mesin ATM adalah hal yang penting dalam dunia perbankan. Karena dengan adanya mesin ATM proses transaksi yang dulunya hanya dapat dilakukan oleh manusia, kini dapat digantikan oleh mesin ATM dengan lebih cepat dan efisien. Semakin banyak unit mesin ATM yang disediakan, maka minat bertransaksi nasabah juga semakin meningkat.

Dalam penelitian ini pula terbukti bahwa fasilitas mesin ATM BSI dirasa kurang oleh nasabah. Dengan berbagai manfaat yang ditawarkan oleh mesin ATM nyatanya BSI belum dapat memenuhi kebutuhan nasabah terkait penyediaan mesin ATM. Berdasarkan hasil penelitian ini, didapatkan hasil bahwa kurangnya BSI dalam menyediakan fasilitas yang termasuk terpenting dalam dunia perbankan, yaitu mesin ATM. Sangat disayangkan karena pada dasarnya penyediaan mesin ATM adalah salah satu faktor yang memengaruhi minat bertransaksi nasabahnya. Karena dengan adanya mesin ATM memang memudahkan nasabah dalam melakukan aktifitas sehari-hari seperti penarikan dan penyetoran uang, transfer, dan fitur-fitur lainnya seperti pembayaran tagihan.

Pengaruh Citra Diri dan Fasilitas ATM Terhadap Minat Bertransaksi

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada penelitian ini, didapatkan nilai f sebesar 61,748 yakni $>$ nilai f tabel 3,060. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa variabel citra diri dan fasilitas ATM berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi.

Dari kedua variabel yang diteliti nyatanya dapat memengaruhi minat bertransaksi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI). Citra diri dan fasilitas ATM saling memengaruhi minat bertransaksi nasabah karena dengan kepercayaan dan *positioning* yang dipicu oleh citra diri dan akses yang disediakan dari fasilitas ATM merupakan kombinasi yang cukup baik untuk menarik perhatian dan minat nasabah untuk melakukan transaksi di BSI.

Berpacu pada hasil pengujian analisis regresi linear berganda variabel citra diri mendapatkan nilai koefisien sebesar 0,552 yakni lebih besar dari nilai koefisien yang didapatkan variabel fasilitas ATM sebesar 0,130. Perbedaan antar keduanya terletak pada respon para responden pada kuesioner yang telah disebar. Memang pada variabel citra diri mendapatkan respon yang positif dibanding variabel fasilitas ATM. BSI sebagai bank yang dapat dikatakan baru dapat membangun citra dirinya dengan cukup baik. Namun penyediaan mesin ATM yang cukup vital dalam dunia perbankan dirasa kurang untuk bank sebesar BSI.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya serta pembahasan tentang pengaruh citra diri dan fasilitas mesin ATM Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap minat bertransaksi nasabahnya. Berikut adalah kesimpulan berdasarkan hasil penelitian tersebut.

Citra diri BSI berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi nasabahnya. Hal ini dapat dilihat pada hasil uji hipotesis yang tertera pada bab empat dengan nilai t hitung sebesar 9,585 $>$ dari nilai t tabel. Selain itu, didapatkan hasil nilai rerata sebesar 4,925 dari butir pernyataan ketiga pada kuesioner yang berbunyi “Informasi terkait BSI sering saya dengar sehari-hari” hal tersebut menunjukkan Bank Syariah Indonesia telah berhasil menyebarkan informasi terkait perusahaan sehingga dapat dikenal oleh masyarakat. Atas hal tersebut, maka hipotesis H1 yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya “diterima”.

fasilitas ATM BSI berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi nasabahnya. Hal ini dapat dilihat pada hasil uji hipotesis yang tertera pada bab empat dengan nilai t hitung sebesar 3,141 $>$ dari nilai t tabel. Serta berdasarkan hasil responden pada pernyataan ke enam yang terdapat di kuesioner yang berbunyi “Fasilitas yang diberikan dalam bilik mesin ATM BSI meliputi AC, tong sampah, CCTV, sudah baik” mendapatkan nilai rerata yang cukup baik yaitu sebesar 4,462. Maka hipotesis H2 yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya “diterima”.

Variabel yang paling berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi nasabah BSI adalah variabel citra diri dengan memperoleh nilai koefisien sebesar 0,552. Hal tersebut berarti semakin

baik citra diri yang dibentuk oleh BSI dan dirasakan oleh nasabah maka semakin tinggi pula minat bertransaksi nasabah BSI. Hal ini dikarenakan citra diri yang terbentuk akan lebih meyakinkan nasabah untuk melakukan transaksi di BSI.

Berdasarkan hasil determinasi koefisien (R^2) sebanyak 45,4% minat bertransaksi nasabah BSI dipengaruhi oleh citra diri yang dibangun serta fasilitas mesin ATM. Artinya masih ada faktor lain sebesar 54,6% yang memengaruhi nasabah untuk beminat melakukan transaksi di BSI. Lalu dapat dikatakan citra diri dan fasilitas ATM merupakan salah satu dari beberapa faktor lain yang memengaruhi minat bertransaksi nasabah BSI.

5. SARAN

Berikut adalah saran yang dapat penulis berikan kepada beberapa pihak terkait berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.

Bagi Bank Syariah Indonesia

Terkait hasil penelitian bahwasanya faktor citra diri dan penyediaan ATM memiliki peranan atau berpengaruh terhadap minat bertransaksi nasabah BSI maka BSI harus dapat mengembangkan kualitas kedua faktor diatas. Terkhusus pada penyediaan ATM yang pada penelitian kali ini mendapati catatan yang cukup buruk. Sebagai bank syariah terbesar di Indonesia yang memiliki visi menjadi *Top 10 Syariah Bank* disarankan untuk lebih menambah unit mesin ATM dan titik penyebarannya di seluruh Indonesia. Pada kuesioner yang disebar oleh peneliti terdapat respon yang kurang baik terkait penyebaran mesin ATM terutama pada pernyataan yang berbunyi “Jarak masing-masing tempat mesin ATM satu dengan yang lainnya berdekatan” mendapatkan nilai rerata paling rendah yaitu sebesar 2,673. Hal tersebut dapat berdampak buruk terhadap citra BSI yang menyebabkan kurangnya minat bertransaksi nasabahnya.

Untuk bersaing dengan bank konvensional sehingga dapat mengembangkan perekonomian berbasis syariah di Indonesia pun BSI harus berfokus terhadap hal-hal yang mencolok seperti penyediaan mesin ATM disamping strategi bisnis lainnya. Karena yang dibutuhkan nasabah pada masa sekarang ini adalah kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi serta akses yang mudah ditemui. Dengan begitu masyarakat akan menggunakan bank yang dapat memberikan mereka akses cepat yang mereka inginkan. BSI tidak dapat hanya mengandalkan promosi dengan transaksi bebas riba. Perlu diingat perubahan dimulai dengan hal kecil yang dapat menjadi kebiasaan sehari-hari. Untuk membiasakan masyarakat Indonesia menggunakan fasilitas keuangan berbasis syariah maka BSI perlu mengambil langkah untuk menyediakan akses tersebut secara merata dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat Indonesia yang berjumlah sangat besar. Salah satu saran yang dapat peneliti berikan adalah dengan mengubah sedikit program yang telah tersedia pada mesin ATM ketiga bank sebelum merger menjadi ATM Bank Syariah Indonesia. Dengan begitu akan lebih meminimalisir biaya pengadaan mesin ATM dan dapat memanfaatkan mesin bekas ketiga bank sebelumnya sehingga BSI dapat menjadi penyokong perekonomian berbasis syariah di Indonesia dan dapat mewujudkan visi besarnya menjadi *Top 10 Syariah Bank*.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti berharap kepada peneliti selanjutnya untuk menambah variabel lain yang dapat berpengaruh pada minat bertransaksi pada BSI. Mengingat BSI adalah bank syariah terbesar di Indonesia maka terdapat banyak faktor yang dapat lebih dikulik oleh peneliti selanjutnya. Selain itu diharapkan agar peneliti selanjutnya untuk meneliti variabel yang memiliki kemungkinan

menjadi kelemahan BSI agar BSI terus mengembangkan dirinya menjadi lebih baik dan memberikan informasi kepada pembaca untuk terus mendukung perekonomian syariah dalam bentuk mencermati apa yang terjadi dalam dunia perbankan syariah. Lalu harapan terakhir adalah agar peneliti selanjutnya menambah jumlah responden agar data yang didapatkan semakin akurat.

REFERENSI

- Reza, Ahmad Abdilla, 2017 Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Bank Terhadap Minat Transaksi di Bank Syariah Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
- Ekawati, Dian, 2019, Analisis Ketersediaan Fasilitas Bank Syariah di Daerah Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Bank Syariah Mandiri Bulukumba)
- Subagja, Iwan Kurniawan, 2018, Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Perkreditan Rakyat Gracia Mandiri Bekasi Timur
- Bank Syariah Indonesia, Jaringan Kami : Penyebaran titik ATM BSI
<https://www.bankbsi.co.id/jaringan> (Diakses 05/03/2022)
- Ames Boston, Pengertian Fasilitas: Macam-macam dan Contohnya.
<https://www.amesbostonhotel.com/pengertian-fasilitas/> (Diakses 09/03/2022)
- Lifepal, Mesin ATM: Pengertian, Jenis, dan Fitur-Fiturnya. <https://lifepal.co.id/media/mesin-atm/> (Diakses 11/03/2022)
- Bank Syariah Indonesia, Tentang kami : sejarah BSI, struktur jajaran, visi dan misi.
<https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami> (Diakses 15/06/2022)
- KBBI, Minat : Pengertian minat dalam kbbi
<https://kbbi.web.id/minat> (Diakses 16/06/2022)
- SPSS Indonesia, Uji validitas Teknik pearson product moment
<http://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-validitas-product-momen-spss.> (Diakses 23/07/2022)
- Statistikian, Uji Multikolinearitas
<https://www.statistikian.com/2016/11/uji-multikolinearitas.html> (Diakses 20/07/2022)
- Statistikian, Uji Heteroskedastisitas metode Spearman Rho
<https://www.statistikian.com/2013/01/uji-heteroskedastisitas-spearman.html> (Diakses 01/08/2022)
- Kajianpustaka.com, Pengertian citra diri perusahaan menurut para ahli
<https://www.kajianpustaka.com/2020/10/citra-perusahaan.html> (Diakses 20/08/2022)
- Merdeka.com, Surat Al-Qasas ayat 26 beserta artinya
<https://www.merdeka.com/quran/al-qasas/ayat-26> (Diakses 20/08/2022)

Pengaruh Citra Diri dan Fasilitas ATM Bank Syariah Indonesia Terhadap Minat Bertransaksi Nasabahnya

Rafli Nur Syaban¹⁾, Ady Arman²⁾

¹⁾ Politeknik Negeri Jakarta, humas@pnj.ac.id, Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, 16425, Depok, Indonesia

ABSTRACT

The development of both sharia and conventional banking in Indonesia is marked by the application of increasingly excellent technology and services in order to create a good corporate image in the eyes of the public. The banking technology that has the biggest role in customers' daily transactions is the ATM machine. This study aims to determine how much influence the company's self-image and ATM facilities have on the transactional interest of Indonesian Syariah Bank customers. This research is a quantitative research with 147 respondents aged 18-25 years. Multiple linear regression analysis was conducted to obtain the results individually or simultaneously whether the variables studied had an effect on the transactional interest of Bank Syariah Indonesia customers.

Keywords: *The Company's Self-Image, ATM Facilities, Transactional Interest, Bank syariah Indonesia.*

ABSTRAK

Berkembangnya perbankan baik syariah maupun konvensional di Indonesia ditandai dengan pengaplikasian teknologi dan pelayanan yang semakin prima guna menciptakan citra perusahaan yang baik di mata masyarakat. Teknologi perbankan yang paling besar peranannya dalam transaksi keseharian nasabah adalah mesin ATM. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra diri perusahaan dan fasilitas ATM berpengaruh terhadap minat bertransaksi nasabah Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan responden sebanyak 147 orang berusia 18-25 tahun. Dilakukan analisis regresi linear berganda untuk mendapatkan hasil secara individu maupun simultan apakah variabel yang diteliti berpengaruh terhadap minat bertransaksi nasabah Bank Syariah Indonesia.

Kata-Kata Kunci: Citra Diri, Fasilitas ATM, Minat Bertransaksi, Bank Syariah Indonesia.

¹⁾Rafli Nur Sya'ban. E-mail: rafli.nursyaban.ak18@mhs.w.pnj.ac.id

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Bank merupakan lembaga keuangan yang berdiri pada setiap negara dan menjadi jantung perekonomian pada negara tersebut. Kegiatan bank ialah menghimpun dana masyarakat yang memiliki dana berlebih (surplus unit) kepada pihak yang kekurangan dan membutuhkan dana (devisit unit) lalu mengelola dana tersebut dalam berbagai sektor guna menghidupkan perekonomian. Bank juga menyediakan jasa keuangan bagi masyarakat berbentuk produk-produk yang mereka sediakan untuk masyarakat yang membutuhkan dana baik untuk kegiatan produktif ataupun konsumtif.

Berdasarkan praktiknya, Sebagian besar kegiatan transaksi yang dilakukan perbankan sejatinya tidaklah sesuai dengan nilai-nilai keagamaan pada agama Islam. Penggunaan sistem bunga dianggap tidak adil dalam beberapa kasus perbankan, Terjadi ketidak seimbangan manfaat dan keuntungan pada masing-masing pihak yang terlibat transaksi perbankan. Hal ini lah yang kemudian menjadi landasan bagi para ahli fiqih ekonomi islam untuk membangun lembaga perbankan yang didasari oleh nilai-nilai fiqih perekonomian yang sesuai dengan syariat islam, terbentuklah perbankan syariah.

Khususnya di Indonesia pada tahun 1992 silam Bank Muamalat menjadi pelopor untuk bank syariah di Indonesia. Secara operasional dan peraihan profitabilitas terdapat perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional. Bank syariah berpedoman pada aturan dan nilai-nilai islam yang terkandung dalam Al-Quran dan hadist. Hal itu pula yang mendasari produk-produk yang disediakan oleh bank syariah. Suatu hal yang menjadi landasan fundamental pokok berjalannya kegiatan bank syariah adalah dengan menghindarkan kegiatannya dengan Maysir, Gharar, Haram, dan Riba (MAGHRIB). Namun antara bank syariah dan konvensional memiliki kesamaan dalam fungsi utama pada perbankan itu sendiri dengan memelihara dan menjalankan perekonomian suatu negara.

Seiring berjalannya waktu dan perkembangan teknologi, baik bank konvensional maupun bank syariah bersaing dalam hal pelayanan dan fasilitas yang mereka sajikan untuk kemudahan dan kelancaran perekonomian masyarakat. Hal tersebut membentuk citra yang masyarakat kenal sehingga setiap bank memiliki khasnya masing-masing. Bentuk implementasi dari pemanfaatan teknologi pada industri perbankan adalah dengan menyediakan fasilitas dalam bentuk mesin. Salah satunya adalah mesin ATM. Mesin ATM dapat melayani nasabah lebih cepat dan lebih praktis dibanding harus mengunjungi bank terdekat untuk melakukan setiap transaksi keuangan. Berdasarkan yang telah disampaikan, citra diri yang dibangun oleh suatu bank sebagai identitas dan jati dirinya menjadi daya tarik bagi nasabah untuk bertransaksi di bank tersebut. Selain itu keberadaan mesin ATM sangatlah bermanfaat bagi bank dan nasabah. Kemudahan yang ditawarkan dari aspek kecepatan bertransaksi tanpa harus mengunjungi cabang bank, kenyamanan dengan senantiasa disediakan bilik khusus ATM beserta pendingin ruangnya, hingga aspek keamanan bertransaksi yang dijamin oleh bank. Sesuai dengan penelitian awal yang dilakukan peneliti, kedua variabel tersebut, citra diri dan fasilitas mesin ATM adalah salah satu faktor yang berpengaruh pada minat bertransaksi masyarakat. Dengan status Bank Syariah Indonesia sebagai bank syariah baru yang memiliki asa untuk memajukan perekonomian syariah di Indonesia sayangnya seperti yang dapat dilihat pada masa sekarang, penyediaan mesin ATM pada bank konvensional lebih banyak terlihat dan tersedia dibanding pada bank syariah. Hal ini dapat menjadi citra yang kurang baik bagi bank syariah dan menyebabkan kurangnya minat

masyarakat untuk bertransaksi. Sehingga pada kesempatan kali ini penulis ingin mengulas dan meneliti hal tersebut.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disusun, teridentifikasi masalah pada penyebaran mesin ATM khususnya pada bank syariah yang kurang memadai untuk kelangsungan transaksi masyarakat, serta daya tarik masyarakat berdasarkan citra dari suatu bank yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank. Dapat dilihat pada laman BSI Syariah, Per 9 Desember 2021, tercatat hanya 57 titik penyebaran mesin ATM BSI di Jakarta Selatan. Dari data tersebut, bank syariah sebesar BSI saja hanya menyediakan ATM sebanyak 57 titik di kota besar seperti Jakarta Selatan. Dapat disimpulkan bahwa penyebaran mesin ATM bank syariah memang kurang memadai. Potensi yang dimiliki oleh bank syariah sebesar BSI yang merupakan bank syariah terbesar di Indonesia saja hanya menyediakan mesin ATM yang minim dibandingkan dengan penyebaran ATM bank konvensional yang lebih mudah dijangkau oleh nasabahnya.

Tujuan

- Untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra diri suatu bank terhadap minat bertransaksi dan kepuasan nasabahnya.
- Untuk mengetahui apakah ketersediaan mesin ATM berpengaruh pada minat bertransaksi dan kepuasan nasabah

2. TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

- Bank Syariah Indonesia

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan bank syariah yang terbentuk oleh gabungan tiga bank syariah sebelumnya yakni Bank Syariah Mandiri, Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS), dan Bank Negara Indonesia Syariah (BNIS). BSI diresmikan pada 1 Februari 2021 yang bertepatan pada 19 Jumadil akhir 1442 H.

- Citra Diri

Citra diri merupakan kesan, perasaan, gambaran dari masyarakat atau publik terhadap perusahaan, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu produk atau jasa yang ditawarkan. (Canton, 2012).

Semakin baik citra yang dibangun, penyesuaian antara strategi dan target pasar, penempatan produk dan promosi yang efektif, maka semakin mudah perusahaan tersebut meraih perhatian masyarakat lalu masyarakat menjadi familiar dan terasa dekat berkat pembentukan citra diri tersebut. Sesuai dengan firman Allah SWT. Dalam surat Al-Qasas ayat 26 yang berbunyi.

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَأْجِرْهُ إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرْتَ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ

Artinya : Dan salah seorang dari kedua (perempuan) itu berkata, “Wahai ayahku! Jadikanlah dia sebagai pekerja (pada kita), sesungguhnya orang yang paling baik yang engkau ambil sebagai pekerja (pada kita) ialah orang yang kuat dan dapat dipercaya.”

- Fasilitas

Fasilitas merupakan semua hal yang dapat memudahkan upaya serta melancarkan kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan tertentu. Pendapat ini menekankan pada adanya tujuan yang

akan dicapai dengan memanfaatkan fasilitas. (Prof. Dr. Hj Zakiah Daradjat, 2008)

- Mesin ATM

Mesin ATM adalah perangkat elektronik otomatis untuk melayani nasabah dalam urusan transaksi perbankan. Kepanjangan dari ATM adalah Anjungan Tunai Mandiri. Mesin ini memiliki sejumlah fungsi layanan yang meliputi menarik uang tunai, melakukan pengiriman uang, mengecek saldo rekening tabungan, setor tunai, dan membayar berbagai jenis tagihan.

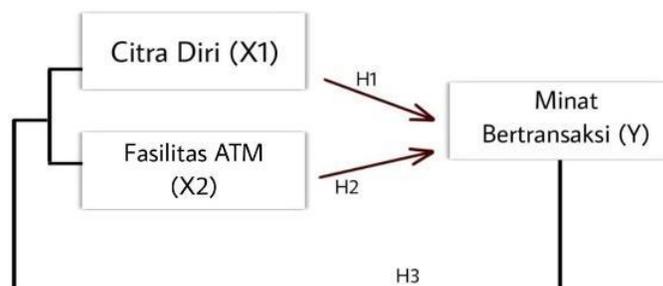
- Minat Bertransaksi

Minat ialah kecenderungan dalam hati untuk mendapatkan atau memilih sesuatu yang dikehendaki (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Dalam hal ini adalah kehendak terhadap memilih melakukan aktivitas transaksi di bank. Minat yang muncul dari seorang nasabah merupakan akibat dari sesuatu sebab yang mendorong nasabah tersebut untuk mendaftarkan dirinya sebagai pemilik rekening pada suatu bank.

Penelitian Terdahulu

- Penelitian oleh Ahmad Abdilla Reza dengan judul “Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Bank Terhadap Minat Transaksi Di Bank Syariah Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam”. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat transaksi di BSM PP UIN Raden Intan Lampung pada mahasiswa FEBI Angkatan 2013-2016.
- Penelitian oleh Dian Ekawati dengan judul “Analisis Ketersediaan Fasilitas Bank Syariah Di Daerah Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah”. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa fasilitas-fasilitas yang tersedia di Bank Syariah Mandiri Bulukumba seperti kantor kas, ATM, kartu ATM, mobile banking, sms banking, internet banking, call banking, nomor antrian, tempat helm, tempat carger, ruang tunggu, parkir, yang semuanya mendapatkan penilaian positif dari nasabah
- Penelitian oleh Iwan Kurniawan Subagja dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Perkreditan Rakyat Gracia Mandiri Bekasi Timur”. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kualitas layanan dan citra perusahaan memberikan kontribusi terhadap kepuasan nasabah.

Kerangka Pemikiran



Hipotesis

- H1: Citra Diri (X1) berpengaruh signifikan terhadap Minat Bertransaksi nasabah Bank Syariah Indonesia (Y1).

- H2: Fasilitas ATM (X2) berpengaruh signifikan terhadap Minat Bertransaksi nasabah Bank Syariah Indonesia (Y1).
- H3 : Citra Diri (X1) dan Fasilitas ATM (X2) berpengaruh signifikan terhadap Minat Bertransaksi (Y1) nasabah Bank Syariah Indonesia.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Objek Penelitian

Objek Penelitian yang diteliti pada penelitian ini adalah citra diri perusahaan Bank Syariah Indonesia dan penyediaan mesin ATM Bank Syariah Indonesia.

Metode Pengambilan Sampel

Pengambilan data dan informasi langsung dari mahasiswa Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah yang merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia. Dengan populasi sebesar 230 mahasiswa Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah yang merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia.

Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan data primer melalui kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah yang merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia.

Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah, penelitian lapangan dengan menggunakan kuesioner (angket). Dalam pengumpulan data, penelitian ini menggunakan skala likert.

Metode Analisis Data

Teknik analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linear berganda yang akan diolah menggunakan software SPSS.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Mode 1		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	16,388	2,586		6,377	0,000
	Citra Diri	0,552	0,058	0,604	9,585	0,000
	Fasilitas ATM	0,130	0,041	0,198	3,141	0,002

Berdasarkan hasil uji linear berganda yang tersaji dalam tabel di atas antara variabel citra diri (X1) dan fasilitas ATM (X2) terhadap variabel minat bertransaksi (Y) dapat disajikan dalam bentuk persamaan seperti dibawah.

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

$$Y = 16,388 + 0,552X_1 + 0,130X_2$$

Melalui persamaan tersebut, dapat dijabarkan sebagai berikut:

- Nilai konstanta (α) dari hasil uji regresi linear berganda adalah sebesar 16,388. Hasil tersebut berarti bahwa tanpa adanya variabel citra diri (X1) dan fasilitas ATM (X2) yang mempengaruhi variabel minat bertransaksi (Y) adalah sebesar 16,388. Maka apabila nilai variabel bebas (independen) adalah 0 menghasilkan nilai variabel terikat (dependen) sebesar 16,388. Selanjutnya berarti nilai konstanta yang positif menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel bebas (independent) dengan variabel terikat (dependen).
- Nilai koefisien variabel citra diri (X1) dari hasil uji regresi linear berganda adalah sebesar 0,552. Hasil tersebut berarti bahwa adanya pengaruh positif antara variabel citra diri (X1) terhadap variabel minat bertransaksi (Y). Maka semakin tinggi citra diri (X1) akan semakin tinggi pula minat bertransaksi (Y) sebesar 0,552.
- Nilai koefisien variabel fasilitas ATM (X2) dari hasil uji regresi linear berganda adalah sebesar 0,130. Hasil tersebut berarti bahwa adanya pengaruh positif antara variabel fasilitas ATM (X2) terhadap variabel minat bertransaksi (Y). Maka semakin tinggi fasilitas ATM (X2) akan semakin tinggi pula minat bertransaksi (Y) sebesar 0,130.

Uji t (Uji Parsial)

Tabel 2. Hasil Uji t

Model		t	Sig.
1	(Constant)	6,377	0,000
	Citra Diri	9,585	0,000
	Fasilitas ATM	3,141	0,002

Berdasarkan tabel hasil uji t di atas, tersaji nilai t setiap variabel sesuai dengan yang tertera pada tabel dan dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Uji t (uji parsial) antara variabel citra diri (X1) terhadap variabel minat bertransaksi (Y) mendapatkan nilai sebesar 9,585. Yakni > dari t tabel atau nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari alpha 0,05. Hal tersebut berarti variabel citra diri (X1) berpengaruh terhadap variabel minat bertransaksi (Y).
- Uji t (uji parsial) antara variabel fasilitas ATM (X2) terhadap variabel minat bertransaksi (Y) mendapatkan nilai sebesar 3,141. Yakni > dari t tabel atau nilai signifikansi sebesar 0,002 kurang dari alpha 0,05. Hal tersebut berarti variabel fasilitas ATM (X2) berpengaruh terhadap variabel minat bertransaksi (Y).

Uji F (Uji Simultan)

Tabel 3. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
-------	----------------	----	-------------	---	------

1	<i>Regression</i>	872,517	2	436,258	61,748	0,000
	<i>Residual</i>	1017,374	144	7,065		
	<i>Total</i>	1889,891	146			

Dari hasil uji f (uji simultan) yang didapatkan, dapat disimpulkan bahwa variabel bebas (independent) yakni citra diri (X1) dan fasilitas ATM (X2) mendapatkan nilai f sebesar 61,748 > nilai f tabel 3,060 maka dinyatakan berpengaruh secara bersamaan (simultan) terhadap variabel terikat (dependen) minat bertransaksi (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,679 ^a	0,462	0,454	2,658

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi di atas diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,454. Hal tersebut berarti besarnya pengaruh variabel citra diri (X1) dan fasilitas ATM (X2) terhadap variabel minat bertransaksi (Y) sebesar 45,4%. Lalu sisanya sebesar 54,6% dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar variabel yang diteliti pada penelitian ini.

Pengaruh Citra Diri Terhadap Minat Bertransaksi

Pada penelitian ini, didapatkan hasil bahwa citra diri yang terpancar dari Bank Syariah Indonesia (BSI) berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi nasabahnya.

Citra diri yang dibangun oleh BSI nyatanya merupakan salah satu alasan nasabahnya dalam melakukan transaksi pada bank ini. Dengan citra diri yang dibangun melalui berbagai cara seperti pemilahan nama “Bank Syariah Indonesia” menggambarkan bahwa BSI ingin mewakili perbankan syariah di seluruh Indonesia. Dengan kekuatan modal yang dimiliki, jangkauan yang sudah semakin luas berkat penggabungan tiga bank sebelumnya, serta visinya yang ingin menjadi *Top 10 Islamic Bank* menjadikan citra BSI semakin kuat.

Selain itu, nasabah akan merasa lebih aman bertransaksi apabila citra diri perusahaan itu baik. Sebagai masyarakat pasti akan lebih tertarik melakukan transaksi pada bank yang memiliki nama dan citra diri yang baik di masyarakat. Pentingnya citra membangun citra diri bagi perusahaan juga sebagai investasi dimana semakin baik citra diri yang dibangun, maka kepercayaan masyarakat akan lebih tinggi.

Pengaruh Fasilitas ATM Terhadap Minat Bertransaksi

Pada penelitian ini, didapatkan hasil bahwa pfasilitas mesin ATM yang disediakan Bank Syarah Indonesia (BSI) berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi nasabahnya. Tidak dapat dipungkiri fasilitas mesin ATM adalah hal yang penting dalam dunia perbankan. Karena dengan adanya mesin ATM proses transaksi yang dulunya hanya dapat dilakukan oleh manusia, kini dapat digantikan oleh mesin ATM dengan lebih cepat dan efisien. Semakin banyak unit mesin ATM yang disediakan, maka minat bertransaksi nasabah juga semakin meningkat.

Dalam penelitian ini pula terbukti bahwa fasilitas mesin ATM BSI dirasa kurang oleh nasabah. Dengan berbagai manfaat yang ditawarkan oleh mesin ATM nyatanya BSI belum dapat memenuhi kebutuhan nasabah terkait penyediaan mesin ATM. Berdasarkan hasil penelitian ini, didapatkan hasil bahwa kurangnya BSI dalam menyediakan fasilitas yang termasuk terpenting dalam dunia perbankan, yaitu mesin ATM. Sangat disayangkan karena pada dasarnya penyediaan mesin ATM adalah salah satu faktor yang memengaruhi minat bertransaksi nasabahnya. Karena dengan adanya mesin ATM memang memudahkan nasabah dalam melakukan aktifitas sehari-hari seperti penarikan dan penyetoran uang, transfer, dan fitur-fitur lainnya seperti pembayaran tagihan.

Pengaruh Citra Diri dan Fasilitas ATM Terhadap Minat Bertransaksi

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada penelitian ini, didapatkan nilai f sebesar 61,748 yakni $>$ nilai f tabel 3,060. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa variabel citra diri dan fasilitas ATM berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi.

Dari kedua variabel yang diteliti nyatanya dapat memengaruhi minat bertransaksi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI). Citra diri dan fasilitas ATM saling memengaruhi minat bertransaksi nasabah karena dengan kepercayaan dan *positioning* yang dipicu oleh citra diri dan akses yang disediakan dari fasilitas ATM merupakan kombinasi yang cukup baik untuk menarik perhatian dan minat nasabah untuk melakukan transaksi di BSI.

Berpacu pada hasil pengujian analisis regresi linear berganda variabel citra diri mendapatkan nilai koefisien sebesar 0,552 yakni lebih besar dari nilai koefisien yang didapatkan variabel fasilitas ATM sebesar 0,130. Perbedaan antar keduanya terletak pada respon para responden pada kuesioner yang telah disebar. Memang pada variabel citra diri mendapatkan respon yang positif dibanding variabel fasilitas ATM. BSI sebagai bank yang dapat dikatakan baru dapat membangun citra dirinya dengan cukup baik. Namun penyediaan mesin ATM yang cukup vital dalam dunia perbankan dirasa kurang untuk bank sebesar BSI.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya serta pembahasan tentang pengaruh citra diri dan fasilitas mesin ATM Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap minat bertransaksi nasabahnya. Berikut adalah kesimpulan berdasarkan hasil penelitian tersebut.

Citra diri BSI berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi nasabahnya. Hal ini dapat dilihat pada hasil uji hipotesis yang tertera pada bab empat dengan nilai t hitung sebesar 9,585 $>$ dari nilai t tabel. Selain itu, didapatkan hasil nilai rerata sebesar 4,925 dari butir pernyataan ketiga pada kuesioner yang berbunyi "Informasi terkait BSI sering saya dengar sehari-hari" hal tersebut menunjukkan Bank Syariah Indonesia telah berhasil menyebarkan informasi terkait perusahaan sehingga dapat dikenal oleh masyarakat. Atas hal tersebut, maka hipotesis H1 yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya "diterima".

fasilitas ATM BSI berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi nasabahnya. Hal ini dapat dilihat pada hasil uji hipotesis yang tertera pada bab empat dengan nilai t hitung sebesar 3,141 $>$ dari nilai t tabel. Serta berdasarkan hasil responden pada pernyataan ke enam yang terdapat di kuesioner yang berbunyi "Fasilitas yang diberikan dalam bilik mesin ATM BSI meliputi AC, tong sampah, CCTV, sudah baik" mendapatkan nilai rerata yang cukup baik yaitu sebesar 4,462. Maka hipotesis H2 yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya "diterima".

Variabel yang paling berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi nasabah BSI adalah variabel citra diri dengan memperoleh nilai koefisien sebesar 0,552. Hal tersebut berarti semakin

baik citra diri yang dibentuk oleh BSI dan dirasakan oleh nasabah maka semakin tinggi pula minat bertransaksi nasabah BSI. Hal ini dikarenakan citra diri yang terbentuk akan lebih meyakinkan nasabah untuk melakukan transaksi di BSI.

Berdasarkan hasil determinasi koefisien (R^2) sebanyak 45,4% minat bertransaksi nasabah BSI dipengaruhi oleh citra diri yang dibangun serta fasilitas mesin ATM. Artinya masih ada faktor lain sebesar 54,6% yang memengaruhi nasabah untuk beminat melakukan transaksi di BSI. Lalu dapat dikatakan citra diri dan fasilitas ATM merupakan salah satu dari beberapa faktor lain yang memengaruhi minat bertransaksi nasabah BSI.

5. SARAN

Berikut adalah saran yang dapat penulis berikan kepada beberapa pihak terkait berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.

Bagi Bank Syariah Indonesia

Terkait hasil penelitian bahwasanya faktor citra diri dan penyediaan ATM memiliki peranan atau berpengaruh terhadap minat bertransaksi nasabah BSI maka BSI harus dapat mengembangkan kualitas kedua faktor diatas. Terkhusus pada penyediaan ATM yang pada penelitian kali ini mendapati catatan yang cukup buruk. Sebagai bank syariah terbesar di Indonesia yang memiliki visi menjadi *Top 10 Syariah Bank* disarankan untuk lebih menambah unit mesin ATM dan titik penyebarannya di seluruh Indonesia. Pada kuesioner yang disebar oleh peneliti terdapat respon yang kurang baik terkait penyebaran mesin ATM terutama pada pernyataan yang berbunyi “Jarak masing-masing tempat mesin ATM satu dengan yang lainnya berdekatan” mendapatkan nilai rerata paling rendah yaitu sebesar 2,673. Hal tersebut dapat berdampak buruk terhadap citra BSI yang menyebabkan kurangnya minat bertransaksi nasabahnya.

Untuk bersaing dengan bank konvensional sehingga dapat mengembangkan perekonomian berbasis syariah di Indonesia pun BSI harus berfokus terhadap hal-hal yang mencolok seperti penyediaan mesin ATM disamping strategi bisnis lainnya. Karena yang dibutuhkan nasabah pada masa sekarang ini adalah kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi serta akses yang mudah ditemui. Dengan begitu masyarakat akan menggunakan bank yang dapat memberikan mereka akses cepat yang mereka inginkan. BSI tidak dapat hanya mengandalkan promosi dengan transaksi bebas riba. Perlu diingat perubahan dimulai dengan hal kecil yang dapat menjadi kebiasaan sehari-hari. Untuk membiasakan masyarakat Indonesia menggunakan fasilitas keuangan berbasis syariah maka BSI perlu mengambil langkah untuk menyediakan akses tersebut secara merata dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat Indonesia yang berjumlah sangat besar. Salah satu saran yang dapat peneliti berikan adalah dengan mengubah sedikit program yang telah tersedia pada mesin ATM ketiga bank sebelum merger menjadi ATM Bank Syariah Indonesia. Dengan begitu akan lebih meminimalisir biaya pengadaan mesin ATM dan dapat memanfaatkan mesin bekas ketiga bank sebelumnya sehingga BSI dapat menjadi penyokong perekonomian berbasis syariah di Indonesia dan dapat mewujudkan visi besarnya menjadi *Top 10 Syariah Bank*.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti berharap kepada peneliti selanjutnya untuk menambah variabel lain yang dapat berpengaruh pada minat bertransaksi pada BSI. Mengingat BSI adalah bank syariah terbesar di Indonesia maka terdapat banyak faktor yang dapat lebih dikulik oleh peneliti selanjutnya. Selain itu diharapkan agar peneliti selanjutnya untuk meneliti variabel yang memiliki kemungkinan

menjadi kelemahan BSI agar BSI terus mengembangkan dirinya menjadi lebih baik dan memberikan informasi kepada pembaca untuk terus mendukung perekonomian syariah dalam bentuk mencermati apa yang terjadi dalam dunia perbankan syariah. Lalu harapan terakhir adalah agar peneliti selanjutnya menambah jumlah responden agar data yang didapatkan semakin akurat.

REFERENSI

- Reza, Ahmad Abdilla, 2017 Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Bank Terhadap Minat Transaksi di Bank Syariah Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
- Ekawati, Dian, 2019, Analisis Ketersediaan Fasilitas Bank Syariah di Daerah Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Bank Syariah Mandiri Bulukumba)
- Subagja, Iwan Kurniawan, 2018, Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Perkreditan Rakyat Gracia Mandiri Bekasi Timur
- Bank Syariah Indonesia, Jaringan Kami : Penyebaran titik ATM BSI
<https://www.bankbsi.co.id/jaringan> (Diakses 05/03/2022)
- Ames Boston, Pengertian Fasilitas: Macam-macam dan Contohnya.
<https://www.amesbostonhotel.com/pengertian-fasilitas/> (Diakses 09/03/2022)
- Lifepal, Mesin ATM: Pengertian, Jenis, dan Fitur-Fiturnya. <https://lifepal.co.id/media/mesin-atm/> (Diakses 11/03/2022)
- Bank Syariah Indonesia, Tentang kami : sejarah BSI, struktur jajaran, visi dan misi.
<https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami> (Diakses 15/06/2022)
- KBBI, Minat : Pengertian minat dalam kbbi
<https://kbbi.web.id/minat> (Diakses 16/06/2022)
- SPSS Indonesia, Uji validitas Teknik pearson product moment
<http://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-validitas-product-momen-spss.> (Diakses 23/07/2022)
- Statistikian, Uji Multikolinearitas
<https://www.statistikian.com/2016/11/uji-multikolinearitas.html> (Diakses 20/07/2022)
- Statistikian, Uji Heteroskedastisitas metode Spearman Rho
<https://www.statistikian.com/2013/01/uji-heteroskedastisitas-spearman.html> (Diakses 01/08/2022)
- Kajianpustaka.com, Pengertian citra diri perusahaan menurut para ahli
<https://www.kajianpustaka.com/2020/10/citra-perusahaan.html> (Diakses 20/08/2022)
- Merdeka.com, Surat Al-Qasas ayat 26 beserta artinya
<https://www.merdeka.com/quran/al-qasas/ayat-26> (Diakses 20/08/2022)

Pengaruh Pemahaman, Ekspektasi Nasabah, dan Komponen *Customer Relationship Management* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Depok

Fachry Rizar Yusha¹⁾, Ady Arman²⁾

¹⁾Fachry Rizar Yusha, fachry.rizaryusha.ak18@mhs.wpnj.ac.id, Puri Hasanah 2, 16434, Depok, Indonesia

²⁾Ady Arman, armanady@yahoo.com, Indonesia

ABSTRACT

Bank as a service provider to attract the attention of customers in order to bring in and even retain existing customers. To achieve this goal, banks need the concept of Customer Relationship Management. This research aims to analyze the effect of partially or simultaneously the variables of understanding, customer expectations, and components of Customer Relationship Management on customer satisfaction of Bank Syariah Indonesia in Depok City. The method of data analysis in this research is multiple linear regression analysis by collecting data through a questionnaire in the form of Google Form. The results in this research prove that understanding, customer expectations, components of Customer Relationship Management have a significant effect on customer satisfaction at Bank Syariah Indonesia in Depok City.

Keywords: Understanding; Customer Expectations; Customer Relationship Management

ABSTRAK

Bank sebagai penyedia layanan menarik atensi dari nasabah agar dapat mendatangkan bahkan mempertahankan nasabah yang ada. Untuk mencapai tujuan tersebut, bank memerlukan konsep *Customer Relationship Management*. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh secara parsial maupun simultan variabel pemahaman, ekspektasi nasabah, dan komponen *Customer Relationship Management* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Depok. Metode analisis data pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan mengumpulkan data melalui kuesioner berbentuk *Google Form*. Hasil dalam penelitian ini membuktikan bahwa pemahaman, ekspektasi nasabah, dan komponen *Customer Relationship Management* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Depok.

Kata Kunci: Pemahaman; Ekspektasi Nasabah; *Customer Relationship Management*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Penerapan *Dual Banking System* yang berlaku di Indonesia merupakan suatu sistem kegiatan usaha sektor perbankan terselenggara dalam bentuk konvensional dan syariah. Penerapan sistem ini ditujukan untuk menunjang kegiatan transaksi nasabah dalam memenuhi segala kebutuhannya yang beragam dan memilih produk jasa bank sesuai keinginannya. Penerapan konsep sistem ini menyebabkan persaingan antar bank semakin ketat, nasabah dapat secara leluasa memilih produk dan layanan bank yang mampu memuaskannya. Permasalahan yang terjadi semakin berkembang, sebab situasi persaingan pasar antar bank semakin kompleks.

Strategi pemasaran harus menjadi acuan perbankan dalam menentukan tujuan perusahaan, sasaran dalam persaingan pasar, serta memperoleh nasabah sebanyak-banyaknya. Memperoleh nasabah sebanyak-banyaknya harus dilakukan guna dapat memenangkan dan merebut pangsa pasar. Perusahaan perbankan perlu meningkatkan pada nilai (*value*) yang ditawarkan dan meningkatkan kepuasan nasabah yang berdampak pada loyalitas nasabah. Bank dinilai berhasil memperoleh nasabah dalam jumlah besar jika dapat memberikan kepuasan bagi nasabah. Kepuasan nasabah tentunya memberikan dampak positif, seperti hubungan timbal balik yang berkesinambungan antara bank dengan nasabah sebagai mitra, memberikan kesan yang baik bagi pandangan nasabah, membentuk suatu konsep rekomendasi dari satu nasabah kepada nasabah lain yang dapat menguntungkan kedua belah pihak dan bermuara pada kepuasan bahkan loyalitas nasabah.

Dengan meningkatnya kompleksitas persaingan antar bank, maka bank syariah perlu memberlakukan kebijakan promosi yang tepat. Maka dari itu, berbagai upaya dilakukan perusahaan perbankan salah satunya dengan penerapan *Customer Relationship Management* (CRM). CRM mengkolaborasikan penjualan produk, pemasaran produk, dan strategi pelayanan dalam membangun koordinasi dan kolaborasi pengetahuan untuk kepentingan jangka panjang. Sistem kolaborasi antara perusahaan dan nasabah tidak dimiliki oleh setiap konsep pemasaran umum yang hanya mengandalkan media periklanan. Tetapi CRM menerapkan kesiapan perusahaan untuk melakukan perubahan paradigma yang cukup mendasar. Perubahan paradigma tersebut yakni, perusahaan yang hanya mementingkan produk menjadi perusahaan yang berorientasi pada nasabah dan dari perusahaan berbasis struktur menjadi perusahaan berbasis proses.

Permasalahan

Pemahaman terhadap konsep *Customer Relationship Management* pada internal Bank Syariah Indonesia masih rendah, hal ini dapat dibuktikan melalui mini riset yang telah peneliti lakukan. Pihak Bank Syariah Indonesia dalam memenangkan persaingan pasar dan membina hubungan pelanggan dapat memberlakukan konsep atau unit CRM tersebut. Upaya tersebut diduga memicu kepuasan nasabah khususnya nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Depok agar lebih loyal dan tidak beralih kepada bank syariah lainnya. Pada penelitian ini meneliti terkait tingkat pemahaman nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Depok terhadap konsep CRM bahwa pengaruh pemahaman para nasabah dapat memengaruhi kepuasannya.

Fenomena yang terjadi pada nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Depok adalah nasabah memilih bank syariah melalui layanan yang diterimanya sesuai ekspektasi nasabah itu sendiri. Ekspektasi nasabah dalam menerima pelayanan dari pihak bank dapat menunjang kepuasan nasabah. Apabila pihak bank mengetahui dan mampu memberikan pelayanan sesuai

dengan ekspektasi nasabah, maka pihak bank mampu memberikan kepuasan bagi nasabah tersebut. Pada penelitian ini meneliti besaran pengaruh ekspektasi nasabah untuk dapat memengaruhi kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Depok.

Berdasarkan berbagai penelitian tentang *Customer Relationship Management* (CRM) dapat disimpulkan bahwa ada beberapa perbedaan yaitu terdapat penelitian yang menyimpulkan bahwa SDM (orang/karyawan) paling dominan dan ada pula penelitian yang menyimpulkan bahwa proses menjadi aspek paling dominan dalam aktivitas *Customer Relationship Management* (CRM). Berdasarkan perbedaan tersebut, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dan menguji dengan beberapa variabel yang dilakukan pada Bank Umum Syariah. Hal ini dilakukan sebab terbatasnya penelitian terkait *Customer Relationship Management* pada Bank Umum Syariah. Dalam hal ini peneliti memilih nasabah Bank Syariah Indonesia sebagai sampel dalam penelitian ini.

Pada Bank Syariah Indonesia belum terdapat tata kelola yang khusus menaungi *Customer Relationship Management*. Penanganan segala bentuk keluhan, membina hubungan baik dengan nasabah, dan memasarkan citra baik perusahaan hanya dilakukan pada unit layanan.

Tujuan Penelitian

- Untuk mengetahui sejauh mana pemahaman konsep *Customer Relationship Management* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
- Untuk memperoleh bukti empiris ekspektasi nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Depok dengan hasil yang diterima terhadap kepuasan mereka.
- Menganalisis pengaruh komponen dalam *Customer Relationship Management* terhadap kepuasan nasabah.
- Menganalisis pengaruh pemahaman, ekspektasi nasabah, dan komponen dalam *Customer Relationship Management* secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Depok.

TINJAUAN PUSTAKA

Pemahaman

Pemahaman memiliki kata dasar “paham” yang berarti mengerti suatu hal. Pemahaman merupakan sebuah proses menjadikan atau cara yang dilakukan untuk mengerti dengan benar. Pemahaman merupakan tingkat kemampuan yang mengharapakan seseorang untuk dapat memahami suatu konsep, situasi, dan fakta yang diketahui. Hal ini tidak hanya terbatas pada kemampuan verbal melainkan dapat membedakan, mengubah, mempersiapkan, menyajikan, mengatur, menjelaskan, menginterpretasikan, mendemonstrasikan, menentukan, dan mengambil keputusan (Purwanto, 2017).

Ekspektasi Nasabah

Ekspektasi nasabah merupakan suatu harapan yang dipikirkan oleh nasabah untuk mendapatkan sesuatu dari pihak bank atau penyedia jasa. Harapan atau ekspektasi nasabah tersebut harus ditawarkan maupun dilakukan oleh pihak bank. Pemahaman terkait ekspektasi nasabah merupakan salah satu faktor penting dalam penyediaan layanan berkualitas yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

Menurut Tjiptono (2019), Ekspektasi adalah harapan atau perkiraan pelanggan terkait sesuatu yang akan diterima. Harapan nasabah digunakan sebagai dasar acuan dalam memilih suatu produk dan mengevaluasi berdasarkan standar yang berlaku.

Customer Relationship Management

Customer Relationship Management atau sering disingkat CRM merupakan pendekatan pelayanan yang memadukan manajemen perusahaan dengan pelanggan sehingga menimbulkan hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dan pelanggan. *Customer Relationship Management* memfokuskan pada strategi jangka panjang terkait membina hubungan baik dengan segala pihak yang terlibat di dalamnya. *Customer Relationship Management* menjadi salah satu strategi perusahaan untuk memperoleh dan menganalisis data pelanggan. Membina hubungan baik adalah faktor penting dalam jalannya kegiatan bisnis serta menjadi kewajiban, sebagaimana yang disebutkan dalam Al-Quran Surat Ali 'Imran Ayat 159 :

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: “Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal.”

Pada penetapan kebijakan suatu lembaga perbankan syariah, terdapat kewajiban pihak perbankan untuk senantiasa mendiskusikan kebutuhan nasabah. Dalam kegiatan bisnis suatu perusahaan menjaga hubungan baik dengan para pelanggan dapat menjadi nilai keberhasilan perusahaan. Menjaga hubungan baik dengan para pihak yang terlibat dalam kegiatan operasional perusahaan termasuk dalam bermusyawarah seperti yang disebutkan surah Ali 'Imran ayat 159.

Kepuasan Nasabah

Kotler & Keller (2012) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapannya. Apabila kinerja tidak sesuai harapan, maka menyebabkan pelanggan tidak puas. Hal ini dapat membawa dampak negatif bagi perusahaan, dampak tersebut berakibat menurunkan jumlah pelanggan dan menyebabkan pelanggan tidak tertarik lagi menggunakan jasa perusahaan sehingga akan menurunkan laba perusahaan. Kepuasan pelanggan atau dalam hal ini disebut kepuasan nasabah merupakan hal penting bagi perusahaan penyedia layanan jasa, karena pelanggan yang puas akan menyebarluaskan kepada orang lain, sehingga reputasi perusahaan menjadi meningkat

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan asosiatif kuantitatif, yaitu penelitian yang bersifat menganalisis hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2015). Pada penelitian ini menggunakan jenis kuantitatif, sebab dirasa dapat menyediakan hasil penelitian berupa investigasi secara sistematis. Pada penelitian jenis kuantitatif mengacu pada data yang tersedia

melalui pengumpulan data dan analisis yang bersifat statistik. Data yang digunakan adalah data kuantitatif, yaitu menetapkan skor jawaban dari pernyataan yang telah dijawab oleh responden.

Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive Sampling* merupakan suatu metode pengambilan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu. Penggunaan teknik *purposive sampling* disebabkan keterbatasan dalam menentukan jumlah populasi, selain itu tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan kejadian yang diteliti. Kriteria tersebut yaitu:

- Berdomisili di Kota Depok
- Nasabah Bank Syariah Indonesia

Dalam penelitian ini, populasi terlibat adalah nasabah Bank Syariah Indonesia yang berdomisili di Kota Depok. Dalam menentukan ukuran sampel dari suatu populasi, maka digunakan rumus Slovin:

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Batas toleransi kesalahan

Jenis dan Sumber Data

Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian yang merupakan hasil dari survey terhadap responden melalui kuisioner. Selain data primer, peneliti juga menggunakan data sekunder. Data sekunder penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber, seperti studi pustaka, buku, jurnal, internet, dan data Bank Syariah Indonesia.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel pemahaman, ekspektasi nasabah, dan komponen CRM terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Depok.

A. Uji Validitas dan Reliabilitas

Sujarweni (2015) dalam Yhovizmiaji & Sulistiyowati (2018) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah suatu ukuran kestabilan dan konsistensi responden untuk menjawab suatu pertanyaan pada variabel. Uji reliabilitas digunakan alat pengumpulan data sehingga kuesioner tersebut dapat dipercaya. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersamaan terhadap pernyataan variabel penelitian. Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,600 maka disimpulkan reliabel.

B. Uji Asumsi Klasik

Dengan penggunaan analisis linier berganda, diperlukan beberapa pengujian asumsi klasik. Pengujian dilakukan mengacu pada penelitian sehingga meminimalisir penyimpangan asumsi klasik. Berdasarkan uji asumsi klasik tersebut dapat dikatakan bahwa data pada penelitian ini memenuhi asumsi klasik.

C. Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, digunakan untuk menguji dua atau lebih variabel independen (bebas) dengan satu variabel dependen (terikat). Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui korelasi atau pengaruh antar variabel.

D. Uji Hipotesis

Setiap hipotesis terdapat kebenaran atau kesalahan yang mungkin saja terjadi. Oleh karena itu, perlu diadakan penelitian sebelum hipotesis diterima atau ditolak. Proses atau langkah dalam penentuan hipotesis diterima atau ditolak adalah pengujian hipotesis. Pada pengujian hipotesis, keputusan dibuat bersifat tidak pasti yang berarti bahwa keputusan menimbulkan risiko karena terjadi kemungkinan benar atau salah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas pada penelitian ini dilakukan dengan program SPSS Versi 22. Uji validitas dinilai valid apabila $R_{hitung} > R_{tabel}$. Pada penelitian ini, jumlah responden sebesar 100 orang dan diperoleh nilai R_{tabel} sebesar 0,196.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
Pemahaman (X1)	X1.1	0,702	0,196	Valid
	X1.2	0,704	0,196	Valid
	X1.3	0,700	0,196	Valid
	X1.4	0,818	0,196	Valid
Ekspektasi Nasabah (X2)	X2.1	0,631	0,196	Valid
	X2.2	0,674	0,196	Valid
	X2.3	0,624	0,196	Valid
	X2.4	0,834	0,196	Valid
Komponen CRM (X3)	X3.1	0,628	0,196	Valid
	X3.2	0,713	0,196	Valid
	X3.3	0,757	0,196	Valid
	X3.4	0,706	0,196	Valid
	X3.5	0,643	0,196	Valid
	X3.6	0,694	0,196	Valid
	X3.7	0,676	0,196	Valid
	X3.8	0,680	0,196	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	Y.1	0,707	0,196	Valid

	Y.2	0,691	0,196	Valid
	Y.3	0,766	0,196	Valid
	Y.4	0,709	0,196	Valid
	Y.5	0,627	0,196	Valid

Sumber: Data diolah, 2022

Pada Tabel 1 menunjukkan hasil dari pengolahan data uji validitas dari variabel pemahaman, ekspektasi nasabah, komponen CRM, dan kepuasan nasabah. Pada masing-masing variabel memiliki hasil $R_{hitung} > R_{tabel}$, maka dalam penelitian ini seluruh pertanyaan dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Dalam uji reliabilitas, data dapat dikatakan reliabel jika *Cronbach's Alpha* $> 0,600$ (*Cronbach's Alpha Standard*). Berdasarkan uji reliabilitas menggunakan program SPSS, diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha Standard</i>	Keterangan
Pemahaman (X1)	0,708	0,600	Reliabel
Ekspektasi Nasabah (X2)	0,629	0,600	Reliabel
Komponen CRM (X3)	0,839	0,600	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,742	0,600	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2022

Pada Tabel 2 menunjukkan hasil dari pengolahan data uji reliabilitas dari variabel pemahaman, ekspektasi nasabah, komponen CRM, dan kepuasan nasabah. Pada masing-masing variabel memiliki hasil *Cronbach's Alpha* $> 0,600$. Maka, seluruh variabel dinyatakan reliabel.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 5 Hasil Analisis Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta

1 (Constant)	1,892	1,374	
X1	,031	,079	,027
X2	,397	,087	,328
X3	,341	,041	,579

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan hasil persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

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

$$Y = 1,892 + 0,031 X_1 + 0,397 X_2 + 0,341 X_3$$

- Nilai konstanta (α) merupakan nilai variabel dependen (Y) yaitu kepuasan nasabah. Konstanta bernilai 1,892 yang artinya seluruh variabel independen (X) dianggap konstan maka dinyatakan (Y) akan bernilai 1,892.
- Variabel pemahaman (X1) memiliki nilai koefisien sebesar 0,031 yang berarti memiliki nilai positif terhadap kepuasan nasabah (Y) dengan asumsi variabel independen lain adalah konstan atau tetap.
- Variabel ekspektasi nasabah (X2) memiliki nilai koefisien sebesar 0,397 yang berarti memiliki nilai positif terhadap kepuasan nasabah (Y) dengan asumsi variabel independen lain adalah konstan atau tetap.
- Variabel komponen CRM (X3) memiliki nilai koefisien sebesar 0,341 yang berarti memiliki nilai positif terhadap kepuasan nasabah (Y) dengan asumsi variabel independen lain adalah konstan atau tetap.

Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial atau pengaruh dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Uji T berpengaruh apabila tingkat signifikansi < dari 0,05 dan $T_{hitung} > T_{tabel}$. T_{tabel} ditentukan melalui rumus sebagai berikut:

$$T_{tabel} = t(\alpha/2 ; n-k-1)$$

$$= t(0,05/2 ; 100-3-1)$$

$$= t(0,025 ; 96)$$

$$= 1,985$$

Tabel 6 Hasil Uji T (Parsial)

Variabel	T hitung	Sig.	T tabel	Keterangan
Pemahaman (X1)	0,393	0,695	1,985	Tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y)
Ekspektasi nasabah (X2)	4,581	0,000	1,985	Berpengaruh secara positif signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y)

Komponen CRM (X3)	8,240	0,000	1,985	Berpengaruh secara positif signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y)
-------------------	-------	-------	-------	---

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 6 disimpulkan bahwa hubungan variabel independen (X) secara parsial terhadap variabel dependen (Y) adalah sebagai berikut:

- Variabel Pemahaman (X1) dengan nilai T_{hitung} sebesar 0,393 dan nilai signifikansi sebesar 0,695. Melalui hasil tersebut, $T_{hitung} <$ dari T_{tabel} dan nilai signifikansi $>$ dari 0,05. Maka dapat dinyatakan bahwa H1 ditolak dan variabel pemahaman tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Depok.
- Variabel Ekspektasi Nasabah (X2) dengan nilai T_{hitung} sebesar 4,581 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Melalui hasil tersebut, $T_{hitung} >$ dari T_{tabel} dan nilai signifikansi $<$ dari 0,05. Maka dapat dinyatakan bahwa H2 diterima dan variabel ekspektasi nasabah memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Depok.
- Variabel Komponen CRM (X3) dengan nilai T_{hitung} sebesar 8,240 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Melalui hasil tersebut, $T_{hitung} >$ dari T_{tabel} dan nilai signifikansi $<$ dari 0,05. Maka dapat dinyatakan bahwa H3 diterima dan variabel komponen CRM memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Depok.

b. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan digunakan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara simultan. Uji F berpengaruh apabila tingkat signifikansi $<$ dari 0,05 dan $F_{hitung} >$ dari F_{tabel} . F_{tabel} ditentukan melalui rumus sebagai berikut:

$$F_{tabel} = f(k ; n-k)$$

$$= t(3 ; 100-3)$$

$$= t(3 ; 97)$$

$$= 2,698$$

Tabel 7 Hasil Uji F (Simultan)

Model	F	Sig.
1 Regression	50,721	,000 ^b
Residual		
Total		

a. Dependent Variable: Y

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

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 7 diketahui bahwa bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti bahwa nilai signifikansi $<$ dari 0,05. Nilai F_{hitung} sebesar 50,721 yang berarti bahwa nilai $F_{hitung} >$ F_{tabel} yaitu 2,698. Maka dapat disimpulkan bahwa H4 diterima atau dengan kata lain variabel

pemahaman (X1), ekspektasi nasabah (X2), dan komponen CRM (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) Bank Syariah Indonesia di Kota Depok.

c. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Uji koefisien determinasi (R^2) berfungsi untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Jika besaran koefisien determinasi semakin mendekati 1 (satu), maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat. Berikut hasil uji koefisien determinasi:

Tabel 8 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,783 ^a	,613	,601	1,31173

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

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 8 didapatkan angka R^2 sebesar 0,613 sehingga persentase pengaruh variabel pemahaman, ekspektasi nasabah, dan komponen CRM terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Depok sebesar 61,3%. Angka 38,7% sisanya kemungkinan dipengaruhi oleh variabel lain.

KESIMPULAN

Pada penelitian “Pengaruh Pemahaman, Ekspektasi Nasabah, dan Komponen CRM Terhadap Kepuasan Nasabah BSI di Kota Depok” telah dilakukan pengumpulan, pengolahan, dan analisis data. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa :

- Pemahaman tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI di Kota Depok. Hal ini disebabkan oleh tingkat pemahaman nasabah yang masih rendah terkait konsep CRM sehingga nasabah tidak mengetahui bahwa kualitas layanan bank sesuai dengan konsep tersebut.
- Ekspektasi nasabah terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI di Kota Depok. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah ingin dilayani sesuai dengan ekspektasinya sehingga memberikan kesan puas bagi nasabah.
- Komponen CRM secara parsial memengaruhi signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI di Kota Depok, dengan dimensi SDM memberikan pengaruh signifikan pada kepuasan nasabah.
- Pemahaman, ekspektasi nasabah, dan komponen CRM secara simultan terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI di Kota Depok. Variabel tersebut menjadi satu kesatuan yang saling berhubungan sehingga diharapkan mampu berdampak pada kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Depok.

DAFTAR PUSTAKA

- Arktika, Indani. (2017). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Jabar Banten Syariah Bogor. Politeknik Negeri Jakarta
- Barnes, James G. (2011). Secrets Of Customer Relationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Nasabah), Edisi 1. Yogyakarta: Andi.
- Buttle, Francis. (2014). Customer Relationship Management (Manajemen Hubungan Pelanggan) Concepts and Tools. Malang: Bayumedia.
- Fatimah, Erma. (2014). Implementasi Customer Relationship Management (CRM) untuk Mempertahankan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Malang, Skripsi. Malang: Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25 (9th ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Iskawanto Kurniawan, Muchsin S. Shihab. (2015). “Pengaruh Nilai Nasabah, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Hubungan Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri” Jurnal Manajemen dan Bisnis Brawijaya Vol 13 No. 2.
- Komalasari, Eka. (2014). Pengaruh Customer Relationship Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Riau Kepri Cabang Utama Pekanbaru. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Vol. 7 No. 1. Pekanbaru: Universitas Islam Riau.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane, Keller. (2014). Manajemen Pemasaran Jilid 1, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane, Keller. (2012). Marketing Management, 14th ed. Kendallville: Pearson Education.
- Lovelock, Christoper, Jochen Wirtz dan Jacky Mussri. (2011). Pemasaran Jasa, Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia, Edisi 7. Jakarta: Erlangga.
- Lovenia, Christiana Okky Augusta. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Kasus Pada Nasabah Bank Jateng Cabang Utama Semarang. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Lukas, Ade. (2011). Customer Relationship Management, CRM Slide Presentation. Jakarta: Ciptamaya.
- Maftuhah, Diah Yulisetiarni dan Abdul Halim. (2014). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Jember. Jurnal Manajemen. Jember: Universitas Jember.
- Mukarom, Moch Syaepul & Imrotul Khasanah. (2012). Analisis Pengaruh Nilai Nasabah dan Kalitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Untuk Menciptakan Loyalitas Nasabah

(Studi Pada Nasabah Bank BRI Cabang Padanaran Semarang). *Jurnal Manajemen* Vol 1 No 1. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Peter, J Paul dan Olson, Jerry C. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi 9-Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Purwanto, Ngalim. (2017). *Psikologi Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Riyanto, Slamet. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Rusmyatun. (2010). *Studi Komparasi Tingkat Pemahaman Siswa Tentang Iman Kepada Rasul-rasul Allah Antara yang Diajar Dengan Metode Kooperatif Jigsaw dan Metode Ceramah*. Semarang: Institut Agama Islam Negeri Walisongo.
- Salasi., dan Maidiyah, Erni. (2017). *Buku Ajar Statistik Dasar*. Aceh: Syiah Kuala University Press.
- Salmah, N. N. A. (2019). Kesesuaian Ekspektasi dan Persepsi Nasabah Terhadap Kualitas Jasa Pada Bank Pundi Cabang A. Rivai Palembang. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13(1).
- Smith, PR. dan Ze Zook. (2011). *Marketing communications: Integrating offline and online with social media*. Great Britain: Ashford Colour Press.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru.
- Tjalla, Awaluddin., Angga, Gregorius., dan Mardi. (2017). The Impact of Compansation and Motivation to Employees Job Satisfaction at PT Pelopor Avonturir Campindo Jakarta. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, Vol. 8 No. 1.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2011). *Service, Quality and Satisfaction (ed 3)*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. edited by A. Diana. Yogyakarta: Andi.
- Utami, Christina Widya. (2012). *Manajemen Ritel : Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pelaku Usaha Untuk Mengajukan Sertifikasi Halal Produk UMKM Di Kota Balikpapan

Auratul Atifah Harbit¹⁾, Ida Syafrida²⁾

¹⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, auratul.atifah99@gmail.com, Jl.Prof. Dr.Siwabessy Kampus UI, 16425, Depok, Indonesia

²⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, ida.syafrida@akuntansi.pnj.ac.id, Jl.Prof. Dr.Siwabessy Kampus UI, 16425, Depok, Indonesia Depok

ABSTRACT

This study discusses the factors that influence the interest of business people to apply for halal certification of UMKM products in The Balikpapan City. The purpose of this study was to determine the most dominant factor in influencing the interest of business people to apply for halal certification on their products. There are 4 factors in this study: the understanding, the cost, the awareness, and the belief. The methodology used is a comparative method with a quantitative approach. The sample in this study is UMKM in The Balikpapan City consist of 100 respondents. The analytical method used in this study uses validity test, reliability test, factor analysis test, and mean analysis. The results in this study indicate that the most dominant factor is the belief, which affects the interest of business actors to apply for halal certification of UMKM products and the rest is influenced by other variables. The importance of business people' belief in halalness in a product, because halal certification plays a very important role in determining the product that will be consumed by consumers.

Keywords: *interest, UMKM product, halal certification*

ABSTRAK

Penelitian ini membahas faktor yang mempengaruhi minat pelaku usaha untuk mengajukan sertifikasi halal produk UMKM di Kota Balikpapan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi minat pelaku usaha untuk mengajukan sertifikasi halal pada produknya. Ada 4 faktor dalam penelitian ini yaitu: pemahaman, biaya, kesadaran, dan keyakinan. Metode yang digunakan adalah komparatif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel pada penelitian ini adalah UMKM di Kota Balikpapan yang terdiri dari 100 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis factor, dan analisis mean. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor paling dominan adalah keyakinan, yang mempengaruhi minat pelaku usaha untuk mengajukan sertifikasi halal produk UMKM dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Pentingnya keyakinan para pelaku usaha terhadap kehalalan dalam suatu produk, karena sertifikasi halal berperan sangat penting dalam menentukan produk yang akan dikonsumsi oleh konsumen.

Kata-Kata Kunci: *minat, produk UMKM, sertifikasi halal*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Berdasarkan Badan Pusat Statistik (sensus 2020), Penduduk di Indonesia merupakan mayoritas muslim dari jumlah penduduk yang ada, yaitu sebesar 87,2% dari total penduduk atau sekitar 270.203.917 juta orang di tahun 2020, sedangkan populasi muslim di dunia mencapai 28,68% dari populasi dunia atau 2,18 miliar. Gaya hidup halal dengan menggunakan produk bersertifikat halal merupakan kebutuhan penting bagi umat Islam dan memberikan peluang bagi Indonesia untuk menjadi produsen produk dan layanan halal terbesar di dunia. Namun banyak produk yang belum bersertifikasi halal masih beredar di masyarakat, dan jumlah produk yang sudah bersertifikat halal cenderung sedikit.

Sertifikasi halal adalah suatu proses memperoleh sertifikasi halal untuk suatu produk, dan setelah melalui beberapa tingkat pemeriksaan, bahan dan proses pembuatannya menjamin kehalalan produk dan memenuhi standar Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI). Hal ini menjamin kehalalan dan mempengaruhi jumlah pembeli, sehingga konsumen akan percaya pada produk tersebut (Nurani dkk, 2020). Pada masa sebelumnya, produsen masih bersifat sukarela untuk mengajukan sertifikasi halal, akan tetapi setelah pemberlakuan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014, Pasal 4 menegaskan bahwa produk yang diimpor, diedarkan, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikasi halal. Sertifikasi produk halal merupakan bagian dari perlindungan dan jaminan pemerintah bagi masyarakat, khususnya bagi umat Islam. Namun demikian, Usaha Menengah, Kecil, dan Mikro (UMKM) tidak mendaftarkan produknya yang memungkinkan produk yang dipasarkan tidak sesuai dengan keinginan para konsumen (Mairijani dkk, 2019).

Sertifikasi halal yang sebelumnya dilaksanakan oleh LPPOM dan MUI telah dialihkan ke BPJPH. LPPOM bertindak sebagai Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) yang membantu kewenangan BPJPH dalam pengujian produk dan sertifikasi halal dikeluarkan oleh BPJPH. Penetapan Fatwa Halal akan tetap dilakukan oleh Komisi Fatwa MUI. Labelisasi halal dalam bentuk logo halal sebelum berlakunya Undang-Undang ini ditetapkan menggunakan logo halal MUI. BPJPH diharapkan akan terbentuk di setiap daerah tingkat satu (propinsi) di seluruh Indonesia untuk memudahkan dalam melaksanakan tugas-tugas dan wewenangnya menyelenggarakan sistem jaminan halal di seluruh Indonesia (Aliyudin dkk, 2022). Sertifikasi halal di Kota Balikpapan dilaksanakan oleh dua lembaga yaitu Kementerian Agama Kota Balikpapan dan MUI Provinsi Kalimantan Timur, dan bekerjasama dengan BPJPH Pusat.

UMKM memiliki peran penting dalam perkembangan perekonomian negara. UMKM adalah kelompok usaha yang sumber dayanya berasal dari sektor pertanian, perkebunan, peternakan, dan perdagangan. UMKM ini merupakan kelompok usaha yang memiliki keunggulan dalam menarik tenaga kerja dalam jumlah besar, sehingga dapat membantu proses pemerataan yang merupakan bagian dari pembangunan ekonomi nasional (Anggaraini dan Hakim, 2018).

Berdasarkan data sertifikasi halal (LPPOM MUI, 2021) dari 1.292.3922 jumlah produk para pelaku UMKM yang ada di Indonesia, sertifikasi halal yang sudah diterbitkan periode 2015 s.d. 2021 baru sejumlah 44,737 atau 3,5 % dari 19.517 perusahaan, sementara sisanya masih belum memiliki sertifikasi halal. Saat ini jumlah UMKM di Kota Balikpapan yang terhubung dalam bersertifikasi halal masih relatif rendah dibandingkan jumlah UMKM secara keseluruhan. Menurut informasi dari Dinas Koperasi UMKM Kota Balikpapan, bahwa jumlah UMKM di Kota Balikpapan tampak meningkat dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2019. Namun

demikian, dari persentase pertumbuhan UMKM mengalami penurunan pada tahun 2019 sebesar 1.432 entitas atau 3% UMKM. Pada tahun 2021, pertumbuhan UMKM menyusut sebanyak 1.467 entitas atau 1,02%. Tidak ada peningkatan yang terjadi dan jumlah UMKM menurun sangat tajam selama tiga tahun berturut-turut.

Menurut informasi dari Kementerian Agama Kota Balikpapan, pada tahun 2020 sudah ada 15 UMKM yang sudah bersertifikasi halal dan 26 UMKM sudah bersertifikasi halal pada tahun 2021. Jumlah tersebut sangat kecil hanya 3% dibandingkan dengan jumlah UMKM. Padahal, target sertifikasi halal menurut Kementerian Agama Kota Balikpapan bahwa semua UMKM harus bersertifikat halal sesuai dengan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang menjelaskan bahwa produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal. Untuk itu UMKM harus mengetahui akan pentingnya jaminan produk halal disetiap produk yang diproduksi. Minimnya produk yang bersertifikasi halal karena biaya pengurusannya mahal sehingga menjadi beban bagi pelaku usaha.

Dari data yang dikeluarkan Pemerintah Kota Balikpapan pada *website* balikpapan.go.id, yaitu biaya untuk pengurusan sertifikasi halal berkisar hingga Rp2.000.000. Kurangnya produk bersertifikat halal disebabkan biaya pengurusannya yang tinggi dan membebani pelaku ekonomi. Pemerintah Kota Balikpapan telah mengalokasikan dana sekitar 100 juta rupiah untuk membantu pelaku UMKM menerapkan sertifikasi halal. Masa berlaku sertifikasi halal telah diperpanjang dari 2 tahun menjadi 4 tahun sesuai dengan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

Dalam pelaksanaan sertifikasi halal, ada beberapa faktor yang mempengaruhi pelaku UMKM, yaitu pemahaman tentang sertifikasi halal, biaya sertifikasi halal, kesadaran pelaku, dan keyakinan UMKM tentang pentingnya melakukan sertifikasi halal. Sebagai seorang muslim mengkonsumsi produk halal adalah bersifat wajib, dan logo halal juga berperan penting dalam menarik konsumen untuk membeli produk halal dari pelaku usaha yang telah bersertifikat halal. Logo halal menunjukkan bahwa produk yang diproduksi oleh pelaku usaha telah memenuhi standar Islam. Namun, banyak pelaku UMKM masih menggunakan unsur terlarang dalam produk mereka. Oleh karena itu, konsumen perlu berhati-hati dalam membeli produk tersebut.

Berdasarkan penelitian terdahulu menurut Akim dkk (2018), bahwa kurangnya pemahaman tentang sertifikasi halal. Beberapa pelaku UMKM yang tidak mengetahui tentang sertifikasi halal, namun pelaku usaha tersebut tidak mengetahui tentang adanya kewajiban sertifikasi halal yang diatur dalam Undang-Undang Jaminan Produk Halal No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Tjitroesmi (2014) menyatakan bahwa pentingnya pemberian pemahaman kepada pelaku usaha tentang sertifikasi halal pada produk makanan maupun non-makanan yang beredar dalam rangka memberikan perlindungan dari zat berbahaya yang terkandung dalam makanan dan menghindari dampak buruk dari makanan yang dikonsumsi oleh masyarakat. Menurut Muklis dan Sari (2020), tingkat pemahaman oleh pelaku UMKM terhadap sertifikasi halal masih tergolong rendah. Pelaku UMKM hanya mengetahui sertifikasi halal. Namun, pentingnya halal dalam makanan sangat kecil diketahui oleh pelaku UMKM. Mengenai biaya yang terkait dengan proses pendaftaran dan sertifikasi halal, pemangku kepentingan UMKM tidak paham tentang proses tersebut. Hal ini yang menjadikan faktor penyebab minat untuk mengajukan sertifikasi halal pada pelaku UMKM karena kurangnya pemahaman mengenai sertifikasi halal yang sangat penting untuk produk mereka. Diperlukan sosialisasi agar pelaku UMKM paham mengenai sertifikasi halal.

Tingkat biaya sertifikasi halal yang dikeluarkan dinilai sangat tinggi dan mahal bagi pelaku UMKM. UMKM merupakan pelaku usaha dengan kepemilikan modal yang cukup terbatas dan

minim. Biaya yang dikeluarkan cukup tinggi, sementara keuntungan yang diperoleh tidak terlalu besar, yang menjadi beban bagi pelaku UMKM (Mairijani dkk, 2019). Menurut Farhan (2018), para pelaku UMKM enggan melakukan sertifikasi halal karena beranggapan bahwa akan membutuhkan biaya yang besar untuk melakukan sertifikasi halal, dan perpanjangan sertifikasi halal juga akan memakan biaya. A'yuim (2019), menjelaskan bahwa tingkat kerumitan kehalalan suatu produk mempengaruhi lamanya proses permohonan sertifikasi halal dan disebabkan karena tingginya biaya yang harus ditanggung oleh pelaku UMKM. Proses audit yang akan dilakukan pemeriksaan juga mempengaruhi lamanya waktu pengujian dan oleh karena itu biaya yang dikeluarkan juga mempengaruhi biaya pada audit.

Anandai (2016) menyatakan bahwa memperoleh sertifikasi halal untuk memastikan kehalalan produk UMKM dan memberikan keamanan produk kepada konsumen. Oleh karena pelaku UMKM tidak mengetahui sertifikasi halal, maka pelaku UMKM kurang memiliki kesadaran untuk mendaftarkan produknya untuk mendapatkan sertifikasi halal. Nuri (2021) menjelaskan bahwa rendahnya kesadaran terhadap mengenai ketentuan hukum Jaminan Produk Halal yang menyebabkan para pelaku UMKM tidak mengikuti aturan hukum wajibnya memiliki sertifikasi halal pada produk yang di jual. Menurut Tawil, dkk (2015), kesadaran UKM terhadap sertifikasi halal masih rendah. Namun persepsi UMKM terhadap makanan halal sangat baik. Hal ini yang sangat mengecewakan karena dengan memahami bahwa pentingnya sertifikasi halal dalam industri makanan atau non-makanan akan memberikan pendapatan yang baik bagi pelaku usaha.

Dengan adanya permasalahan yang peneliti uraikan di latar belakang, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap permasalahan tersebut dengan mengambil judul penelitian "Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Pelaku Usaha Untuk Mengajukan Sertifikasi Halal Produk Umkm Di Kota Balikpapan".

Permasalahan

Jumlah UMKM di Kota Balikpapan yang telah memiliki dalam bersertifikasi halal masih relatif rendah dibandingkan jumlah UMKM secara keseluruhan. Terlihat bahwa jumlah UMKM di Kota Balikpapan tahun 2021 sebesar 1.467 entitas, sedangkan jumlah yang sertifikasi halal sebesar 41 UMKM atau hanya 3% dari jumlah UMKM. Padahal, target sertifikasi halal menurut Kementerian Agama Kota Balikpapan bahwa semua UMKM harus bersertifikat halal sesuai dengan Undang-Undang Jaminan Halal No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang menjelaskan bahwa produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal.

Dalam pelaksanaan sertifikasi halal, ada beberapa faktor yang mempengaruhi pelaku usaha, antara lain pemahaman tentang sertifikasi halal, biaya sertifikasi halal, kesadaran dan keyakinan pelaku usaha tentang pentingnya melakukan sertifikasi halal.

Tujuan

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang diajukan, maka tujuan penelitian dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat pelaku usaha untuk mengajukan sertifikasi halal produk UMKM di Kota Balikpapan.
2. Untuk mengetahui faktor yang paling mempengaruhi minat pelaku usaha untuk mengajukan sertifikasi halal produk UMKM di Kota Balikpapan.

TINJAUAN PUSTAKA

Minat adalah dorongan untuk mengarahkan perhatian individu pada suatu objek tertentu dan minat berkaitan dengan aspek *kognitif*, emosional, dan *motoric* serta merupakan sumber motivasi untuk melakukan apa yang diinginkan (Aditya, 2022). Minat mengarah kepada individu yang memiliki keinginan atau kemauan yang akan dicapai, selain itu minat juga dijadikan sebagai tolak ukur seseorang dalam melakukan suatu keinginan.

Minat adalah proses penting yang mengarah pada keputusan dan perubahan individu, yaitu terdapat dalam ayat Al-Qur'an Surat Ar-Ra'd Ayat 11:

لَهُ مَعْقَبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمَنْ خَلْفَهُ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ
اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَ لَهُ ۗ وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ

Artinya:

“Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia.”

Al-Qur'an menggambarkan keinginan, kesukaan, minat, hasrat dan cita-cita manusia dalam kehidupan di dunia. Supaya tercapai tujuan, manusia dituntut untuk bekerja keras dan berjuang.

Sertifikasi halal adalah proses penerbitan sertifikasi untuk produk seperti makanan, minuman, obat-obatan dan kosmetik yang tidak mengandung unsur-unsur yang dilarang oleh ajaran Islam (Bank Indonesia, 2021). Dalam Fatwa DSN MUI, menyatakan bahwa pentingnya kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam yang disebut dengan sertifikasi halal. Perlunya sertifikasi kehalalan suatu produk menunjukkan bahwa produk tersebut telah disahkan status kehalalannya dalam bentuk Fatwa DSN MUI dan layak untuk dikonsumsi. Sertifikasi halal merupakan persyaratan untuk mendapatkan persetujuan dari pemerintah terkait untuk mencantumkan label Halal pada kemasan produk. Produk yang telah lulus uji sertifikasi halal oleh MUI dapat disertifikasi dengan logo halal pada kemasan produk.

Peraturan mengenai produk halal diatur dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal (JPH). Pemberlakuan dari UUJPH tersebut untuk memberikan perlindungan dan mengkonsumsi barang dan jasa sesuai dengan ajaran Islam. Penerapan Jaminan Produk Halal (JPH) masih terus berjalan, karena masih banyak produk yang belum tersertifikasi dan terstandarisasi produk Halal, serta belum adanya roadmap pengembangan industri halal. Hal ini sangat penting bagi umat Islam, namun kurangnya kesadaran masyarakat untuk memperhatikan produk halal, dan kurangnya pengetahuan tentang produk halal bagi pemangku kepentingan pelaku usaha. Masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam masih menganggap bahwa semua produk yang beredar adalah produk halal, dan pengecekan label halal pada produk yang akan dikonsumsi masih belum menjadi prioritas.

UMKM adalah usaha yang dijalankan oleh pelaku usaha perorangan, rumah tangga ataupun badan usaha yang berskala kecil, sebagaimana dijelaskan dalam Undang-Undang Nomor

20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (Djuwita dan Yusuf, 2018). Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemerdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (PP UMKM) telah diterbitkan oleh pemerintah bersama dengan 49 peraturan penegakan lainnya dari Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 perihal Cipta Kerja (UU Cipta Kerja) pada 02 Februari 2021 lalu. Kriteria UMKM yang baru diatur di dalam pasal 35 hingga pasal 36 PP UMKM 2021. Berdasarkan pasal 35 ayat (3) PP 7 tahun 2021, UMKM dikelompokkan berdasarkan kriteria modal usaha atau penjualan tahunan. Kriteria modal usaha digunakan untuk mendirikan atau mendaftarkan kegiatan UMKM yang didirikan setelah berlakunya PP UMKM.

Menurut Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Timur (sensus 2021), bahwa total penduduk muslim di Kota Balikpapan pada tahun 2021 sebesar 640.949 jiwa dengan total penduduk di Kota Balikpapan sebesar 710.293 jiwa. Sekitar 90% dari jumlah penduduk di Kota Balikpapan beragama Islam. Kehalalan pun menjadi suatu kewajiban bagi setiap konsumen, terutama pada masyarakat muslim di kota Balikpapan. Oleh karena itu, jaminan produk halal menjadi suatu kepentingan pada masyarakat setempat. Secara global, membutuhkan peningkatan kesadaran dikalangan konsumen muslim tentang pentingnya kehalalan dan kualitas suatu produk, yang akan mengarah pada kesadaran publik tentang halal. Data global juga menunjukkan bahwa jumlah konsumen yang mengkonsumsi makanan halal semakin meningkat. Halal juga tidak hanya sebatas tentang penggunaan jenis bahan yang diharamkan. Namun, halal juga mencakup tahap pra produksi hingga makanan sampai ke tangan konsumen (Mairijani dkk, 2019).

Berikut faktor-faktor minat pelaku usaha dalam mengajukan sertifikasi halal:

1. Pemahaman tentang sertifikasi halal

Pemahaman menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KKBI *Online*) adalah proses, cara, perbuatan dalam memahami atau memahamkan akan suatu hal. Pemahaman berasal dari kata paham yang mempunyai arti benar terhadap suatu hal (Syahril, 2013). Pemahaman adalah kemampuan seseorang untuk memastikan apa yang telah disampaikan dan apa yang telah dipahami. Pengetahuan belum tentu dapat memahami sesuatu yang telah dipahami. Sedangkan pemahaman, seseorang tidak hanya mengetahui apa yang dipelajari, tetapi juga memahami makna dari apa yang telah dicapainya (Muklis dan Sari, 2020).

2. Biaya sertifikasi halal

Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan membawa manfaat saat ini atau masa yang akan datang (Siregar dkk, 2013). Biaya sertifikasi halal adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan sertifikasi halal dari Kementerian Agama yang bekerjasama dengan BPJPH. Biaya sertifikasi halal mencakup beberapa faktor seperti biaya pendaftaran, biaya pelaksanaan audit, biaya rapat auditor, biaya rapat komisi fatwa, dan biaya penerbitan sertifikat halal. Adapun yang mempengaruhi besar kecilnya biaya sertifikasi halal adalah jumlah auditor yang akan melakukan proses audit, tingkat kerumitan proses produksi, skala usaha, dan uji laboratorium. Pelaku usaha yang ingin memperoleh sertifikasi halal, harus melakukan pendaftaran sertifikasi halal dan memenuhi persyaratan sertifikasi halal (Prawira, 2019).

3. Kesadaran pelaku usaha

Kesadaran dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk memahami dan mengenali suatu peristiwa atau objek tertentu. Hal ini adalah konsep bagaimana mengasosiasikan kesadaran pemahaman tentang suatu peristiwa atau masalah (Aziz dan Vui, 2012). Kesadaran pelaku UMKM terhadap prinsip kehalalan produk, khususnya berbagai ketentuan yang diatur dalam UU BPJPH (UU No. 33 Tahun 2014). Untuk mencapai tujuan tersebut, pemangku kepentingan

UMKM perlu memastikan kehalalan produk, termasuk penyediaan bahan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, hingga penyajian produk.

4. Keyakinan pelaku usaha

Keyakinan adalah sebuah sikap yang menunjukkan manusia merasa cukup dan benar. Keyakinan pun tidak selalu benar dan tidak menjadi sebuah jaminan kebenaran. Faktor yang mempengaruhi rendahnya keinginan melakukan sertifikasi halal adalah rasa keyakinan terhadap produk yang diproduksi sudah halal. Keyakinan tersebut menunjukkan bahwa produk yang diproduksi oleh UMKM itu sendiri sudah halal tanpa perlu sertifikasi. Sikap UMKM terhadap keyakinan bahwa produk yang diproduksi sudah halal yang menjadikan UMKM tidak memerlukan sertifikasi halal.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode komparatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini membandingkan faktor pemahaman, faktor biaya, faktor kesadaran dan faktor keyakinan, yang paling mempengaruhi minat untuk sertifikasi halal pada UMKM di Kota Balikpapan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Variabel yang dianalisis dalam penelitian ini sebanyak 21 variabel. Dengan menggunakan bantuan SPSS versi 20 dan data penelitian ini dari 100 sampel. Metode analisis faktor ini di uji dengan *Determinant of Correlation Matrix*.

Untuk mengetahui kelayakan suatu variabel apakah dapat diproses lebih lanjut menggunakan Teknik analisis faktor atau tidak, maka perlu dilakukan uji secara statistic dengan menggunakan Uji *KMO (Kaiser Meyer Olkin)*, *Bartlett's Test of Sphericity*, dan *MSA (Measure of Sampling Adequacy)*.

Tabel 1. Uji KMO dan Bartlett's Test
KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.915
Bartlett's Approx. Test of Chi-Square		1654,152
Sphericity Df		210
Sig.		,000

Berdasarkan Tabel 1 nilai KMO secara keseluruhan adalah 0,915, nilai tersebut berada di atas 0,5 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang berarti nilai signifikansi beradiah di bawah 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel berkaitan cukup kuat dan layak untuk dianalisis lebih lanjut dengan analisis faktor. Berikut analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat pelaku usaha untuk mengajukan sertifikasi halal produk UMKM di Kota Balikpapan.

1. Faktor Pemahaman

Faktor pertama yang diidentifikasi pada penelitian ini yang dinyatakan kepada para responden pelaku usaha terkait dengan faktor determinasi dalam mengajukan sertifikasi halal pada produk UMKM di Kota Balikpapan. Total variabel pada faktor pemahaman berjumlah 6 variabel. Variabel yang memiliki nilai mean atau nilai rata-rata yang tertinggi yaitu tujuan sertifikasi halal dengan nilai mean sebesar 3,64. Nilai MSA dan Nilai Loading pada faktor pemahaman, tiap variabel berada diatas 0,5. Berikut Nilai MSA, Nilai Loading dan Nilai Mean pada Tabel 2:

Tabel 2 Nilai MSA, Nilai Loading, dan Nilai Mean variabel indikator
Faktor Pemahaman

Variabel	Nilai MSA	Nilai Loading	Nilai Mean
----------	-----------	---------------	------------

X1	0,923	0,730	3,63
X2	0,920	0,737	3,64
X3	0,933	0,712	3,61
X4	0,934	0,663	3,48
X5	0,901	0,725	3,53
X6	0,887	0,558	3,49

2. Faktor Biaya

Faktor kedua yang diidentifikasi pada penelitian ini yang dinyatakan kepada para responden pelaku usaha terkait dengan faktor determinasi dalam mengajukan sertifikasi halal pada produk UMKM di Kota Balikpapan. Total variabel pada faktor biaya berjumlah 4 variabel. Variabel yang memiliki nilai mean atau nilai rata-rata yang tertinggi yaitu tujuan sertifikasi halal dengan nilai mean sebesar 3,27. Nilai MSA dan Nilai Loading pada faktor biaya, tiap variabel berada diatas 0,5. Berikut Nilai MSA, Nilai Loading dan Nilai Mean pada Tabel 3:

Tabel 3 Nilai MSA, Nilai Loading, dan Nilai Mean variabel indikator
Faktor Biaya

Variabel	Nilai MSA	Nilai Loading	Nilai Mean
X7	0,923	0,724	3,08
X8	0,920	0,798	3,07
X9	0,933	0,573	3,27
X10	0,934	0,726	3,21

3. Faktor Kesadaran

Faktor ketiga yang diidentifikasi pada penelitian ini yang dinyatakan kepada para responden pelaku usaha terkait dengan faktor determinasi dalam mengajukan sertifikasi halal pada produk UMKM di Kota Balikpapan. Total variabel pada faktor pemahaman berjumlah 8 variabel. Variabel yang memiliki nilai mean atau nilai rata-rata yang tertinggi yaitu tujuan sertifikasi halal dengan nilai mean sebesar 3,59. Nilai MSA dan Nilai Loading pada faktor kesadaran, tiap variabel berada diatas 0,5. Berikut Nilai MSA, Nilai Loading dan Nilai Mean pada Tabel 4:

Tabel 4 Nilai MSA, Nilai Loading, dan Nilai Mean variabel indikator
Faktor Kesadaran

Variabel	Nilai MSA	Nilai Loading	Nilai Mean
X11	0,923	0,764	3,25
X12	0,905	0,709	3,24
X13	0,913	0,741	3,39
X14	0,919	0,621	3,54
X15	0,918	0,746	3,45
X16	0,949	0,800	3,59
X17	0,910	0,789	3,55
X18	0,919	0,767	3,55

4. Faktor Keyakinan

Faktor keempat yang diidentifikasi pada penelitian ini yang dinyatakan kepada para responden pelaku usaha terkait dengan faktor determinasi dalam mengajukan sertifikasi halal pada produk UMKM di Kota Balikpapan. Total variabel pada faktor biaya berjumlah 3 variabel. Variabel yang memiliki nilai mean atau nilai rata-rata yang tertinggi yaitu tujuan sertifikasi halal dengan nilai mean sebesar 3,65. Nilai MSA dan Nilai Loading pada faktor keyakinan, tiap variabel berada diatas 0,5. Berikut Nilai MSA, Nilai Loading dan Nilai Mean pada Tabel 5:

Tabel 5 Nilai MSA, Nilai Loading, dan Nilai Mean variabel indikator Faktor Keyakinan

Variabel	Nilai MSA	Nilai Loading	Nilai Mean
X19	0,921	0,610	3,56
X20	0,933	0,763	3,65
X21	0,901	0,742	3,62

Untuk memberikan pemahaman lebih lanjut terkait masalah penelitian, dari keempat faktor pada penelitian ini faktor mana yang paling dominan dengan menghitung nilai komposit. Nilai komposit akan dihitung dengan membagi nilai mean, total dari setiap item yang ada dalam faktor dengan menjumlahkan item disetiap masing-masing faktor. Faktor yang paling dominan dapat dinyatakan pada penelitian ini bahwa para pelaku usaha terkait faktor determinasi untuk mengajukan sertifikasi halal pada produk UMKM di Kota Balikpapan secara berurutan, Sesuai dengan penjelasan faktor di bawah:

Tabel 6 Prioritas Faktor

Faktor	Total Mean	Jumlah Variabel	Nilai Komposit	Peringkat
Keyakinan	10.83	3	3.61	1
Pemahaman	21.38	6	3.563	2
Kesadaran	27.56	8	3.445	3
Biaya	12.63	4	3.157	4

Berdasarkan hasil penelitian dari Tabel 6, bahwa faktor keyakinan berada di peringkat 1 dengan nilai komposit sebesar 3.61, kemudian faktor selanjutnya yaitu pemahaman, kesadaran dan biaya. Dapat disimpulkan bahwa faktor yang paling dominan mempengaruhi minat pelaku usaha untuk mengajukan sertifikasi halal produk UMKM adalah faktor keyakinan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis pembahasan yang diuraikan pada bab-bab sebelumnya, serta hasil analisis pengujian data yang telah dilakukan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat pelaku UMKM untuk melakukan sertifikasi halal, berikut merupakan kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini:

1. Dari hasil penelitian, diketahui terdapat 4 faktor yang mempengaruhi minat pelaku UMKM untuk melakukan sertifikasi halal yaitu: faktor keyakinan, rasa keyakinan pelaku UMKM terhadap produk yang diproduksi sudah halal; faktor pemahaman, pemahaman UMKM terhadap sertifikasi halal; faktor kesadaran, kesadaran UMKM terhadap sertifikasi halal untuk memproduksi produk yang halal; faktor biaya, biaya pengajuan sertifikasi halal.

2. Faktor yang paling dominan mempengaruhi minat sertifikasi halal pada produk UMKM di Kota Balikpapan dari ke-empat faktor yang paling mempengaruhi adalah faktor keyakinan.

DAFTAR PUSTAKA

- A'yunin, A. Q. (2019). *Analisis Perbandingan Biaya Sertifikasi Halal Pada Industri Kecil Food Souvenir Kota Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Aditya, Tamara (2022) *Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Pada Mahasiswa Muslim Institut Teknologi Sumatera)*. Undergraduate Thesis, Uin Raden Intan Lampung.
- Akim, Neneng Konety, Chandra Purnama, Monita Hizma Adila. (2018). Pemahaman Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Jatinangor Terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 1, No. 1, April 20188, Hal 31-49
- Aliyudin, A., Abror, K., Khairuddin, K., & Hilabi, A. (2022). Sertifikasi Halal di MUI Lampung Pasca Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2014 Serta Problematika UMKM. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 3(2)
- Amiruddin, K. (2013). *Ekonomi Mikro Suatu Perbandingan Islam Dan Ekonomi Konvensional*. Alauddin University Press.
- Anandai, Wunta Arty. (2016). *Faktor-Faktor Pelaku Usaha Tidak Melakukan Sertifikasi Halal: Studi Pelaku Usaha Makanan Ceker Pedas di Kota Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Aziz, A., & Vui, C. N. (2012). The role of Halal awareness and Halal certification in influencing non-Muslim's purchasing intention. Paper presented at 3rd International Conference on Business and Economic Research (3rd ICBER 2012) Proceeding, 1819- 1830.
- Badan Pusat Statistik Sensus Penduduk 2020. Diakses pada tanggal 14 Januari 2022 <https://sensus.bps.go.id/main/index/sp2020>
- Bank Indonesia. (2021). *Memorabilia Mereka Peduli Bank Indonesia*. 1001 Pemikiran Akademisi, 288-289.
- Djuwita, Diana & Yusuf, Ayus Ahmad. (2018). *Tingkat Literasi Keuangan Syariah Di Kalangan UMKM Dan Dampaknya Terhadap Perkembangan Usaha*. Cirebon, IAIN Syekh Nurjati Vol. 10 (1)
- Farhan, A. (2018). Pelaksanaan Sertifikasi Halal Lppom Mui Terhadap Produk Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) (Studi LPPOM MUI Provinsi Bengkulu), *Manhaj: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat* Vo. 3 (1). DOI: <http://dx.doi.org/10.29300/mjppm.v3i1.2340>, g1949. <https://kaltim.bps.go.id/indicator/154/396/1/-jumlah-penduduk-menurut-agama-.html> (Diakses pada tanggal 2 Juni 2022)
- Huda, Nurul. 2012. *Pemahaman Produsen Makanan Tentang Sertifikasi Halal*. *Ishraqi*, Vol. 10 (1)
- Izzuddin, Ahmad. (2018). *Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner*. Universitas Muhammadiyah Jember, Vol. 3 No. 2 Juli 2018.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI Online). Diakses pada tanggal 18 April 2022 <https://kbbi.web.id/sadar>
- Kholidah, Nur. (2018). *Implementasi Pemahaman Konsumsi Islam Pada Perilaku Konsumen Muslim (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Pekalongan)*. Vol. 14 No. 1.
- Klementin Vida Arumni, "Pengaruh Gaya Hidup Brand Minded Dan Peran Kelompok Acuan Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung Berbasis Android," Skripsi Universitas Sanata Dharma, 2013, 1-96.
- Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika (LPPOM) Majelis Ulama Indonesia (MUI). Diakses pada tanggal 14 Januari 2022 <https://halalmui.org/mui14/main/page/e-halal-registration>
- Mairijani, M., Budiman, M. A., Fahmi, M. Y., & Nurhidayati, N. (2019, December). Sertifikasi Produk Halal Pada Industri Kecil Menengah di Kota Banjarmasin (Studi Kasus pada Abon Haruan Hj. Jamilah, Krupuk Haruan Mama Ozan dan Amplang Tenggara Rusmini). In *Proceeding of National Conference on Asbis*, Vol. 4, pp. 174-183.
- Muhammad dan Pelu, Ibnu Elmi As. (2014). *Labelisasi Halal*. Malang: Intrans Publishing.

- Muklis dan Sari, Septi Puspita. (2020). Tingkat Pemahaman Pelaku UMKM Terhadap Sertifikasi Halal Pada Produk Dodol di Desa Serdang Kulon Kabupaten Tangerang Banten. *Journal of Islamic* Vol. 01 No. 01 2020:21-31
- Naufal, M Faris. (2014). *Analisis Pengaruh Brand Awareness, Norma Subyektif, Keyakinan Label Halal Terhadap Brand Attitude Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Kosmetik Merek Wardah (Studi Kasus Pada Pelanggan Kosmetik Merek Wardah Di Kota Semarang)*. Undergraduate Thesis, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis.
- Novita, Riska Alvia. (2016). *Analisis Biaya Sistem Jaminan Halal Dengan Metode Deskriptif Kuantitatif Dan Prevention, Appraisal, Failure (Paf) (Studi Kasus Di Rumah Potong Ayam Mitra Karya Unggas, Batu)*. Sarjana thesis, Universitas Brawijaya.
- Nurani, N., Nursjanti, F., Munawar, F. (2020). Penyuluhan Sertifikasi Halal Bagi UMKM Jawa Barat Pada Situasi Pandemi Covid-19. *Madayani*, Vol. 1 (3), 126-139
- Nurdin, Muh. Syarif. (2020). Sertifikasi Produk Halal Oleh BPJPH DIY dengan Pendekatan Ekonomi Politik Perspektif Maqasid Syariah. Yogyakarta
- Nuri, Desi Rahma. (2021). *Analisis Rendahnya Minat Pemilik Rumah Makan Di Kota Jambi Untuk Melakukan Sertifikasi Halal*. SI thesis, Universitas Jambi.
- Poerwadaminta, W.J.S., 2006. Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi III. Jakarta: Balai Pustaka.
- Pramitasari, Talisa Rahma & Fatmawati, Indah. (2017). Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Produk Makanan Halal. *Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*, Vol 8, No 1 Maret 2017.
- Prawira, Ahmad Aqillah. (2019). *Pemodelan dan Desain Aplikasi Biaya Sertifikasi Halal Berbasis Web Pada Rumah Potong Ayam*. Sarjana thesis, Universitas Brawijaya.
- Prosedur Sertifikasi Halal MUI untuk Produk yang Beredar di Indoensia. Diakses pada tanggal 5 April 2022.
<https://www.halalmui.org/mui14/main/page/prosedur-sertifikasi-halal-mui-untuk-produk-yang-beredar-di-Indonesia>.
- Saleh, Abdul Rahman, dkk. Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam, Edisi I. Jakarta: Prenada Media, 2004.
- Sekaran, Uma, dan Roger Bougie. (2013). *Research Methods for Business* Edisi 4. Buku 2. Jakarta: Wiley
- Setyaningsih, Eka Dyah dan Marwansyah, Sofyan. (2019). “The Effect of Halal Certification and Halal Awareness through Interest in Decision on Buying Halal Food Products”. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Bina Sarana Informatika*, Vol. 3 No. 1 (Mei 2019), h.65.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV.
- Tawil, N. M., Ramlee, S., Jaafar, J., & Saat, F. M. (2015). *An overview of foodpreneur awareness among small and medium-sized enterprises (SME) of halal certification*. *Asian Social Science*, Vol. 11 (21), 91.
- Tjitroesmi, Endang dan Suhodo, Diah Setiari. (2014). Tingkat Pemahaman Produsen Terhadap Makanan Halal Dan Sertifikasi Halal. *Undang-undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta 1. Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagai-mana dimaksud dalam pasal 2 ayat (1) atau Pasal 49 ayat (1) dan ayat (2)*, 45.

PENGARUH PENGETAHUAN, KEAMANAN, DAN KEMUDAHAN TRANSAKSI TERHADAP MINAT NASABAH MILENIAL BANK SYARIAH INDONESIA DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN *CARDLESS WITHDRAWAL*

Nada Fajriastuti¹⁾, Ady Arman ²⁾

¹⁾Nada Fajriastuti, nada.fajriastuti.ak18@mhs.wpnj.ac.id, JL Dedet No 5 A Beji Timur

²⁾Ady Arman, armanady@yahoo.com, Indonesia

Politeknik Negeri Jakarta, Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, Kukusan, Kecamatan Beji, Kota Depok, Jawa Barat 16424

ABSTRACT

This study aims to examine how much influence knowledge, security, and ease of transactions have on the interest of Bank Syariah Indonesia millennial customers in using cardless cash withdrawals. This study uses a quantitative approach with the sampling method using a questionnaire. Data measurement was carried out with the help of SPSS version 22 software. The results of this study indicate that knowledge, security, and ease of transactions have a significant effect on the interest of Bank Syariah Indonesia millennial customers in using cardless cash withdrawal services. The interest of Bank Syariah Indonesia millennial customers is very high so that Bank Syariah Indonesia is expected to be able to provide equitable socialization to the community, especially Indonesian Syariah Bank customers regarding the latest features that can be used and can provide education to the public, especially customers regarding the use of cardless cash withdrawal services so that customers can use the service properly.

Keywords: *Cardless Withdrawal; Knowledge; Security; Transaction Convenience*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh pengetahuan, keamanan, dan kemudahan transaksi terhadap minat nasabah milenial Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan layanan tarik tunai tanpa kartu. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan metode pengambilan sampel menggunakan kuesioner. Pengukuran data dilakukan dengan bantuan Software SPSS version 22. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan, keamanan, dan kemudahan transaksi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah milenial Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan layanan tarik tunai tanpa kartu. Minat nasabah milenial Bank Syariah Indonesia sangat tinggi sehingga pihak Bank Syariah Indonesia diharapkan mampu memberikan sosialisasi yang merata kepada masyarakat khususnya nasabah Bank Syariah Indonesia terkait fitur-fitur terbaru yang dapat digunakan serta dapat memberikan edukasi kepada masyarakat khususnya nasabah terkait penggunaan layanan tarik tunai tanpa kartu agar nasabah dapat menggunakan layanan tersebut dengan baik.

Kata Kunci: *Tarik Tunai Tanpa Kartu; Pengetahuan; Keamanan; Kemudahan Transaksi; Bank Syariah*

PENDAHULUAN

Berdasarkan riset dari Mc. Kinsey and Co yang dilansir pada CNBC Indonesia 2019, pertumbuhan pengguna perbankan digital di Indonesia melesat selama 3 tahun terakhir. Pengguna perbankan digital di Indonesia pada tahun 2017 merupakan yang tertinggi di Asia. Pesatnya perbankan digital dalam negeri disebabkan oleh pengguna smartphone di Indonesia yang mencapai 124 juta orang. Peran teknologi yang berkembang pesat harus dimanfaatkan secara cermat dan tepat oleh perbankan khususnya bank syariah.

Beberapa bank syariah juga telah mengembangkan layanan digital dengan pemanfaatan digitalisasi perbankan seperti *automatic teller machine*, *mobile banking*, *internet banking*, *phone banking* dan *sms banking*. Fitur setor tunai, tarik tunai tanpa kartu menjadi inovasi yang dikembangkan dari *automatic teller machine/ATM* dan *Mobile banking*. ATM dan *Mobile banking* juga mulai menawarkan fitur *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*, fitur *Top up*, pembayaran dan fitur lainnya yang semakin memuaskan nasabahnya.

Di dunia serba digital, industri perbankan terus berinovasi dengan meluncurkan digitalisasi perbankan yang memudahkan para nasabahnya dalam melakukan transaksi tanpa menggunakan kartu ATM. *Cardless Withdrawal* atau tarik tunai tanpa kartu ini adalah salah satu kecanggihan teknologi dari aplikasi *mobile banking* pada smartphone. Fitur ini memberikan banyak manfaat dan kemudahan yang ditawarkannya menjadikan transaksi lebih aman dan efisien serta mengurangi risiko kartu tertelan dan kartu rusak.

Setidaknya 30 juta anak-anak dan remaja di Indonesia merupakan pengguna internet, dan media digital saat ini menjadi pilihan utama saluran komunikasi yang mereka gunakan. Penggunaan media sosial dan digital menjadi bagian yang menyatu dalam kehidupan sehari-hari anak muda Indonesia. Studi ini menemukan bahwa 98 persen dari anak-anak dan remaja yang disurvei mengetahui tentang internet dan bahwa 79,5 persen diantaranya adalah pengguna internet (kominfo.go.id).

Tidak dapat dipungkiri bahwa nasabah milenial merupakan salah satu kelompok yang banyak menggunakan digitalisasi perbankan. Hal ini didukung dengan tidak sedikit pelanggan milenial yang menggunakan aplikasi perbankan, *financial technology*, layanan belanja online, aplikasi layanan pembayaran, dompet digital, dan layanan online lainnya. Dengan layanan ATM digital, *mobile banking* dan *internet banking*, nasabah milenial dapat dengan mudah melakukan segala jenis transaksi perbankan. Nasabah milenial tidak perlu datang langsung ke bank terkait, sehingga menghabiskan banyak waktu di bank. Pelanggan dapat dengan mudah melakukan transaksi ini hanya dengan menggunakan perangkat seluler.

Penelitian Delila Sari menghasilkan bahwa layanan tarik tunai tanpa kartu dapat dikatakan kurang memudahkan, kurang mempercepat dan *realtime* karena masih banyak mahasiswa yang belum mengetahui adanya layanan tarik tunai tanpa kartu. Perkembangan penggunaan layanan *mobile banking* yang didorong dengan perkembangan teknologi menunjukkan peningkatan. Fitur layanan transaksi *Cardless Withdrawal* yang belum diketahui oleh nasabah milenial menimbulkan kesenjangan ditengah peningkatan perkembangan teknologi perbankan. Dengan demikian penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Keamanan, Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Minat Nasabah Milenial Bank Syariah Indonesia Dalam Menggunakan Layanan *Cardless Withdrawal*”.

Penelitian ini bertujuan Untuk menguji seberapa besar pengaruh variabel dependen yaitu variabel pengetahuan, keamanan dan kemudahan transaksi terhadap minat nasabah milenial Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan layanan *Cardless Withdrawal*.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Notoatmodjo dalam Yuliana (2017), “pengetahuan adalah hasil penginderaan manusia, atau hasil tahu seseorang terhadap objek melalui indera yang dimiliki (mata, hidung, telinga, dan sebagainya). Jadi pengetahuan adalah berbagai macam hal yang diperoleh oleh seseorang melalui panca indera”.

Sedangkan menurut Suriasumantri dalam Nurroh (2017) “Pengetahuan adalah suatu hasil tau dari manusia atas penggabungan atau kerjasama antara suatu subjek yang mengetahui dan objek yang diketahui. Segenap apa yang diketahui tentang sesuatu objek tertentu”. Pengetahuan konsumen merupakan ilmu dan informasi yang dimiliki oleh individu untuk produk tertentu dan pengetahuan lain yang berkaitan dengan sifat dan fitur untuk individu.

Variabel selain dari pengetahuan yaitu kemanan. Keamanan dalam sebuah transaksi perbankan sangat diutamakan. Park dan Kim dalam Permatasari (2016:311) “medefinisikan keamanan atau security sebagai kemampuan online dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan keamanan atas transaksi data. Jaminan keamanan berperan penting dalam pembentukan kepercayaan dengan mengurangi perhatian konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang mudah rusak. Ketika level jaminan keamanan dapat diterima dan bertemu dengan harapan konsumen, maka seorang konsumen mungkin akan bersedia membuka informasi pribadinya dan akan membeli dengan perasaan aman. informasi adalah cara yang dapat kita lakukan untuk mencegah mendeteksi penipuan (fraud) atau setidaknya penipuan dalam sistem berbasis informasi, informasi itu sendiri tidak memiliki arti fisik”.

Keamanan yang tinggi akan mempengaruhi tingginya minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* karena para nasabah merasa aman dalam menggunakan *mobile banking*. Keamanan saat menggunakan *mobile banking* adalah salah satu faktor utamanya yang disukai pelanggan dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

Pihak perbankan sebagai penyedia layanan *mobile banking* harus menyediakan teknologi untuk menjamin kerahasiaan informasi dari orang-orang tidak bertanggung jawab. Keamanan *mobile banking* harus ada pemantauan dan keamanan yang akan terus ditingkatkan agar lebih banyak pelanggan yang dapat menggunakan *mobile banking* dengan nyaman dan andal.

Disisi lain, kemudahan transaksi pasti dapat menarik perhatian nasabah. Penggunaan layanan perbankan secara *online* tentu mengandalkan kemudahan di setiap transaksinya agar nasabah dapat menggunakan nya dengan efektif.

Kemudahan - kemudahan yang diberikan Islam adalah kemudahan yang paling sempurna. Betapa bahagiannya menjadi seorang muslim karena segala sesuatunya adalah kebaikan. Agama Islam selalu memudahkan segala urusan umat-Nya. Sebagaimana Allah SWT telah berfirman:

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ ٥

Artinya: “Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu

(QS Al-Baqarah 2:185)”.

Sebagaimana yang Allah SWT katakan dalam firman-Nya, bahwa Allah SWT tidaklah menghendaki kesulitan bagi umat-Nya, dan menghendaki kemudahan dalam berbagai segi kehidupan. Dalam hal ini kemudahan yang Allah SWT berikan berbentuk kemudahan dalam bertransaksi. Teknologi perbankan yang semakin mempermudah kegiatan transaksi manusia merupakan salah satu kehendak Allah SWT. Menurut Davis dalam Silvia (2014: 11) “pengertian kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai keyakinan seseorang bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya”. Disimpulkan bahwa pengertian kemudahan penggunaan *mobile banking* merupakan hal yang mudah dan tidak membutuhkan banyak usaha dari pemakainya.

Variabel Independen atau terikat pada penelitian ini adalah minat generasi milenial. Menurut Anwar (2013:34) “Minat yang kuat dari seorang konsumen tentu saja tidak muncul begitu saja. Kemunculan terjadi setelah melewati beberapa tahap, misalnya bagaimana konsumen melewati tahap perhatian lalu berlanjut ke tahap minat lebih jauh lagi bahwa konsumen tersebut bisa menuju ke tahap kehendak”. Al-Quran juga menggambarkan keinginan, kesukaan, minat, hasrat dan cita-cita manusia dalam kehidupan di dunia. Supaya tercapai tujuan, manusia dituntut untuk bekerja keras dan berjuang.

Menurut Assael (2013: 53) “minat beli konsumen (*intention to buy*) adalah sebagai berikut: *Intention to buy, once brands are evaluated the consumer intends to purchase brands achieving the highest level of expected satisfaction*. Pengertian minat beli konsumen di atas mengkondisikan bahwa minat beli konsumen timbul dan terbentuk setelah konsumen melakukan evaluasi terlebih dahulu terhadap sesuatu merek dan akan melakukan pembelian terhadap merek yang dapat memberikan tingkat paling tinggi dari kepuasan yang diharapkan”.

Sikap yang berlangsung secara terus menerus dalam kurun waktu tertentu, sehingga menjadikan seorang individu lebih selektif terhadap objek yang diminatinya, perasaan, pekerjaan, aktivitas, objek yang paling berharga ataupun menjadikan individu semakin termotivasi, yang membawa individu menuju kearah tertentu merupakan reaksi dari minat seseorang.

Minat adalah dorongan yang datang dari dalam diri untuk membangkitkan keinginan seseorang untuk melakukan hal-hal tertentu sehingga menuntutnya mengambil keputusan. Penelitian ini menggunakan nasabah milenial Bank Syariah Indonesia sebagai objek penelitian. Menurut Saladin (2012) “nasabah adalah konsumen-konsumen sebagai penyedia dana”. Sedangkan menurut Tjiptono (2016) “Pengertian nasabah adalah setiap orang yang membeli dan menggunakan produk atau jasa perusahaan”.

Menurut Yuswohady dalam artikel Millennial Trends (2016) Generasi milenial (Millennial Generation) adalah generasi yang lahir dalam rentang waktu awal tahun 1980 hingga tahun 2000. Generasi ini sering disebut juga sebagai Gen-Y, Net Generation, Generation WE, Boomerang Generation, Peter Pan Generation, dan lain-lain. Mereka disebut generasi milenial karena merekalah generasi yang hidup di pergantian milenium. Secara bersamaan di era ini teknologi digital mulai merasuk ke segala sendi kehidupan.

No.	Generation	Birth Years
1	<i>Lost</i>	1883 – 1900
2	<i>G.I.</i>	1901 – 1924
3	<i>Silent</i>	1925 – 1942
4	<i>Boom</i>	1943 – 1960
5	<i>X</i>	1961 – 1981
6	<i>Millennial</i>	1982 – 2002

Tabel 1 Tabel Perbandingan Generasi

Saat ini, perubahan gaya hidup konsumen sangat terasa pada generasi modern atau yang biasa disebut dengan millennials. Milenial adalah generasi modern yang hidup pada pergantian milenium. Pada saat yang sama, di era ini, teknologi digital mulai merambah ke segala aspek kehidupan. Milenial atau, juga dikenal sebagai Generasi Y, lahir antara tahun 1980 dan 2000. Jadi milenial adalah generasi muda masa kini dan berusia 20-42 tahun. Rentang usia sesuai dengan usia rata-rata siswa yang sedang belajar di universitas dan berusia sekitar 19-30 tahun.

Terkhusus untuk nasabah Bank Syariah Indonesia dengan rentang usia 20-40 tahun. Bank Islam atau selanjutnya disebut Bank Syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank syariah adalah lembaga keuangan yang kegiatan operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Quran dan Hadis Nabi Muhammad SAW. Dengan kata lain, Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam.

Menurut Ali (2010) Bank syariah adalah suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk kegiatan lainnya sesuai dengan hukum islam. Selain itu, bank syariah biasa di sebut *Islamic banking* atau *interest fee banking*, yaitu suatu sistem perbankan dalam pelaksanaan operasional tidak menggunakan sistem bunga (*riba*), spekulasi (*maisir*), dan ketidakpastian atau ketidakjelasan (*gharar*).

Bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan Prinsip-Prinsip Syariah.

Implementasi prinsip syariah inilah yang menjadi pembeda utama dengan bank konvensional. Pada intinya prinsip syariah tersebut mengacu kepada syariah Islam yang berpedoman utama kepada Al Quran dan Hadist. (ojk.go.id).

Kesimpulannya bank syariah adalah Lembaga atau perusahaan jasa yang usaha pokoknya meliputi pembiayaan, lalu lintas pembayaran dan transaksi keuangan dimana setiap transaksi yang dilakukan dalam bank syariah harus menggunakan prinsip-prinsip Islam. Bank syariah memiliki landasan hukum yang utama adalah Al-Qur'an karena dalam Al-Qur'an telah dijelaskan aturan-aturan dan unsur-unsur yang tidak diperbolehkan dalam transaksi di bank syariah.

Keterlibatan nasabah milenial Bank Syariah Indonesia dalam penggunaan layanan *cardless withdrawal*. *Cardless withdrawal* merupakan layanan teknologi baru yang memberikan kemudahan tertinggi. Nasabah menggunakan teknologi *smartphone* yang dapat di tarik tunai dari akun *mobile banking*. Saat ingin menarik di ATM tanpa kartu, aplikasi dapat menghasilkan semacam kunci autentikasi, seperti kode OTP yang nanti dapat memasukkannya di *mobile banking*. Setelah memasukkan kunci masukkan dan cek kembali kata sandi sehingga ATM akan memproses transaksi dan mengeluarkan uang tunai tanpa memasukkan kartu bank fisik.

Mayoritas lembaga keuangan menggunakan *Cardless Withdrawal* untuk membantu meningkatkan layanan nasabah. Melalui teknologi ini, tarik uang tunai lebih cepat dan efisien, dan menghemat biaya transaksi. Keunggulan dari perspektif penghematan biaya, fitur ini menghilangkan kebutuhan pelanggan untuk membayar biaya transaksi.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan penelitian yang spesifikasinya sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitian, baik tentang tujuan penelitian, subjek penelitian, objek penelitian, sampel data, sumber data, maupun metodologinya. Objek dalam penelitian ini adalah minat penggunaan layanan *Cardless Withdrawal* bagi nasabah milenial Bank Syariah Indonesia.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Metode ini menggunakan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti untuk memilih sampel. Sedangkan penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow (1997).

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif, yaitu data berupa angka- angka. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data primer dan Data Sekunder. Dalam penelitian ini sumber data primer berasal dari nasabah milenial bank syariah yang telah menggunakan dan belum menggunakan layanan *Cardless Withdrawal* yang bersedia dijadikan sebagai responden, yang dibagikan dalam bentuk kuesioner/angket. Data sekunder diperoleh dari kajian pustaka, buku, jurnal-jurnal dan lainnya mengenai *Cardless Withdrawal*.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Std Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.203	1.520		.791	.430
PENGETAHUAN	.287	.098	.209	2.933	.004
KEAMANAN	.510	.140	.285	3.647	.000
KEMUDAHAN TRANSAKSI	.961	.170	.443	5.656	.000

a. Dependent Variable: MINAT NASABAH MILENIAL

Tabel 2 Hasil Uji Parsial (Uji T)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pada tabel 2 maka dapat diketahui bahwa uji signifikansi parsial atau uji t dari masing-masing variabel adalah variabel pengetahuan (X1) yaitu $t_{hitung} = 2,933 > t_{tabel} 1,980$ (df = 125-4 = 121) dengan nilai signifikansi $0,004 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh terhadap minat nasabah milenial dalam menggunakan layanan *cardless withdrawal*.

Hasil uji parsial atau uji t untuk variabel keamanan (X2) yaitu $t_{hitung} = 3,647 > t_{tabel} 1,980$ (df = 125-4 = 121) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel keamanan berpengaruh terhadap minat nasabah milenial dalam menggunakan layanan *cardless withdrawal*.

Hasil uji parsial atau uji t untuk variabel kemudahan transaksi (X3) yaitu $t_{hitung} = 5,656 > t_{tabel} 1,980$ (df = 125-4 = 121) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kemudahan transaksi berpengaruh terhadap minat nasabah milenial dalam menggunakan layanan *cardless withdrawal*.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2448.726	3	816.242	104.612	.000 ^b
	Residual	944.106	121	7.803		
	Total	3392.832	124			

a. Dependent Variable: MINAT NASABAH MILENIAL

b. Predictors: (Constant), KEMUDAHAN TRANSAKSI, PENGETAHUAN, KEAMANAN

Tabel 3 Hasil Uji Simultan (Uji F)

Berdasarkan tabel 3 maka dapat diketahui bahwa uji signifikansi simultan atau uji F menghasilkan perhitungan statistic yang menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} = 104,612 > F_{tabel} 2,68$ ($df = 125-4 = 121$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan atau secara Bersama-sama variabel pengetahuan (X1), keamanan (X2), dan kemudahan transaksi (X3) memiliki pengaruh terhadap minat nasabah milenial dalam menggunakan layanan *cardless withdrawal*.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.850 ^a	.722	.715	2.79330

a. Predictors: (Constant), KEMUDAHAN TRANSAKSI, PENGETAHUAN, KEAMANAN

Tabel 4 Hasil Koefisien Determinasi

Berdasarkan tabel 4 hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*R square*) yang diperoleh yaitu sebesar 0,722. Artinya 72,2% minat nasabah milenial dalam menggunakan layanan *cardless withdrawal* dipengaruhi oleh variabel independen yaitu pengetahuan (X1), keamanan (X2), dan kemudahan transaksi (X3). Sedangkan sisanya yaitu sebesar 27,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti pengaruh promosi, manfaat, kepercayaan, dan lain sebagainya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan menggunakan software SPSS version 22, maka diperoleh kesimpulan pada pengujian tentang pengaruh pengetahuan, keamanan, dan kemudahan transaksi terhadap minat nasabah milenial bank syariah Indonesia dalam menggunakan layanan *cardless withdrawal*.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah minat nasabah milenial Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan layanan *Cardless Withdrawal* dipengaruhi oleh variabel pengetahuan, keamanan dan kemudahan transaksi. Pengujian diperlukan untuk menunjukkan apakah satu variabel dapat mempengaruhi variabel yang lain. Dalam penelitian ini, penulis menjalankan serangkaian tes untuk menemukan dan memahami hubungan dan pengaruh antar variabel.

Hasil pengujian dari variabel pengetahuan (X1) menyatakan bahwa secara parsial pengetahuan (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah milenial Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan layanan *Cardless Withdrawal*. Artinya apabila pengetahuan seseorang semakin baik maka akan semakin baik pula minat dalam menggunakan layanan *Cardless Withdrawal*.

Hasil pengujian dari variabel keamanan (X2) menyatakan bahwa secara parsial keamanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah milenial Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan layanan *Cardless Withdrawal*. Artinya apabila keamanan semakin baik maka akan semakin baik pula minat dalam menggunakan layanan *Cardless Withdrawal*.

Hasil pengujian dari variabel kemudahan transaksi (X3) menyatakan bahwa secara parsial kemudahan transaksi (X3) berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah milenial Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan layanan *Cardless Withdrawal*. Artinya apabila kemudahan transaksi semakin baik maka akan semakin baik pula minat dalam menggunakan layanan *Cardless Withdrawal*.

Hasil pengujian dari variabel pengetahuan (X1), keamanan (X2), dan kemudahan transaksi (X3) menyatakan bahwa secara simultan pengetahuan (X1), keamanan (X2), dan kemudahan transaksi (X3) berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah milenial Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan layanan *Cardless Withdrawal*. Artinya apabila pengetahuan (X1), keamanan (X2), dan kemudahan transaksi (X3) semakin baik maka akan semakin baik pula minat dalam menggunakan layanan *Cardless Withdrawal*.

Sedangkan, dalam hasil penelitian ini terdapat hasil dari uji koefisien determinasi dimana besar nilai dari R² (R square) sebesar 0,722. Artinya 72,2% minat nasabah milenial dalam menggunakan layanan *cardless withdrawal* dipengaruhi oleh variabel independen yaitu pengetahuan (X1), keamanan (X2), dan kemudahan transaksi (X3). Sisanya yaitu sebesar 27,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran yang dapat penulis sampaikan kepada peneliti selanjutnya adalah apabila akan meneliti topik terkait *Cardless Withdrawal* disarankan agar menambahkan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat nasabah milenial dalam menggunakan layanan *Cardless Withdrawal*. Misalnya seperti faktor promosi, faktor persepsi manfaat, dan faktor loyalitas. Serta penelitian selanjutnya disarankan agar lebih spesifik dalam menentukan populasi dan sampel dengan sebuah kriteria yang diajukan. Salah satunya dengan cara memilih wilayah cakupan yang lebih spesifik dan menentukan bank apa dan cabang mana yang akan menjadi fokus penelitian agar sampel yang didapatkan lebih spesifik.

Saran yang dapat penulis sampaikan kepada pihak Bank Syariah Indonesia adalah sosialisasi yang merata kepada masyarakat khususnya nasabah Bank Syariah Indonesia terkait fitur-fitur terbaru yang dapat digunakan. Pemberian edukasi kepada masyarakat khususnya nasabah terkait penggunaan layanan *cardless withdrawal* agar nasabah dapat menggunakan layanan tersebut dengan baik. Pihak Bank Syariah Indonesia bisa memperluas jangkauan promosi agar layanan *cardless withdrawal* dapat digunakan oleh lebih banyak nasabah Bank Syariah Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Carlson, E. (2008). *The lucky few between the greatest generation and the baby boom*. USA: Springer.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Hal 160
- Howe, N. dan Strauss, W. (2000). *Millennials Rising: The Next Great Generation*. New York: Vintage Books.
- John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen Jilid I*, (Jakarta: PT. Penerbit Erlangga, 2002) hal.135
- John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen Jilid I*, (Jakarta: PT. Penerbit Erlangga, 2002) hal.337
- Kementerian Agama RI. (2022). *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. <https://quran.kemenag.go.id/>
- KOMINFO, P. (2014, 2). *Siaran Pers No. 17/PIH/Kominfo/2/2014 tentang Riset Kominfo Dan UNICEF Mengenai Perilaku Anak Dan Remaja Dalam Menggunakan internet*. Website Resmi Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. https://kominfo.go.id/content/detail/3834/siaran-pers-no-17pihkominfo22014-tentang-rise-t-kominfo-dan-unicef-mengenai-perilaku-anak-dan-remaja-dalam-menggunakan-internet/0/siaran_pers
- Lemeshow, 1997, *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*, Yogyakarta, UGM
- Mannheim, K. (1952). The problem of generation . *Essays on the Sociology of Knowledge*, 276-322. Diambil dari <http://marcuse.faculty.history.ucsb.edu/classes/201/articles/27MannheimGenerations.pdf>.
- Notoatmodjo. (2017). *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*, (Jakarta: PT Rineka Cipta).
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Prinsip dan Konsep Dasar Perbankan Syariah*. Konsep Dasar dan Prinsip-Prinsip Syariah. Tentang Syariah (ojk.go.id). Diakses pada 29 Maret 2022.
- Permatasari. (2016). *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Resiko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Semarang: Universitas Dian Nuswantoro
- Phothikitti, K. (2020). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Menggunakan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) Tanpa Kartu*. Jurnal Internasional Ekonomi dan Administrasi Bisnis, 8(3), 40-56.
- Pilcher, J. (2017). *Women of Their Time: Generation, Gender Issues and Feminism*. New York, NY: Routledge.
- Sari, D. (2021). *Analisis Penggunaan Mobile Banking Bagi Nasabah Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan)*. (Skripsi Sarjana, Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, 2021) Diakses dari <http://etd.iain-padangsidimpuan.ac.id/6556/1/1640100062.pdf>.

- Silvia. 2014. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Ahmad Yani Makassar*. Jurnal Ekonomi, Vol. 2, No. 1, 1-17
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV. Hal 275
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV. Hal 250
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV. Hal 60
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV. Hal 142
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV. Hal 275
- Suharyadi dan Purwanto. (2009). *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Jakarta: Salemba Empat. Hal 15-16
- Sujarweni, V Wiratna. (2016). *Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi dengan SPSS*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press. Hal 232
- Sulhan. (2009). *Panduan praktis SPSS Untuk Manajemen (Keuangan, SDM, Pemasaran)*. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Malang. Hal 15-16
- Sulhan. (2009). *Panduan praktis SPSS Untuk Manajemen (Keuangan, SDM, Pemasaran)*. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Malang. Hal 16
- Sulhan. (2009). *Panduan praktis SPSS Untuk Manajemen (Keuangan, SDM, Pemasaran)*. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Malang. Hal 24
- Widjana, Mahardika Aditya. (2010). *Determinan Faktor Penerimaan terhadap Internet Banking pada Nasabah Bank di Surabaya*. Tesis. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas.
- Yuliana. (2017). *Faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan*. Jakarta.
- Yuswohady. (2017). *Millennial Trends 2016*. from <https://www.yuswohady.com/2016/01/17/millennial-trends-2016/>

**PROSIDING
SEMINAR NASIONAL AKUNTANSI DAN MANAJEMEN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**Analisis Perbandingan Model Prediksi Kebangkrutan Dini Terhadap Bank di Indonesia
dengan Kriteria KBMI 2 Periode 2015-2020**

Sandro Azarya¹⁾, Mia Andika Sari²⁾

¹⁾ Politeknik Negeri Jakarta, sandro.azarya.ak18@mhs.pnj.ac.id, Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, 16425, Depok, Indonesia

²⁾ Politeknik Negeri Jakarta, mia.andikasari@akuntansi.pnj.ac.id, Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, 16425, Depok, Indonesia

ABSTRACT

This study aims to find out the most appropriate method to measure the bankruptcy of conventional commercial banks in Indonesia, especially for banks with KBMI (Bank Group based on Core Capital) in the 2nd place in 2015-2020. This is done by calculating bankruptcy and testing the accuracy of the existing model for the bankruptcy of Conventional Commercial Banks in Indonesia so that it can determine which model is the best for measuring bankruptcy. To obtain the data in this study, the authors used bank financial statements with KBMI 2 criteria where the report is available on the official website of the Indonesia Stock Exchange in 2015-2020. This study uses purposive sampling analysis techniques. Based on the results of the research conducted, the best method for measuring bank bankruptcy KBMI II (Bank group based on core capital) with a core capital of Rp 6 trillion-14 trillion is the Grover method because it is able to detect 47 samples, with an accuracy of 97.9% and the ratio used in Grover's method has a significant effect on bank bankruptcy with KBMI II

Keywords: Bankruptcy, Grover, Altman, Zmijewski .

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui metode yang paling tepat untuk mengukur kebangkrutan Bank Umum Konvensional di Indonesia terkhusus pada bank dengan KBMI (Kelompok Bank berdasarkan Modal Inti) urutan ke 2 tahun 2015-2020. Hal tersebut dilakukan dengan cara menghitung kebangkrutan serta menguji keakuratan model yang ada terhadap kebangkrutan Bank Umum Konvensional di Indonesia sehingga dapat menentukan model mana yang terbaik untuk mengukur kebangkrutan. Untuk mendapatkan data dalam penelitian ini, penulis menggunakan laporan keuangan Bank dengan kriteria KBMI 2 dimana laporan tersebut tersedia di *website* resmi Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2020. Penelitian ini menggunakan teknik analisis Purposive sampling. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, metode terbaik untuk mengukur kebangkrutan bank KBMI II (Kelompok bank

¹ Sandro Azarya. E-mail: sandro.azarya.ak18@mhs.pnj.ac.id

berdasarkan modal inti) dengan modal inti Rp 6 triliun-14 triliun yaitu metode Grover karena mampu mendeteksi 47 sampel, dengan keakuratan 97,9% dan rasio yang digunakan dalam metode Grover berpengaruh signifikan terhadap kebangkrutan bank dengan KBMI II

Kata-Kata Kunci: Kebangkrutan, Grover, Alman, Zmijewski

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dalam dunia modern sekarang ini, peranan perbankan dalam memajukan perekonomian suatu negara sangatlah besar, oleh karena itu perbankan sering disebut sebagai gambaran roda perekonomian suatu negara (Baroroh, 2012). Secara sederhana bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat, serta memberikan jasa-jasa bank lainnya. Peranan penghubung lembaga perbankan sangat berpengaruh pada pertumbuhan perekonomian suatu negara, contohnya ketika terjadi penurunan jumlah kredit yang disalurkan mengakibatkan sikap kehati-hatian dari pihak bank, secara tidak langsung akan terjadi perlambatan pertumbuhan ekonomi di suatu negara.

Seperti yang telah diketahui adanya pandemi dari Covid 19, tahun 2020 Indonesia mengalami penurunan PDB yang cukup besar sehingga dikutip dari laman kompas.com, Kepala Badan Pusat Statistik, Suhariyanto mengatakan bahwa Indonesia resmi memasuki resesi. Dikutip dari laman Forbes, 15 Juli 2020, ekonom Julius Shiskin mendefinisikan pengertian resesi adalah penurunan PDB yang terjadi selama dua kuartal berturut-turut. Hal ini terjadi lantaran penurunan signifikan dalam kegiatan ekonomi yang berlangsung selama berbulan-bulan atau bahkan bertahun-tahun.

Melihat adanya rentabilitas, efisiensi dan permodalan yang mengalami perubahan hal ini menjadi pengganggu bagi perusahaan perbankan. Terganggunya aktivitas bisnis suatu perusahaan menyebabkan perusahaan kehilangan pendapatannya dan bahkan terancam tidak mampu untuk menjaga keberlanjutan perusahaan. Kondisi perekonomian secara umum dan kondisi perbankan secara khusus masih rentan terhadap krisis dapat menyebabkan tingginya risiko usaha, jika bank tidak mampu memperhatikan kinerja keuangannya dengan menyesuaikan situasi perekonomian yang ada, hal tersebut akan mengalami penurunan laba dan aset atau kesulitan keuangan yang pada akhirnya terjadi kebangkrutan (Hapsari, 2012). Kondisi perekonomian di Indonesia yang masih belum menentu mengakibatkan tingginya risiko suatu perusahaan untuk mengalami kesulitan keuangan atau bahkan kebangkrutan. Kesalahan prediksi terhadap kelangsungan operasi suatu perusahaan di masa yang akan datang dapat berakibat fatal yaitu kehilangan pendapatan atau investasi yang telah ditanamkan pada suatu perusahaan. Oleh karena itu, mendeteksi kebangkrutan perusahaan lebih awal akan lebih baik, hal ini dapat berguna untuk investor dan para kreditur (lembaga keuangan) serta pemerintah yang dapat melakukan langkah-langkah antisipasi agar tidak berdampak sistemik terhadap perekonomian Indonesia (Theodorus & Artini, 2018).

Berdasarkan beberapa penelitian yang telah dilakukan, ada diantaranya yang tidak sejalan dengan penelitian yang lainnya. Hal ini menjadi perhatian penulis, bahwa ternyata setiap metode tidak selalu menghasilkan hasil akhir yang sama untuk keakuratan masing masing metode. Maka dari itu penulis ingin menguji kebangkrutan dini terhadap bank dan menguji setiap metode, apakah setiap metode yang diciptakan mampu untuk mengukur kebangkrutan bank dan menentukan metode yang paling terbaik untuk mengukur kebangkrutan.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, diketahui adanya penelitian penelitian yang mendapatkan nilai atau hasil yang berbeda beda disebabkan karena karakteristik yang berbeda dalam setiap penelitian mengenai *financial distress* pada perusahaan perbankan di Indonesia. Selain itu kondisi perekonomian di Indonesia yang masih belum menentu mengakibatkan tingginya risiko suatu perusahaan untuk mengalami kesulitan keuangan atau bahkan kebangkrutan terutama dengan adanya tahun 2020

dimana Indonesia mengalami resesi yang pastinya akan menimbulkan hasil yang berbeda dari penelitian ini dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui hasil dari setiap metode yang dipakai untuk mengukur kebangkrutan bank konvensional di Indonesia terkhusus Bank dengan KBMI 2 tahun 2015-2020.
2. Untuk mengetahui metode yang paling tepat dalam mengukur kebangkrutan bank konvensional di Indonesia terkhusus Bank dengan KBMI 2 tahun 2015-2020

TINJAUAN PUSTAKA

Kebangkrutan Perusahaan

Kebangkrutan merupakan posisi terpuruknya sebuah perusahaan yang sangat dihindari, karena kelalaian manajemen perusahaan dalam menindaklanjuti permasalahan keuangan yang terjadi. Kesulitan usaha merupakan kondisi kontinum mulai dari kesulitan keuangan yang ringan (seperti masalah likuiditas), sampai pada kesulitan yang lebih serius, yaitu tidak solvabel (utang lebih besar dibandingkan dengan aset). Kebangkrutan merupakan kegagalan perusahaan dalam menjalankan operasi perusahaan untuk menghasilkan laba dan kondisi dimana perusahaan tidak mampu lagi untuk melunasi kewajibannya (Amaliah, 2022). Menurut Lesmana dalam Pratiwi (2019) kebangkrutan adalah ketidakpastian mengenai kemampuan atas suatu perusahaan untuk melanjutkan kegiatan operasinya jika kondisi keuangan yang dimiliki mengalami penurunan. Pada situasi tertentu, perusahaan mungkin akan mengalami kesulitan keuangan. Jika tidak diselesaikan dengan benar, kesulitan keuangan kecil dapat berkembang menjadi lebih besar dan akan sampai pada kebangkrutan.

Kelompok Bank Berdasarkan Modal Inti (KBMI)

Berdasarkan Peraturan OJK nomor 12/POJK. 03/2021 yang terbit, dijelaskan KBMI merupakan pengelompokan bank yang didasarkan pada modal inti yang dimiliki. Bank dikelompokkan menjadi empat KBMI sama seperti BUKU, namun untuk besaran modal inti tiap kelasnya berbeda. Secara teknis, modal inti merupakan modal bank yang terdiri dari modal disetor, modal sumbangan, cadangan yang dibentuk dari laba setelah pajak dan laba yang diperoleh setelah pajak. Berdasarkan Modal Inti, Bank dikelompokkan menjadi 4 (empat) KBMI:

1. KBMI 1 yaitu modal Inti sampai dengan Rp6.000.000.000.000,00 (enam triliun rupiah).
2. KBMI 2 yaitu modal Inti lebih dari Rp6.000.000.000.000,00 (enam triliun rupiah) sampai dengan Rp14.000.000.000.000,00 (empat belas triliun rupiah).
3. KBMI 3: Modal Inti lebih dari Rp14.000.000.000.000,00 (empat belas triliun rupiah) sampai dengan Rp70.000.000.000.000,00 (tujuh puluh triliun rupiah).
4. KBMI 4: Modal Inti lebih dari Rp70.000.000.000.000,00 (tujuh puluh triliun rupiah).

Sebagai panduan, pengelompokan berdasarkan BUKU jika dikaitkan dengan KBMI, dapat menjadi:

1. BUKU 1 dapat disetarakan dengan KBMI 1;
2. BUKU 2 dapat disetarakan dengan KBMI 1;
3. BUKU 3 dapat disetarakan dengan KBMI 2 atau KBMI 3; dan
4. BUKU 4 dapat disetarakan dengan KBMI 3 atau KBMI 4.

Metode Grover

Metode Grover diciptakan oleh Jeffrey S. Metode ini merupakan perkembangan, dan penilaian ulang terhadap model Altman (Prihanthini & Sari, 2013). Metode ini memiliki rumus sebagai berikut:

$$G\ Score = 1,650 X1 + 3,404 X2 - 0,016 ROA + 0,057$$

Keterangan

X1 = Working Capital to Total Assets

X2 = Earning Before Interest and Taxes to Total Asset

ROA = Return on Asset

Metode Grover memiliki nilai kategori, apabila skor kurang atau sama dengan -0,02 diprediksi perusahaan dalam kondisi bangkrut. Sedangkan apabila skor lebih atau sama dengan 0 diprediksi perusahaan dalam keadaan tidak bangkrut atau sehat (Halimatusyakhdiah et al.,2015).

Metode Zmijewski

Model prediksi yang dihasilkan oleh Zmijewski pada tahun 1983 merupakan hasil riset selama 20 tahun yang ditelaah ulang. Model ini menghasilkan rumus sebagai berikut:

$$X = -4.3 - 4.5 X1 + 5.7 X2 - 0.004 X3$$

Keterangan:

X1 = ROA (NITA)

X2 = Debt Ratio (TLTA)

X3= Current Ratio (CACL)

Model Zmijewski memiliki nilai cut off sebesar 0 yang digunakan untuk mengategorikan kondisi perusahaan. Jika skor $S < 0$ maka perusahaan tersebut diprediksi tidak akan mengalami financial distress. Adapun jika skor $S > 0$ maka perusahaan diprediksi akan mengalami financial distress.

Metode Altman

Penggunaan model Altman Z-Score sebagai salah satu pengukuran kinerja kebangkrutan tidak bersifat tetap maupun stagnan melainkan berkembang dari waktu ke waktu, yang mana pengujian dan penemuan model terus diperluas oleh Altman hingga dapat diterapkan pada semua perusahaan baik perusahaan manufaktur maupun perusahaan non manufaktur khususnya perusahaan jasa (Oktarina: 2017). Altman melakukan modifikasi terhadap model prediksi kebangkrutan untuk meminimalisir efek industri karena keberadaan variabel perputaran aset yaitu dengan mengeliminasi variabel X5 (Sales to Total Assets) (Korry, Dewim Ningsih, 2019, p. 193) .Cara untuk mengukur variabel Altman Z Score adalah sebagai berikut

$$Z = 6.56X1 + 3.26X2 + 6.72X3 + 1.05X4$$

Keterangan :

Z1 = Working capital/Total assets

Z2 = Retained earnings/ Total assets

Z3 = Earnings before interest and taxes/ Total assets

Z4 = Market value of equity/Book value of liabilities

Kriteria memprediksi kebangkrutan pada model z-score, Z-Score $> 2,60$ maka termasuk perusahaan non financial distress, sedangkan Z-Score berada antara 1,1 sampai 2,60, maka termasuk grey area (kritis) dan jika nilai Z-Score $< 1,1$ maka termasuk perusahaan financial distress (Imam Ghazali, 2013).

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Variabel yang digunakan variabel terikat (Dependent Variable) yang digunakan dalam penelitian, yaitu kebangkrutan perusahaan, sedangkan variabel bebas (Independent Variable) yang digunakan adalah metode Grover (X1), metode Zmijewski (X2) dan metode Altman (X3).

Populasi dalam penelitian ini adalah bank umum konvensional di Indonesia. Sampel yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling yaitu bank dengan KBMI II. Teknik ini digunakan agar mendapatkan sampel yang representative.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Tabel 1 Normalitas Grover

	Unstandardized Residual
Kolmogorov-Smirnov Z	,492
Asymp. Sig. (2-tailed)	,969

Berdasarkan output yang telah dihasilkan pada tabel terlihat bahwa signifikansi pada hasil Kolmogorov Smirnov Z menghasilkan nilai sebesar 0,969 yaitu lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data untuk G-Score terdistribusi normal.

Tabel 2 Normalitas Zmijewski

	Unstandardized Residual
Kolmogorov-Smirnov Z	,606
Asymp. Sig. (2-tailed)	,857

Berdasarkan output yang telah dihasilkan pada tabel terlihat bahwa signifikansi pada hasil Kolmogorov Smirnov, menghasilkan nilai sebesar 0,857, karena nilainya lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data untuk X-Score terdistribusi normal.

Tabel 3 Normalitas Altman Z Score

	Unstandardized Residual
Kolmogorov-Smirnov Z	,539
Asymp. Sig. (2-tailed)	,933

Berdasarkan output yang telah dihasilkan pada tabel tersebut terlihat bahwa signifikansi pada hasil Kolmogorov Smirnov menghasilkan nilai sebesar 0,933, karena nilainya lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data untuk Z-Score terdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4 Heteroskedastisitas Grover

	Model	Sig.
1	(Constant)	,055
	WCTA	,844
	EBITTA	,632
	ROA	,832

Berdasarkan tabel coefficients rasio yang digunakan dalam menghitung kebangkrutan dengan metode G-Score menghasilkan signifikansi lebih dari 0,05 yang berarti pada metode G-Score tidak ditemukan gejala heteroskedastisitas.

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas Zmijewski

	Model	Sig.
1	(Constant)	,533
	ROA	,694
	Debt Ratio	,389
	Current Ratio	,928

Berdasarkan tabel coefficients rasio yang digunakan dalam menghitung kebangkrutan dengan metode X-Score menghasilkan signifikansi lebih dari 0,05. Ini berarti pada metode X-Score tidak ditemukan gejala heteroskedastisitas.

Tabel 6. Uji Heteroskedastisitas Altman

Model	Sig.
1 (Constant)	,028
WCTA	,407
RETA	,958
EBITTA	,993
MVEBVD	,653

Berdasarkan tabel coefficients rasio yang digunakan dalam menghitung kebangkrutan dengan metode G-Score menghasilkan signifikansi lebih dari 0,05. Ini berarti pada metode Z-Score tidak ditemukan gejala heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 7. Autokorelasi Grover

Model	Durbin-Watson
1	1,799

Nilai Durbin Watson pada G-Score adalah sebesar 1,799, lebih besar dari batas atas (du) yaitu 1,6708 dan kurang dari 4-du atau 4-1,6708 yaitu 2,392 yang menunjukkan bahwa rasio pada X-Score tidak mengalami gejala autokorelasi.

Tabel 8. Autokorelasi Zmijewski

Model	Durbin-Watson
1	2,146

Nilai Durbin Watson pada X-Score adalah sebesar 2,146, lebih besar dari batas atas (du) yaitu 1,6708 dan kurang dari 4-du atau 4-1,6708 yaitu 2,392. Hal ini menunjukkan bahwa rasio pada X-Score tidak mengalami gejala autokorelasi.

Tabel 9 Autokorelasi Altman Z

Model	Durbin-Watson
1	1,969

Nilai Durbin Watson pada X-Score ialah sebesar 1,969, lebih besar dari batas atas (du) yaitu 1,7206 dan kurang dari 4-du atau 4-1,6708 yaitu 2,2794. Hal ini menunjukkan bahwa rasio pada Z-Score tidak mengalami gejala autokorelasi.

Uji Multikolinearitas

Tabel 10. Multikolinearitas Grover

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
WCTA	,743	1,347
EBITTA	,210	4,763
ROA	,244	4,100

Berdasarkan uji multikolinearitas pada G-Score nilai tolerance masing masing rasio mempunyai nilai tolerance lebih dari 0,10 dan VIF lebih kecil dari 10. Maka rasio dalam G-Score tidak mengalami gejala multikolinearitas.

Tabel 11. Multikolinearitas Zmijewski

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	ROA	,488	2,048
	Debt Ratio	,361	2,770
	Current Ratio	,239	4,188

Berdasarkan uji multikolinearitas pada X-Score nilai tolerance mempunyai nilai tolerance lebih dari 0,10 dan VIF lebih kecil dari 10. Maka rasio dalam X-Score tidak mengalami gejala multikolinearitas

Tabel 12. Multikolinearitas Altman Score

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
(Constant)			
WCTA		,548	1,824
RETA		,332	3,010
EBITTA		,263	3,808
MVEBVD		,948	1,054

Berdasarkan uji multikolinearitas pada Z-Score rasionya mempunyai nilai tolerance lebih dari 0,10 dan VIF lebih kecil dari 10. Maka rasio dalam Z-Score tidak mengalami gejala multikolinearitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 13. Regresi Berganda Grover

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	,058	,003
	WCTA	1,653	,008
	EBITTA	3,398	,
	ROA	-,016	,003

$$Y (\text{G-Score}) = 0,058 + 1,653 (\text{WCTA}) + 3,398 (\text{EBITTA}) - 0,016 (\text{ROA}) + e$$

Tabel 14. Regresi Berganda Zmijewski

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	-4,237	,063
	ROA	-4,500	,001
	Debt Ratio	-,012	,017
	Current Ratio	5,635	,056

$$Y (\text{X-Score}) = -4,237 - 4,500 (\text{ROA}) - 0,12 (\text{Debt Ratio}) - 5,635 (\text{Current Ratio}) + e$$

Tabel 15. Regresi Berganda Altman Score

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	,007	,015
	WCTA	6,572	,044
	RETA	3,187	,128
	EBITTA	6,620	,241
	MVEBVD	1,042	,023

$$Y \text{ (Z-Score)} = 0,007 + 6,572 \text{ (WCTA)} + 3,187 \text{ (RETA)} + 6,620 \text{ (EBITTA)} + 1,042 \text{ (MVEBVD)} + e$$

Uji Hipotesis

Tabel 16. T-test Grover

Model		Sig.
1	(Constant)	,000
	WCTA	,000
	EBITTA	,000
	ROA	,000

Berdasarkan tabel diatas nilai signifikansi t kurang dari 0,05. Bisa disimpulkan bahwa H1 diterima yaitu metode Grover dapat digunakan untuk memprediksi kebangkrutan KBMI II

Tabel 17. T-test Zmijewski

Model		Sig.
1	(Constant)	,000
	ROA	,000
	Debt Ratio	,500
	Current Ratio	,000

Berdasarkan tabel diatas nilai signifikansi t kurang dari 0,05 untuk ROA dan *current ratio* sedangkan *debt ratio* memiliki nilai diatas 0,05. Bisa disimpulkan bahwa H0 diterima yaitu metode metode Zmijewski belum dapat digunakan dalam memprediksi kebangkrutan bank dengan KBMI II

Tabel 18. T-test Altman Score

Model		Sig.
1	(Constant)	,641
	WCTA	,000
	RETA	,000
	EBITTA	,000
	MVEBVD	,000

Berdasarkan tabel diatas nilai signifikansi t kurang dari 0,05. Bisa disimpulkan bahwa H3 diterima yaitu metode Altman Score dapat digunakan dalam memprediksi kebangkrutan bank di Indonesia kriteria KBMI II

Uji Akurasi

Tabel 19. Uji Akurasi Grover

Rekapitulasi	Prediksi		Total
	B	TB	
Jumlah	1	47	48
Tingkat Akurasi	97,9%		
Tingkat Error	2,08%		

Metode G-Score memiliki tingkat akurasi atau ketepatan dalam memprediksi kebangkrutan sebesar 97,9%. Ketepatan metode prediksi S-Score dilihat dari 47 prediksi dari 48 yang diprediksi tidak mengalami kebangkrutan. Tingkat error atau kesalahan pada metode G-Score sebesar 2,08% yang dapat dilihat dari hanya satu prediksi bangkrut.

Tabel 20. Uji Akurasi Zmijewski

Rekapitulasi	Prediksi		Total
	B	TB	
Jumlah	10	38	48
Tingkat Akurasi	79,2%		
Tingkat Error	20,83%		

Metode X-Score memiliki tingkat akurasi atau ketepatan dalam memprediksi kebangkrutan sebesar 81,3%. Ketepatan metode prediksi X-Score yang dilihat dari 38 prediksi tidak bangkrut. Tingkat error atau kesalahan pada metode X-Score sebesar 20,83% yang dapat dilihat dari 10 prediksi kebangkrutan yang diprediksi bangkrut.

Tabel 21. Uji Akurasi Altman Score

Rekapitulasi	Prediksi			Total
	B	Grey Area	TB	
Jumlah	11	34	3	48
Tingkat Akurasi	6%			
Tingkat Error	23%			
Tingkat Grey Area	71%			

Hasil analisis dari delapan perusahaan perbankan. Diketahui bahwa metode Z-Score memiliki tingkat akurasi atau ketepatan dalam memprediksi kebangkrutan sebesar 6%. Ketepatan metode prediksi Z-Score dilihat dari 3 prediksi tidak bangkrut dan terbukti bahwa dalam kenyataannya perusahaan tidak mengalami kebangkrutan. Tingkat error atau kesalahan pada metode Z-Score sebesar 23% yang dapat dilihat dari enam prediksi bangkrut yaitu sebanyak 11 sampel yang diprediksi mengalami kebangkrutan. Sedangkan sampel yang mengalami grey area (kritis atau tidak bisa dikatakan bangkrut atau sehat) yakni sebesar 71% dengan total sampel sebesar 34 yang berada pada zona abu-abu.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan yang dilakukan oleh penulis, mengenai analisis kebangkrutan terhadap bank dengan kriteria bank berdasarkan modal inti (KBMI II) dengan modal inti Rp 6 triliun- Rp 14 triliun periode tahun 2015-2020, ada delapan bank dengan total 48 sampel, maka penulis membuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan penelitian yang telah di uji hasil dari setiap metode, baik Grover, Zmijewski dan Altman Z Score memiliki hasil yang berbeda-beda untuk setiap potensi kebangkrutan terhadap delapan bank kriteria KBMI II. Perbedaan prediksi terjadi karena adanya perbedaan rasio keuangan yang digunakan pada masing-masing metode dan koefisien pada setiap metode. Jika diurutkan maka metode Grover

mendapatkan peringkat pertama karena dapat memprediksi sebanyak 47 sampel, disusul dengan Zmijewski dengan 38 sampel tidak bangkrut dan Altman Z Score yang memprediksi hanya 3 sampel tidak bangkrut.

2. Berdasarkan uji akurasi dan uji hipotesis maka disimpulkan bahwa metode Grover adalah metode yang terbaik untuk mengukur kebangkrutan. Metode Grover memiliki 97,9% tingkat akurasi dan berdasarkan uji hipotesis yaitu dengan uji t test hasilnya menggambarkan bahwa setiap rasio yang digunakan dalam metode Grover yaitu return on asset (ROA), working capital to total asset (WCTA), earning before interest and tax (EBITTA) memiliki nilai signifikansi dibawah 0,05 yang berarti rasio rasio yang terdapat dalam G-Score berpengaruh signifikan terhadap kebangkrutan menggunakan Grover. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Utari pada tahun 2021 yang menyatakan bahwa Grover analisis yang tepat untuk memprediksi kebangkrutan pada perbankan dan instrumen penghitungannya memiliki pengaruh yang positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap prediksi kebangkrutan dini. Metode Zmijewski memiliki tingkat akurasi dibawah metode Grover dan salah satu rasio yang digunakan dalam mengukur kebangkrutan yaitu debt ratio tidak berpengaruh signifikan terhadap kebangkrutan yang diukur menggunakan Zmijewski sedangkan return on asset (ROA) dan current ratio berpengaruh signifikan terhadap metode kebangkrutan Zmijewski. Penelitian dalam metode Zmijewski tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gunawan, Pamungkas dan Susilawati (2017) yang menyatakan bahwa model Zmijewski memiliki tingkat akurasi tertinggi dalam memprediksi kondisi financial distress. Metode Altman Score memiliki akurasi dibawah Zmijewski, walaupun rasio yang digunakan dalam metode Altman Z Score memiliki pengaruh signifikan yaitu working capital to total asset (WCTA), earning before interest and tax (EBITTA), retained earnings to total asset (RETA), market value equity book value debt (MVEBVD) terhadap kebangkrutan Altman Z Score, namun akurasinya memiliki tingkat yang paling kecil diantara metode Grover dan Altman Z Score. Penelitian metode Altman tidak sejalan dengan yang dilakukan oleh Salman dan Wulandari (2021) yang menyatakan bahwa metode paling baik dalam memprediksi kebangkrutan perusahaan (financial distress) adalah model Altman Z-Score

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Rizfal Efriadi, E. (2019). Kemampuan model Z- score dan model Springate dalam memprediksi financial distress BPR Multi Artha Sejahtera. *Jurnal manajemen dan keuangan*.
- Anggela, R. Y. (2021). Comparative analysis of Fulmer, Springate and Grover models in predicting bankruptcy. *Journal of islamic economics and philanthropy*.
- Bakri. (2019). Analisis prediksi financial distress menggunakan pendekatan model Altman dan Grover. *E-journal*.
- Barbara gunawan, R. P. (2017). Perbandingan prediksi financial distress dengan model. *Jurnal akuntansi dan investasi*.
- Clemence wamona mwawughanga, d. G. (2017). Application of edward Altman's Z score model on measuring financial health of commercial banks in kenya. *Journal of business and change management*.
- Devy Nilasari, M. H. (2018). Memprediksi perusahaan yang berpotensi mengalami masalah keuangan dengan model Altman, Springate, dan Zmijewski. *Diponegoro journal of management*.
- Diyah santi hariyani, a. S. (2017). Analisis perbandingan model Altman, model Springate,. *Jurnal akuntansi*.
- M. Muzanni, i. Y. (2021). Comparative analysis of Altman, Springate, and Zmijewski models in predicting the bankruptcy of retail companies in Indonesia and Singapore. *The international journal of applied business*.
- Munawaran, A. W. (2019). Ketepatan Altman, Zmijewski, Grover, dan Fulmer menentukan financial distress pada perusahaan trade and service. *Riset & jurnal akuntansi*.
- Otoritas jasa keuangan, republik indonesia. (2021). *Statistik perbankan indonesia*. Jakarta.
- Sahrani. (2019). RGEC dan pengaruhnya terhadap islamic financial distress bank syariah periode 2012-2018. Tesis.

- Tania, e. D. (2018). Ketepatan model Altman, Springate, Zmijewski, dan Grover dalam memprediksi financial distress. *Reviu akuntansi dan keuangan*.
- Utari, a. D. (2021). Analisis perbandingan metode Zmijewski dan Grover dalam memprediksi kebangkrutan bank yang terdaftar pada be tahun 2015-2019. *Jurnal ilmu manajemen*.
- Veni Tiara Sari, A. D. (2020). Analisis model Springate, Grover dan Zmijewski. *Jurnal ekonomi dan bisnis*.
- Yudyawati, t. (2020). Prediksi kebangkrutan menggunakan metode Altman (Z-score), Springate (S-score), Zmijewski (X-score), Grover (G-score), Ohlson (O-score), dan Kida. *Skripsi*.

PENGARUH *LOAN TO DEPOSIT RATIO* (LDR) DAN *NON PERFORMING LOAN* (NPL) TERHADAP PENYALURAN KREDIT PENSIUN PT BANK BTPN PERIODE 2014 – 2021

Nabila Amanda Arie Puspita¹⁾, Efriyanto²⁾

¹⁾ Politeknik Negeri Jakarta, nabila.amandaariepuspita.ak18@mhs.wpnj.ac.id, Jl. Prof. DR.G.A. Siwabessy, 16425, Depok, Indonesia

²⁾ Politeknik Negeri Jakarta, efriyanto@akuntansi.pnj.ac.id, Jl. Prof. DR.G.A. Siwabessy, 16425, Depok, Indonesia

ABSTRACT

In distributing Pension Loans, there are several factors that can affect the bank. This study was conducted with the aim of analyzing the effect of Loan to Deposit Ratio (LDR) and Non Performing Loan (NPL) on the distribution of PT Bank BTPN Pension Loans in 2014 – 2021. This research was conducted using multiple linear regression analysis method processed with SPSS Version 26. The data sample used in this study was obtained from the quarterly Financial Statements of Bank BTPN which is accessed through the Bank BTPN website. This study shows that the Loan to Deposit Ratio (LDR) partially has a significant effect on the distribution of PT Bank BTPN's Pension Loans in 2014 - 2021, while the Non Performing Loan partially has no significant effect on the distribution of Pension Loans. And simultaneously Loan to Deposit Ratio (LDR) and Non Performing Loan (NPL) have a significant effect on the distribution of Pension Loans by 90% and the remaining 10% is influenced by other variables outside of this study.

Keywords: *Loan to Deposit Ratio (LDR); Non Performing Loan (NPL); Pension Loans*

ABSTRAK

Dalam menyalurkan Kredit Pensiun terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi bank. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh *Loan to Deposit Ratio* (LDR) dan *Non Performing Loan* (NPL) terhadap penyaluran Kredit Pensiun PT Bank BTPN Tahun 2014 – 2021. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode analisis linear berganda yang diolah dengan SPSS Versi 26. Sampel data yang dipakai dalam penelitian ini diperoleh dari Laporan Keuangan Bank BTPN secara triwulan yang diakses lewat situs Bank BTPN. Penelitian ini menunjukkan bahwa *Loan to Deposit Ratio* (LDR) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penyaluran Kredit Pensiun PT Bank BTPN Tahun 2014 – 2021, sedangkan *Non Performing Loan* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap penyaluran Kredit Pensiun. Dan secara simultan *Loan to Deposit Ratio* (LDR) dan *Non Performing Loan* (NPL) berpengaruh signifikan terhadap penyaluran Kredit Pensiun sebesar 90% dan tersisa 10% dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari penelitian ini.

Kata-Kata Kunci: *Loan to Deposit Ratio (LDR); Non Performing Loan (NPL); Kredit Pensiun*

¹ Corresponding author. E-mail: nabila.amandaariepuspita.ak18@mhs.wpnj.ac.id

PENDAHULUAN

Masa Pensiun adalah masa dimana seseorang berhenti dari pekerjaannya dikarenakan telah memasuki usia atau kondisi tertentu sehingga harus diberhentikan atau berhenti bekerja atas keinginannya sendiri. Di satu sisi, masa pensiun ini merupakan masa yang sangat dinantikan karena akhirnya bisa beristirahat dan menikmati masa tua bersama keluarga. Namun di sisi lainnya, masa pensiun ini dapat mendatangkan kekhawatiran. Terutama kekhawatiran akan kondisi finansial untuk menjalani masa tua. Namun kekhawatiran ini dapat diatasi dengan membuat usaha agar pensiunan ini bisa tetap mempunyai penghasilan dan kegiatan untuk mengisi waktu. Tidak dapat dipungkiri untuk membuat usaha memerlukan modal yang tidak kecil. Oleh sebab itu beberapa bank mengeluarkan produk kredit khusus untuk pensiun.

Bank yang memberikan fasilitas kredit pensiun salah satunya ada Bank BTPN yang menyediakan fasilitas Kredit Pensiun Sejahtera. Kredit Pensiun Sejahtera ini dirancang khusus oleh Bank BTPN untuk para pensiunan.

Pada Undang – Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan, Bank disebut sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan, giro dan deposito kemudian disalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau dalam bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Dalam menyalurkan kredit terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi besarnya kredit yang diberikan. Faktor – faktor tersebut meliputi faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal contohnya BI *rate*, inflasi dan lain lain. Sedangkan contoh faktor internal seperti permodalan (CAR), likuiditas (LDR), risiko kredit (NPL), dan lain lain. Perubahan angka rasio likuiditas (LDR), Risiko Kredit (NPL) dan total penyaluran kredit pensiun Bank BTPN dapat dilihat pada tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1. Pertumbuhan LDR, NPL dan Kredit Pensiun Bank BTPN Periode 2014 - 2021

Tahun	LDR	NPL	Alokasi Kredit
2014	97.67%	0.67%	78.34%
2015	97.25%	0.67%	76.20%
2016	95.66%	0.73%	79.08%
2017	96.62%	0.82%	80.09%
2018	96.25%	1.22%	83.97%
2019	171.32%	0.78%	65.15%
2020	138.17%	1.15%	62.08%
2021	126.22%	1.63%	61.58%

Sumber: Laporan Keuangan Bank BTPN, data diolah

Menurut data tabel 1 diatas, ditemukan fenomena gap yaitu pada tahun 2016 LDR mengalami penurunan sedangkan NPL dan alokasi kreditnya naik. Lalu di tahun 2017 LDR dan NPL mengalami kenaikan sedangkan alokasi kreditnya juga naik. Di tahun 2018 LDR mengalami penurunan sedangkan NPL dan alokasi kreditnya mengalami kenaikan. Dan di tahun 2019 LDR

mengalami kenaikan sedangkan NPL dan alokasi kreditnya mengalami penurunan. Hal tersebut menunjukkan adanya ketidakselarasan teori. Pada penelitian sebelumnya menurut Amrozi dan Sulistyorini (2020) semakin tinggi Loan to Deposit Ratio, maka penyaluran kredit yang disalurkan juga semakin tinggi. Dan menurut Buchory (2014) semakin tinggi *Non Performing Loan*, maka mengakibatkan risiko kredit yang dihadapi perbankan semakin tinggi. Apabila NPL tinggi maka akan sulit untuk suatu bank memberikan kredit.

Permasalahan

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah *Loan to Deposit Ratio* (LDR) berpengaruh secara parsial terhadap penyaluran kredit pensiun PT Bank BTPN?
2. Apakah *Non Performing Loan* (NPL) berpengaruh secara parsial terhadap penyaluran kredit pensiun PT Bank BTPN?
3. Apakah *Loan to Deposit Ratio* (LDR) dan *Non Performing Loan* (NPL) berpengaruh secara simultan terhadap penyaluran kredit pensiun PT Bank BTPN?

Tujuan

Berdasarkan dari rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Loan to Deposit Ratio* (LDR) terhadap penyaluran kredit pensiun PT Bank BTPN.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Non Performing Loan* (NPL) terhadap penyaluran kredit pensiun PT Bank BTPN.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Loan to Deposit Ratio* (LDR) dan *Non Performing Loan* (NPL) terhadap penyaluran kredit pensiun PT Bank BTPN.

TINJAUAN PUSTAKA

Kredit

Pengertian Kredit menurut Undang – Undang Nomor 10 Tahun 1998 adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam – meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga.

Menurut Thomas dan Ismail kredit dalam pengertian umum merupakan kepercayaan atas kemampuan pihak debitur (penerima kredit) untuk membayar sejumlah uang di masa yang akan datang.

Menurut Jusuf (2014) Pengertian Kredit adalah kemampuan untuk melakukan suatu pembelian atau mengadakan suatu pinjaman dengan perjanjian pembayaran akan dilaksanakan pada jangka waktu yang telah disepakati.

Dari beberapa pernyataan dari para ahli, dapat disimpulkan bahwa kredit merupakan pemberian uang atau tagihan yang berdasarkan atas persetujuan antara pihak penerima kredit

dengan jaminan waktu yang sudah ditentukan beserta jaminan dengan membayar sejumlah uang atau pembagi hasil keuntungan.

Loan to Deposit Ratio (LDR)

Menurut PBI No. 17/11/PBI/2015, *Loan to Deposit Ratio* (LDR) merupakan perbandingan total kredit yang disalurkan dengan total penerimaan dana. Rumus untuk menghitung LDR adalah:

$$\text{LDR} = \frac{\text{Kredit yang Diberikan}}{\text{Dana Pihak Ketiga}} \times 100\% \quad (1)$$

Angka rasio LDR yang sehat secara umum berada diantara 78% sampai dengan 92%. Seperti yang sudah ditetapkan dalam PBI No. 17/11/PBI/2015 tingkat Kesehatan bank berdasarkan dari rasio LDR adalah sebagai berikut:

1. Batas minimal LDR yang diperkenankan BI adalah 78%.
2. Batas maksimal LDR yang diperkenankan BI adalah 92%

Faktor – faktor yang dapat mempengaruhi naik turunnya angka rasio LDR yaitu bisa berasal dari kondisi internal maupun eksternal bank. Kondisi ekonomi masyarakat juga dapat mempengaruhi permintaan kredit dan jumlah simpanan.

Non Performing Loan (NPL)

Non Performing Loan adalah salah satu rasio keuangan yang menggambarkan kualitas kredit yang disalurkan oleh bank dengan cara membandingkan total kredit bermasalah dengan total kredit yang disalurkan. Rumus untuk menghitung angka NPL adalah sebagai berikut:

$$\text{NPL} = \frac{\text{Kredit Bermasalah}}{\text{Total Kredit}} \times 100\% \quad (2)$$

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam POJK Nomor 15/POJK.03/2017 menetapkan batas maksimal NPL sebesar 5%. Apabila angka NPL suatu bank melebihi dari 5% maka bank terindikasi mengalami penurunan tingkat pendapatan bank. Dikarenakan oleh banyak debitur yang mengalami gagal bayar.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan uji hipotesis dan uji statistik untuk mendapatkan hasilnya. Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 2. Hasil Uji Kolmogorov Smirnov

		Unstandardized Residual
N		32
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.09491230
Most Extreme Differences	Absolute	.147
	Positive	.128
	Negative	-.147
Test Statistic		.147
Asymp. Sig. (2-tailed)		.077 ^c

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

Sumber: Hasil Output SPSS 26

Berdasarkan dari hasil uji Kolmogorov Smirnov, didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,077 dimana lebih besar dari 0,05. Artinya dapat dibuktikan bahwa data terdistribusi normal, sehingga model regresi dapat dilakukan.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	16.416	.087		188.803	.000		
	LDR (%)	.010	.001	.862	14.419	.000	.868	1.153
	NPL (%)	.243	.072	.201	3.368	.002	.868	1.153

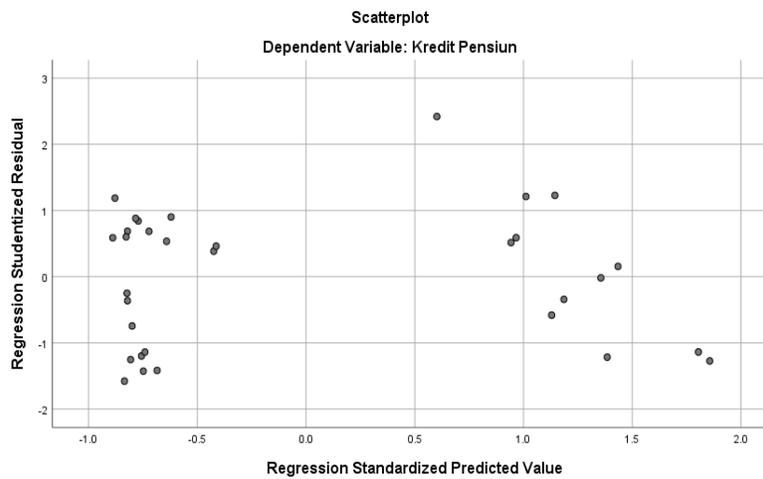
a. Dependent Variable: Kredit Pensiun

Sumber: Hasil Output SPSS 26

Berdasarkan dari tabel hasil uji multikolinearitas, terlihat bahwa kedua variabel memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,868 dan nilai VIF sebesar 1,153. Dapat disimpulkan kedua variable memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan juga memiliki nilai VIF kurang dari 10,00. Artinya tidak terdapat multikolinearitas antar variable independen, sehingga model regresi dapat dilakukan.

3. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 1. Grafik Scatterplot



Sumber: Hasil Uji SPSS 26

Berdasarkan gambar hasil uji heteroskedastisitas diatas, terlihat titik – titik menyebar diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Artinya dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.954 ^a	.910	.904	.09813	.558

a. Predictors: (Constant), NPL (%), LDR (%)

b. Dependent Variable: Kredit Pensiun

Sumber: Hasil Output SPSS 26

Berdasarkan tabel hasil uji autokorelasi diatas, terlihat nilai Durbin Watson sebesar 0,558. Artinya nilai tersebut berada diantara -2 sampai dengan 2, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi dalam penelitian ini sehingga model regresi dapat dilakukan.

Uji Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Tabel 5. Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.416	.087		188.803	.000
	LDR (%)	.010	.001	.862	14.419	.000
	NPL (%)	.243	.072	.201	3.368	.002

a. Dependent Variable: Kredit Pensiun

Sumber: Hasil Output SPSS 26

a. Hipotesis 1

H1 = *Loan to Deposit Ratio* (LDR) berpengaruh secara parsial terhadap penyaluran Kredit Pensiun pada PT Bank BTPN Tahun 2014 – 2021. Variabel LDR mempunyai tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $14,419 > 2,0452$. Artinya dapat disimpulkan bahwa LDR berpengaruh signifikan terhadap penyaluran Kredit Pensiun PT Bank BTPN Tahun 2014 – 2021. H1 diterima.

b. Hipotesis 2

H2 = *Non Performing Loan* (NPL) berpengaruh secara parsial terhadap penyaluran Kredit Pensiun pada PT Bank BTPN Tahun 2014 – 2021. Variabel NPL mempunyai tingkat signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $3,368 > 2,0452$. Artinya dapat disimpulkan bahwa NPL berpengaruh signifikan terhadap penyaluran Kredit Pensiun PT Bank BTPN Tahun 2014 – 2021. H2 diterima.

2. Uji F (Simultan)

Tabel 6. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.826	2	1.413	146.742	.000 ^b
	Residual	.279	29	.010		
	Total	3.105	31			

a. Dependent Variable: Kredit Pensiun

b. Predictors: (Constant), NPL (%), LDR (%)

Sumber: Hasil Output SPSS 26

3. *Hipotesis 3*

H3 = LDR dan NPL berpengaruh secara simultan terhadap Kredit Pensiun PT Bank BTPN Tahun 2014 – 2021 Berdasarkan hasil Uji F (simultan) diatas, menunjukkan nilai F hitung sebesar 146,742 > F tabel sebesar 3,32 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Dapat disimpulkan bahwa variabel *Loan to Deposit Ratio* (LDR) dan *Non Performing Loan* (NPL) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penyaluran Kredit Pensiun pada Bank BTPN Tahun 2014 – 2021. H3 diterima.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.954 ^a	.910	.904	.09813	.558

a. Predictors: (Constant), NPL (%), LDR (%)

b. Dependent Variable: Kredit Pensiun

Sumber: Hasil Output SPSS 26

Berdasarkan hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) diatas, dapat dilihat bahwa nilai koefisien R^2 (*Adjusted R Square*) sebesar 0,904. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen dalam penelitian yang terdiri dari LDR dan NPL mempengaruhi Kredit Pensiun pada PT Bank BTPN sebesar 90,4%. Sisanya sebesar 9,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.416	.087		188.803	.000
	LDR (%)	.010	.001	.862	14.419	.000
	NPL (%)	.243	.072	.201	3.368	.002

a. Dependent Variable: Kredit Pensiun

Sumber: Hasil Output SPSS 26

Berdasarkan tabel hasil uji regresi linier berganda diatas, maka dapat dibuat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 16,416 + 0,010 X_1 + 0,243 X_2 \quad (3)$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas, maka hasilnya dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta dari persamaan diatas yaitu sebesar 16,416. Artinya nilai penyaluran Kredit Pensiun adalah sebesar 16,416 apabila nilai *Loan to Deposit Ratio* (LDR) dan *Non Performing Loan* (NPL) sama dengan nol atau tidak mengalami perubahan.
- Variabel *Loan to Deposit Ratio* (LDR) memiliki nilai koefisien regresi positif yaitu sebesar 0,010. Artinya apabila nilai variabel independen lainnya bernilai tetap, maka setiap kenaikan keseluruhan dari *Loan to Deposit Ratio* (LDR) akan menaikkan nilai penyaluran Kredit Pensiun sebesar 16,426%. Oleh karena itu, semakin tinggi nilai LDR Bank BTPN maka semakin tinggi pula nilai penyaluran Kredit Pensiunnya.
- Variabel *Non Performing Loan* (NPL) memiliki nilai koefisien regresi positif yaitu sebesar 0,243. Artinya apabila nilai variabel independen lainnya bernilai tetap, maka setiap kenaikan keseluruhan dari *Non Performing Loan* (NPL) akan meningkatkan penyaluran Kredit Pensiun sebesar 16,659%.

KESIMPULAN

Dari hasil pengujian dan pembahasan yang diteliti oleh penulis mengenai pengaruh variabel independen *Loan to Deposit Ratio* (LDR) dan *Non Performing Loan* (NPL) terhadap penyaluran Kredit Pensiun PT Bank BTPN Tahun 2014 – 2021, maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. *Loan to Deposit Ratio* (LDR) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap penyaluran Kredit Pensiun PT Bank BTPN Tahun 2014 – 2021. Bank BTPN mengindikasikan bahwa semakin tinggi rasio *Loan to Deposit Ratio* (LDR) memiliki pengaruh terhadap penyaluran Kredit Pensiun.
2. *Non Performing Loan* (NPL) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap penyaluran Kredit Pensiun PT Bank BTPN Tahun 2014 – 2021. Bank BTPN mengindikasikan bahwa semakin tinggi rasio NPL maka memperlihatkan semakin banyak jumlah kredit masalah.
3. *Loan to Deposit Ratio* (LDR) dan *Non Performing Loan* (NPL) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap penyaluran Kredit Pensiun PT Bank BTPN Tahun 2014 – 2021. Berdasarkan dari nilai koefisien R^2 (*Adjusted R Square*) adalah sebesar 0,904 menunjukkan bahwa 90% penyaluran Kredit Pensiun PT Bank BTPN Tahun 2014 – 2021 dipengaruhi oleh LDR dan NPL.

DAFTAR PUSTAKA

Amrozi, A. I., & Sulistyorini, E. (2020). Pengaruh DPK, NPL, CAR, dan LDR Terhadap Penyaluran Kredit (Studi Kasus Pada Bank yang Terdaftar di Indeks LQ45 Tahun 2014-2018). *Jurnal PETA* e-ISSN 2528-2581.

Bank BTPN. (2022). Bank Tabungan Pensiun Nasional. Retrieved from Tentang Kami : <https://www.btpn.com/id/tentang-kami>

- Fajari, S., & Sunarto. (2017). Pengaruh CAR, LDR, NPL, BOPO Terhadap Profitabilitas Bank (Studi Kasus Perusahaan Perbankan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2011 sampai 2015). Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call for Papers Unisbank ke-3 (sendi_u 3).
- Handayani, A. (2018). Pengaruh DPK, NPL dan ROA Terhadap Penyaluran Kredit Pada Bank Umum Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2014. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi* Volume III No. 1 ISSN 2502 - 3764.
- Ismail. (2013). *Manajemen Perbankan dari Teori Menuju Aplikasi*. Jakarta: Kencana.
- Jusuf, J. (2014). *Analisis Kredit Untuk Account Officer*. Jakarta: PT Gramedia.
- Kasmir. (2014). *Dasar - Dasar Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Merung, J. R. (2013). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Pemberian Kredit Pensiunan Pada PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional, TBK. . *Jurnal EMBA* 629 Vol.1 No.3 .
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 17/11/PBI/2015. (n.d.).
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 15/POJK.03/2017. (n.d.).
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 40/POJK.03/2019. (n.d.).
- Quiserto, R. (2022). Retrieved from <https://duwitmu.com/>: <https://duwitmu.com/kta/pengertian-kredit-pensiunan-bank>

PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA SHOPEE PAYLATER PADA GENERASI MILLENNIAL

Gina Rahmawati¹⁾

gina.rahmawati.ak18@mhs.wpnj.ac.id

Elly Mirati²⁾

r.ellymirati@akuntansi.wpnj.ac.id

¹²Program Studi Keuangan dan Perbankan Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

This paylater is increasingly favored by millennials with the development of technology. This technological sophistication makes a very significant impact on the survival of the community, especially the millennial generation, which will become more consumptive through the arrival of electronic or non-cash payment instruments, without cash it will form impulsive shopping behavior where someone buys products without planning. This study aims to analyze the effect of financial literacy and lifestyle on the consumptive behavior of shopee paylater users in the millennial generation. This study uses primary data by distributing online questionnaires to 100 respondents who are millennials in DKI Jakarta aged 22 – 39 years and are Shopee Paylater users. This study uses a non-probability purposive sampling technique. Data analysis in this study used multiple linear regression analysis using SPSS version 26 to process the data. The results of this study indicate that financial literacy has a significant effect on the consumptive behavior of shopee paylater users with a negative relationship, lifestyle has a significant effect on the consumptive behavior of shopee paylater users with a positive relationship, and simultaneously financial literacy and lifestyle have a significant effect on the consumptive behavior of shopee users. paylater.

Keywords: *Consumptive Behavior, Financial Literacy, Lifestyle, Millennials, Shopee Paylater*

ABSTRAK

*Paylater ini semakin digemari oleh kalangan millennial dengan seiringnya perkembangan teknologi. Kecanggihan teknologi tersebut membuat dampak yang sangat begitu signifikan terhadap keberlangsungan hidup masyarakat terutama generasi millennial akan menjadi lebih konsumtif melalui kedatangan alat pembayaran secara elektronik atau nontunai, tanpa uang *cash* tersebut akan membentuk perilaku belanja yang *impulsif* dimana seseorang membeli produk tanpa direncanakan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna *shopee paylater* pada generasi millennial. Penelitian ini menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner secara online kepada 100 responden yang merupakan generasi millennial di DKI Jakarta berumur 22 – 39 Tahun dan merupakan pengguna Shopee Paylater. Penelitian ini menggunakan teknik *non probability purposive sampling*. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear bergandanan*

¹ Gina Rahmawati. E-mail: gina.rahmawati.ak18@mhs.wpnj.ac.id

menggunakan SPSS versi 26 untuk mengolah data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna *shopee paylater* dengan arah hubungan negatif, Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna *shopee paylater* dengan arah hubungan positif, dan secara simultan literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna *shopee paylater*.

Kata-Kata Kunci: Perilaku Konsumtif, Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Generasi Millennial, *Shopee paylater*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dengan seiringnya perkembangan zaman yaitu dengan adanya kemajuan teknologi pada bidang keuangan yang bernama fintech (Financial Technology), yang dimana fintech ini terus tumbuh dan berkembang di Indonesia. Salah satu inovasi fintech yang sedang populer dikalangan masyarakat terutama generasi millennial yaitu *paylater*. Salah satu penyedia layanan *paylater* yaitu *shopee* yang dimana *shopee* ini merupakan platform jual beli online yang dapat diakses oleh seluruh masyarakat dengan menggunakan handphone.

Kecanggihan teknologi tersebut membuat dampak yang sangat begitu signifikan terhadap keberlangsungan hidup masyarakat yaitu masyarakat akan menjadi lebih konsumtif melalui kedatangan alat pembayaran secara elektronik atau nontunai, tanpa uang *cash* tersebut akan membentuk perilaku belanja yang *impulsif* dimana seseorang membeli produk tanpa direncanakan (Jati, 2015, p. 103).

Ketika berbelanja online dengan menggunakan metode pembayaran maka akan membuat masyarakat menjadi berlebihan atau konsumtif dalam berbelanja online (Saadah, 2021). Semakin gemar millennial bertransaksi menggunakan *paylater* maka akan semakin besar kemungkinan mereka untuk berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif ini dapat dihindari salah satunya dengan membangun literasi keuangan pada generasi millennial.

Seseorang yang mempunyai pemahaman mengenai literasi keuangan maka dapat menjadikan seseorang tersebut menjadi lebih cermat dalam mengelola keuangan serta mampu menyesuaikan pembelian melalui barang dan jasa yang mereka akan beli (Manik & Bukhori, 2019). Berdasarkan *framework dari Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD, 2016)* dalam mengukur literasi keuangan dapat menggunakan tiga komponen utama, yaitu: 1) Pengetahuan (*Knowledge*), 2) Tingkah Laku (*Behaviour*), 3) Sikap (*Attitude*).

Literasi keuangan menjadi hal yang sangat penting untuk diterapkan oleh generasi millennial yang dimana mereka tumbuh dan berkembang pada kebiasaan hutang piutang serta didalamnya terdapat gaya hidup yang mewah dan kemudahan dalam mendapatkan kredit secara online.

Selain itu faktor yang dapat dengan mudahnya mempengaruhi perilaku konsumsi terhadap diri seseorang yaitu gaya hidup (Kotler, 2016). Dengan terdapatnya zaman yang modern dan serba up to date akan menjadikan kebutuhan gaya hidup seseorang menjadi hal yang utama (Jati, 2015, p. 111). Gaya hidup merupakan karakteristik hidup seseorang yang dapat diperlihatkan pada aktivitas, minat, serta opininya yang mencerminkan diri orang tersebut ketika berinteraksi pada lingkungan sekitarnya (Kotler, 2016). Berada di usia remaja akhir, generasi millennial akan memiliki rasa penasaran yang tinggi dan berorientasi pada tren hingga tuntutan sosial yang dapat membuat pola konsumsi mereka menjadi berlebihan.

Pada generasi millennial, perilaku konsumtif dalam menggunakan *shopee paylater* dapat diamati melalui kebiasaan-kebiasaan pola konsumsi untuk memenuhi gaya hidup seperti dalam membeli makanan, pakaian, make up, dan yang berkaitan mengenai penampilan, travelling dan

lain sebagainya. (Rosyid & Lina, 2018) menyatakan bahwa terdapat tiga aspek perilaku konsumtif, yaitu : 1) pembelian impulsif, 2) pembelian berlebihan, 3) pembelian tidak rasional.

Penelitian sebelumnya oleh (Silalahi, 2020) Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa mahasiswa sebagai generasi millennial yang dapat meningkatkan literasi keuangan yang cukup baik. Namun, juga dapat memiliki kecenderungan berperilaku konsumtif dalam berbelanja online. Penelitian lain oleh (Qurotaa'ayun & Krisnawati, 2019) menemukan bahwa generasi milenial ini masih berada pada tingkat literasi keuangan yang sedang, yaitu generasi milenial tidak dapat menerapkannya dengan baik tentang pengelolaan keuangan sehari-hari. Namun, generasi milenial juga masih dapat menjaga diri dan menerapkan kebutuhan utamanya sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk dan jasa atau dapat mengendalikan perilaku konsumtifnya.

Berdasarkan adanya research gap di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi Millennial**”.

Permasalahan

Meskipun dengan tingkat literasi keuangan yang baik, generasi millennial berada pada usia remaja akhir. Yang dimana pada rentang usia tersebut generasi millennial memiliki gaya hidup yang kekinian, hedonisme dan dinamis, serta rasa penasaran yang tinggi. Sehingga timbul adanya kecenderungan untuk membeli produk tanpa direncanakan yang dapat berperilaku konsumtif, termasuk ketika pemenuhan produk gaya hidup dilakukan menggunakan fitur *Shopee paylater*. Adapun faktor moderasi yang memungkinkan seseorang bisa saja tetap berperilaku konsumtif meskipun mempunyai tingkat literasi keuangan yang baik, seperti besarnya pendapatan generasi millennial.

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Apakah literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna *Shopee Paylater* pada generasi milenial?
2. Apakah gaya hidup memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna *Shopee Paylater* pada generasi millennial?
3. Apakah literasi keuangan dan gaya hidup memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna *Shopee Paylater* pada generasi milenial?

Tujuan

Merujuk pada permasalahan dan pertanyaan penelitian, penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pengguna *Shopee Paylater* pada generasi millennial
2. Untuk menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna *Shopee Paylater* pada generasi millennial
3. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap pengguna *Shopee Paylater* pada generasi millennial

TINJAUAN PUSTAKA

Literasi Keuangan

Menurut (Fauzia & Nurdin, 2019) literasi keuangan yaitu tentang bagaimana cara menggunakan uang yang dimilikinya agar dapat memiliki tujuan yang menjadikan hidup lebih sejahtera dimasa depan. Literasi keuangan yang tepat dapat menjadikan individu dalam memilah

barang, mengelola keuangan dengan tepat serta dapat menjadikan masa yang akan datang dengan baik, dan individu yang mempunyai pemahaman mengenai literasi keuangan dapat menjadikan individu menjadi lebih cermat dalam mengelola keuangan serta mampu menyesuaikan pembelian melalui barang dan jasa yang mereka akan miliki (Manik & Bukhori, 2019).

Berdasarkan *framework* dari *Organisation for Economic Cooperation and Development* (OECD, 2016) dalam mengukur literasi keuangan dapat menggunakan tiga komponen utama, yaitu: 1) Pengetahuan (*Knowledge*), 2) Tingkah Laku (*Behaviour*), 3) Sikap (*Attitude*).

Literasi keuangan dapat membentuk perilaku dan pola konsumsi yang tidak konsumtif saat berbelanja pada generasi millennial, termasuk diantaranya dalam menggunakan aplikasi belanja online dengan metode pembayaran *Shopee Paylater* yang sedang marak dikalangan generasi millennial. Hal ini karena setiap pengeluaran atau transaksi yang dilakukan menggunakan metode pembayaran *Shopee Paylater* telah direncanakan atau dianggarkan terlebih dahulu agar tidak konsumtif dalam belanja online.

Gaya Hidup

Menurut (Kotler & Keller, 2016) perilaku konsumen merupakan tentang cara individu, kelompok, dan organisasi dalam menyeleksi, membeli, menggunakan, dan mendisposisikan barang, jasa, gagasan, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. (Kotler & Keller, 2016) konsep perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembeliannya pada produk atau jasa dalam berbelanja yaitu dipengaruhi oleh faktor sosial, budaya, pribadi, dan psikologis.

Gaya hidup menjadi upaya untuk membuat diri menjadi eksis dengan cara tertentu dan berbeda dari kelompok lain. Menurut (Mien & Thao, 2015) generasi muda jaman sekarang tumbuh dan berkembang dalam budaya hutang yang dipengaruhi oleh gaya hidup yang mahal dan fasilitas kredit yang mudah. Generasi millennial cenderung memiliki gaya hidup yang sangat tinggi dikarenakan pada usia tersebut generasi millennial seringkali ingin mencoba sesuatu hal yang asing atau belum pernah dilakukan terutama pada produk dan jasa.

Dalam hal tersebut generasi millennial merasa harus mengikuti trend atau perkembangan zaman yang serba up to date. Hal tersebut dapat terlihat dalam hal berpakaian, barang yang digunakan, makanan atau minuman yang dikonsumsi. Menurut (Pontania, 2016) terdapat beberapa macam gaya hidup yaitu gaya hidup mandiri, gaya hidup modern, gaya hidup sehat, gaya hidup hedonis, gaya hidup hemat, gaya hidup bebas.

Perilaku Konsumtif

Menurut (Amaliya & Setiaji, 2017) perilaku konsumtif yaitu suatu kegiatan seseorang dalam membeli suatu barang secara berlebihan agar mendapatkan kepuasan yang sifatnya hanya sementara. Fromm mengatakan seseorang yang hidupnya konsumtif dapat dikatakan apabila dia selalu membeli barang yang berlebihan dan tidak sesuai dengan apa yang ia butuhkan melainkan hanya mengikuti keinginan dirinya sendiri dan hanya untuk dilihat oleh orang banyak.

Menurut (Maulana, 2013), menyatakan bahwa remaja saat ini banyak yang terjebak dalam kehidupan konsumtif, dengan rela mengeluarkan uangnya untuk menuruti segala keinginan, bukan kebutuhan. Pada generasi millennial, perilaku konsumtif dalam menggunakan *shopee paylater* dapat diamati melalui kebiasaan-kebiasaan pola konsumsi untuk memenuhi gaya hidup seperti dalam membeli makanan, pakaian, make up, dan yang berkaitan mengenai penampilan, hiburan dan lain sebagainya. (Rosyid & Lina, 2018) menyatakan bahwa terdapat tiga aspek perilaku konsumtif, yaitu : 1) pembelian *impulsif*, 2) pembelian berlebihan, 3) pembelian tidak rasional.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data primer berupa kuesioner yang disebarkan kepada responden generasi millennial pengguna *shopee paylater*. Sampel penelitian yang dipakai terhadap penelitian ini yaitu *non-probability sampling* dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengguna *Spaylater* dikalangan millennial. Responden atau sampel yang dipilih adalah pengguna *Spaylater* dengan kriteria generasi millennial yang berdomisili di DKI Jakarta dengan kisaran usia 22 - 39 Tahun.

Kemudian model analisis data yang digunakan untuk menjelaskan hubungan dan seberapa besar pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen yaitu model regresi linear berganda yang dibantu dengan menggunakan *software* SPSS versi 26. Uji yang dilakukan adalah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik:

1. Uji Normalitas

Pada penelitian ini menggunakan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* dengan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,73891896
Most Extreme Differences	Absolute	,052
	Positive	,036
	Negative	-,052
Test Statistic		,052
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 Primer diolah 2022

Berdasarkan tabel 1. Dapat diketahui bahwa nilai *asyp. Sig* > 0,05, maka dapat diambil kesimpulan bahwa data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Pada penelitian ini uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel dependent dengan variabel independen lainnya.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

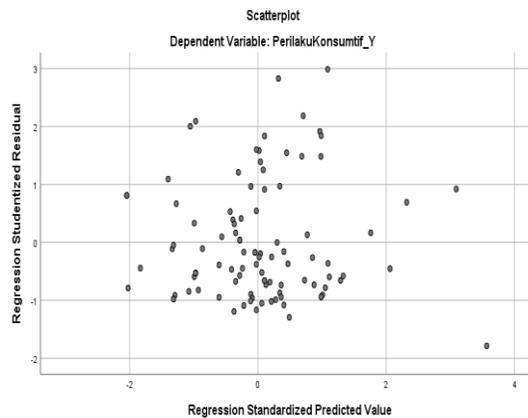
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Literasi Keuangan	0,875	1,143
Gaya Hidup	0,875	1,143

Sumber: Data Primer diolah 2022

Dari tabel 2. hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* kedua variabel > 0,10. Selain itu nilai VIF juga < 10. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai *tolerance* dan VIF pada kedua variabel tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dapat menggunakan Scatterplot dengan menginput variabel residual SRESID pada sumbu Y dan variabel prediksi ZPRED pada variabel X. Apabila titik – titik menyebar tidak membentuk pola tertentu di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 1. Scatter Plot Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pada gambar 1. menggambarkan bahwa hasil dari uji heteroskedastisitas grafik *Scatterplot* menunjukkan titik – titik menyebar tidak membentuk pola tertentu di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Maka, dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak dipakai.

Analisis Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dua atau lebih variabel bebas (literasi keuangan dan gaya hidup) terhadap variabel terikat (perilaku konsumtif).

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error

1	(Constant)	12,022	2,673
	Literasi Keuangan	-0,083	0,05
	Gaya Hidup	0,384	0,11

Sumber: Data Primer diolah 2022

Berdasarkan tabel 3. Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat nilai konstanta (nilai α) sebesar 12,022 dan untuk Literasi Keuangan (nilai β) sebesar -0,083 dan Gaya Hidup (nilai β) sebesar 0,384. Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 12,022 - 0,083 \text{ Literasi Keuangan} + 0,384 \text{ Gaya Hidup} + e$$

Keterangan:

1. Nilai konstanta di atas adalah 12,022, angka tersebut menunjukkan besar satuan perilaku konsumtif pengguna *Shopee paylater* pada generasi millennial di DKI Jakarta terdapat pengaruh dari variabel Literasi Keuangan (X1) dan Gaya Hidup (X2) yaitu sebesar 12,022.
2. Variabel Literasi Keuangan (X1) sebesar -0,083 yang berarti bahwa semakin rendah tingkat literasi keuangan maka perilaku konsumtif pengguna *Shopee paylater* akan meningkat atau apabila literasi keuangan diturunkan sebesar satu satuan, maka perilaku konsumtif pengguna *Shopee paylater* akan meningkat sebesar 0,083.
3. Variabel Gaya Hidup (X2) sebesar 0,384 yang berarti bahwa semakin tinggi gaya hidup maka perilaku konsumtif pengguna *Shopee paylater* akan meningkat atau apabila gaya hidup ditingkatkan sebesar satu satuan, maka perilaku konsumtif pengguna *Shopee paylater* akan meningkat sebesar 0,384.

Uji Hipotesis

1. Uji t (Parsial) dan Uji F (Simultan)

Tabel 4. Hasil uji t (parsial) dan uji f (simultan)

No.	Hipotesis	Status	Keputusan
1	H1: Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna <i>spaylater</i>	(t hitung) - 2,289 > 1,984 (t tabel)	H1 diterima
2	H2: Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna <i>spaylater</i>	(t hitung) 7,383 > 1,984 (t tabel)	H2 diterima
3	H3: Literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif pengguna <i>spaylater</i>	(t hitung) 40,581 > 3,09 (f tabel)	H3 diterima

Sumber: Data Primer diolah 2022

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variasi dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dan sisanya tidak dapat dijelaskan atau merupakan variabel lain yang tidak termasuk dalam model regresi.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R ²	Adjusted R ²
1	0,675	0,456	0,444

Sumber: Data Primer diolah 2022

Dari tabel 5. hasil perhitungan di atas, dapat diketahui bahwa perolehan nilai R² adalah 0,456 atau 45,6%. Artinya kemampuan variabel independen yaitu literasi keuangan (X1) dan gaya hidup (X2) dalam mempengaruhi perilaku konsumtif pengguna *Shopee paylater* pada generasi millennial di DKI Jakarta adalah sebesar 45,6%. Sedangkan sisanya sebesar 54,4% (100% - 45,6%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna *Shopee Paylater* pada Generasi Millennial

Pada penelitian ini, dari hasil analisis data yang telah dilakukan menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna *shopee paylater* pada generasi millennial di DKI Jakarta dengan arah negatif. Artinya literasi keuangan memiliki hubungan yang tidak searah, dimana apabila tingkat literasi keuangan semakin meningkat maka akan berpengaruh pada menurunnya perilaku konsumtif dalam menggunakan *shopee paylater* pada generasi millennial. Hal tersebut dikarenakan literasi keuangan bertujuan agar mereka dapat mengelola keuangannya dengan baik sehingga dapat mengantisipasi kecenderungan berperilaku konsumtif.

Berdasarkan hasil distribusi kuesioner yang telah dilakukan dalam penelitian responden generasi millennial di DKI Jakarta memiliki pengetahuan keuangan yang baik seperti merasa hidup tidak hanya untuk hari ini tetapi juga untuk masa depan. Upaya dalam meningkatkan literasi keuangan dapat dilakukan dengan cara melihat bagaimana seseorang membuat dan mengelola keuangannya dengan baik. Semakin baik pengetahuan mengenai literasi keuangan maka akan semakin baik pula seseorang dalam berperilaku konsumsi. Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Dikria & Sri, 2016) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna *Shopee Paylater* pada Generasi Millennial

Pada penelitian ini, dari hasil analisis data yang telah dilakukan menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna *shopee paylater* pada generasi millennial di DKI Jakarta dengan arah positif. Artinya gaya hidup memiliki hubungan yang searah, dimana apabila gaya hidup meningkat maka akan berpengaruh pada semakin meningkatnya perilaku konsumtif dalam menggunakan *shopee paylater* pada generasi millennial .

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dilakukan dalam penelitian, variabel gaya hidup generasi millennial di DKI Jakarta menyatakan gaya hidup mereka pada aspek minat yaitu selalu up to date pada mode trend (pakaian, sepatu, tas, dll), produk kecantikan, maupun gadget. Dimana minat tersebut dapat mendorong mereka untuk berperilaku konsumtif dalam menggunakan *Shopee paylater* pada generasi millennial. Perkembangan zaman dan teknologi juga berkaitan erat dengan gaya hidup yang ada. Oleh karena itu, semakin tinggi gaya hidup generasi millennial maka akan semakin tinggi juga perilaku konsumtifnya. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kanserina, Haris, & Nuridja, 2015) yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater pada Generasi Millennial

Berdasarkan hasil analisis data pada penelitian ini hasil uji F menyatakan bahwa variabel literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh secara simultan atau bersama – sama terhadap perilaku konsumtif pengguna *Shopee paylater*. Pada tingkat literasi keuangan dengan pemahaman yang baik generasi millennial akan melakukan penyusunan anggaran, menyisihkan uang untuk ditabung, dan mempertimbangkan pembelian menggunakan *Shopee paylater* serta menghindari hutang yang bersifat konsumsi. Tetapi, apabila generasi millennial juga memiliki gaya hidup yang tinggi seperti selalu up to date pada mode trend (pakaian, sepatu, tas, dll), produk kecantikan, maupun gadget tanpa mempertimbangkan skala prioritas maka akan mendorong generasi millennial untuk berperilaku konsumtif.

Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin rendah tingkat literasi keuangan dan tingginya tingkat gaya hidup pada generasi millennial akan berpengaruh pada perilaku konsumtif dalam menggunakan *Shopee paylater* pada saat berbelanja online. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kusumaningtyas & Canda Sakti, 2017) yang menyatakan bahwa secara simultan literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan mengenai pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna *Shopee paylater* pada generasi millennial di DKI Jakarta dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Literasi keuangan memiliki hubungan yang negatif terhadap perilaku konsumtif pengguna *Shopee paylater* pada generasi millennial. dengan meningkatnya literasi keuangan maka perilaku konsumtif generasi millennial dalam menggunakan *Shopee paylater* akan lebih rendah.
2. Gaya hidup memiliki hubungan yang positif terhadap perilaku konsumtif pengguna *shopee paylater* pada generasi millennial. Gaya hidup yang semakin tinggi akan mendorong generasi millennial membeli barang-barang yang tidak sesuai dengan kebutuhan mereka sehingga dapat menjadi konsumtif dalam menggunakan *Shopee paylater*.
3. Literasi keuangan dan gaya hidup memiliki hubungan yang positif terhadap perilaku konsumtif pengguna *shopee paylater* pada generasi millennial. Hal ini menunjukkan bahwa jika tingkat literasi keuangan tidak dikelola dengan baik maka perilaku konsumtif generasi millennial dalam menggunakan *Shopee paylater* akan semakin konsumtif. Meskipun generasi millennial sudah menerapkan penyusunan anggaran, menyisihkan uang untuk ditabung, dan mempertimbangkan pembelian serta menghindari hutang yang bersifat konsumsi namun

apabila dibarengi dengan kegemarannya dalam berbelanja online maka akan tetap mempengaruhi perilaku konsumtif generasi millennial dalam menggunakan *Shopee paylater*.

DAFTAR PUSTAKA

- Amaliya, L., & Setiaji, K. (2017). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram, Teman Sebaya dan Status Sosial Ekonomi Orangtua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XI SMANegeri 1 Semarang). *Economic Education Analysis*.
- Dikria, O., & Sri, W. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Malang Angkatan 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Vol, 09, No.2*.
- Fauzia, A., & Nurdin. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Islam Bandung Angkatan 2015). *Prosiding Manajemen, 5(1)*, 79-84.
- Jati, W. (2015). Less Cash Society: Menakar Konsumerisme Baru Kelas Menengah Indonesia. *Jurnal Sosioteknologi*, 102-112.
- Kanserina, D., Haris, I., & Nuridja, I. (2015). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha Tahun 2015. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha, Vol 5, No 1*.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Managment New Jersey: Prentice Hall*.
- Kusumaningtyas, I., & Canda Sakti, N. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI IPS di SMA 1 Taman Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Ekonomi. Volume 5 Nomor 3*.
- Manik, Y., & Bukhori, M. (2019). Literasi keuangan dan pengaruhnya Terhadap Hedonisme Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro, Vol 7, No 2*, 66-76.
- Mien, N. T., & Thao, T. P. (2015). Factors Affecting Personal Financial Management Behaviors: Evidence from Vietnam . *Proceedings of the Second Asia-Pacific Conference on Global Business, Economics, Finance and Social Sciences (AP15 Vietnam Conference) ISBN: 978-1-63415-833-6 Danang-Vietnam*.
- OECD. (2016, 10 12). *OECD/INFE International Survey of Adult Financial Literacy Competencies*. Retrieved from OECD.org: <https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/OECD-INFE-International-Survey-of-Adult-Financial-Literacy-Competencies.pdf>
- Pontania, A. (2016). Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Gaya Hidup Hedonis Pada Siswa SMA negeri 4. *Jurnal Publikasi, 1, (1)*, 5-18.
- Qurotaa'ayun, Z., & Krisnawati, A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kota Bandung. *JAF (Jurnal of Accounting and Finance), Vol 3 No 1*.
- Rosyid, & Lina. (2018). Perilaku Konsumtif Berdasar Locus of control Pada Remaja. *Psikologika*, 5-13.
- Saadah, M. (2021, 04 30). *Trend paylater dan Perilaku Konsumtif Masyarakat*. Retrieved from Kumparan.com: <https://kumparan.com/masruosaadah/trend-paylater-dan-perilaku-konsumtif-masyarakat-1veXO9BMs37>
- Silalahi, R. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online. *Khazanah Ilmu Berazam, Vol 3, No 2*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV.

Analisis Pengaruh Persepsi Keamanan dan Risiko terhadap Keputusan Penggunaan antara Kartu ATM dan *Cardless Mobile Banking* BCA

Esi Arliyani¹⁾, Rahmanita Vidyasari²⁾

¹⁾Esi Arliyani, esi.arliyani.ak18@mhs.wpnj.ac.id, Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, 16425, Depok, Indonesia

²⁾Rahmanita Vidyasari, rahmanita.vidyasari@akuntansi.pnj.ac.id, Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, 16425, Depok, Indonesia

ABSTRACT

Cardless Mobile Banking is one of the newest technologies from BCA that can replace ATM cards and was first implemented in Indonesia, where the majority of users are people of productive age. This study aims to determine the security and risks in cash/non-cash withdrawal transactions using an ATM card or BCA Cardless Mobile Banking. This research method is quantitative using primary data obtained from distributing questionnaires to 100 respondents who are BCA users in JABODETABEK. The analytical technique used is the Independent Samples T Test test with an analytical tool, namely SPSS Version 26. The results of this study indicate that there are significant differences in the use of ATM and Cardless Cards in terms of security where Cardless is safer than ATM Cards. Meanwhile, in terms of risk, there are significant differences in the use of ATM and Cardless Cards, where ATM Cards are more risky than Cardless.

Keywords : *Security Perception, Risk Perception, ATM Use, Cardless Mobile Banking.*

ABSTRAK

Cardless Mobile Banking adalah salah satu teknologi terbaru dari BCA yang dapat menggantikan Kartu ATM dan pertama kali diterapkan di Indonesia, dimana dominasi penggunaannya merupakan masyarakat usia produktif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keamanan dan risiko dalam bertransaksi tarik tunai/non tunai menggunakan kartu ATM ataupun *Cardless Mobile Banking* BCA. Metode penelitian ini kuantitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan pengguna BCA di JABODETABEK. Teknik analisis yang digunakan adalah uji *Independent Samples T Test* dengan alat bantu analisis yaitu SPSS Versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan terhadap penggunaan Kartu ATM dan *Cardless* dari segi keamanan dimana *Cardless* lebih aman dibandingkan Kartu ATM. Sedangkan dari segi risiko terdapat perbedaan yang signifikan terhadap penggunaan Kartu ATM dan *Cardless*, dimana Kartu ATM lebih berisiko dibandingkan *Cardless*.

Kata Kunci: Persepsi Keamanan, Persepsi Risiko, Penggunaan ATM, *Cardless Mobile Banking*

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pesatnya pertumbuhan teknologi modern sudah memudahkan pekerjaan manusia, sehingga teknologi telah menjadi bagian dari kehidupan setiap orang. Pertumbuhan teknologi internet saat ini telah banyak digunakan di dunia perbankan dan industri yang ingin maju.

¹ Corresponding author. E-mail: esi.arliyani.ak18@mhs.wpnj.ac.id

Pertumbuhan ini terus tumbuh dengan memiliki keunggulan seperti membuat keterbaruan pada berbagai sistem, salah satunya adalah *Mobile Banking* yang bisa memudahkan serta memberikan layanan yg baik kepada nasabah. Adapun keterbaruan lainnya yang ada pada aplikasi *mobile banking* yaitu *cardless*. Dengan adanya keterbaruan yang ada pada *mobile banking cardless* dapat memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi tanpa menggunakan kartu ATM sehingga nasabah tidak kesulitan dalam bertransaksi.

Santoso Liem menyatakan terjadinya trend yang positif nasabah dalam menggunakan *Cardless Mobile Banking*, termasuk tarik tunai tanpa kartu debit di ATM BCA. Salah satu layanan yang ditawarkan BCA adalah fitur Tarik Tunai Tanpa Kartu (*Cardless*) di BCA mobile yang memungkinkan pengguna untuk menarik uang tunai tanpa kartu ATM. Nasabah cukup mengakses fitur *cardless* di BCA mobile dan dapat dengan mudah menarik uang tanpa kartu di ATM BCA. Nilai transaksi fitur *cardless* mencapai kurang lebih Rp 40 triliun sampai dengan agustus 2021. Transaksi tersebut oleh 18 juta nasabah dari sebanyak 62 juta transaksi (Wikanto, 2021).

Tabel 1.1 Jumlah Penggunaan Kartu ATM dan *Cardless* M-Banking BCA Tahun 2021

Jumlah Pengguna Kartu ATM	Jumlah Pengguna <i>Cardless</i>
24 Juta Nasabah	18 Juta Nasabah

Sumber : Kontan.co.id

Berdasarkan tabel 1.1 jumlah pengguna *cardless* sudah mencapai 75% dari jumlah pengguna ATM. Jumlah penggunaan kartu ATM lebih banyak digunakan dibandingkan dengan penggunaan *Cardless Mobile Banking* BCA dikarenakan penggunaan kartu ATM lebih dahulu digunakan oleh masyarakat, akan tetapi sangat bersiko terhadap adanya penipuan ataupun *hacker* dalam bertransaksi. Sedangkan penggunaan *Cardless Mobile Banking* memiliki beberapa *prosedure* yang sulit dimengerti oleh masyarakat dan memiliki waktu kadaluarsa kode setelah mengakses permintaan kode transaksi, akan tetapi lebih aman dari adanya penyadapan, *hacker* dan penipuan yang mengintai.

Hadirnya permasalahan yang dihadapi terkait dengan keamanan dan risiko dalam bertransaksi kepada nasabah secara langsung maupun tidak langsung dapat berdampak terhadap nasabah yang sedang melakukan transaksi melalui *mobile banking*. Berdasarkan fenomena di atas bahwa variabel persepsi keamanan berpengaruh positif pada penggunaan *mobile banking* bagi mahasiswa-mahasiswa di DKI Jakarta yang dilakukan oleh (Maria, Pambudi, & Kristianti, 2017), Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh (Bagastia, 2018) menunjukkan bahwa variabel risiko berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* bank BRI syariah di Semarang, (Afghani & Yulianti, 2017) menunjukkan bahwa keamanan dan risiko yang dirasakan tidak berpengaruh signifikan terhadap adopsi layanan *e-banking* bank BRI Surabaya.

Dilihat dari adanya penelitian terdahulu *mobile banking* telah banyak digunakan di era teknologi pada saat ini, kemudian faktor keamanan dan risiko sangatlah mempengaruhi masyarakat dalam penggunaan *mobile banking*. Apalagi dengan berkembangnya teknologi yang semakin maju telah memudahkan masyarakat untuk bertransaksi. Bedanya penelitian ini dengan terdahulu yaitu pada penelitian terdahulu hanya mengetahui keamanan dan risiko dari *mobile banking* sedangkan dalam penelitian ini membahas tentang keamanan dan risiko dari keterbaruan fitur yang ada pada *mobile banking* yaitu *cardless* kemudian dibandingkan dengan penggunaan kartu ATM. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk melakukan perbandingan

keamanan dan risiko terhadap keterbaruan teknologi antara ATM dan *Cardless Mobile Banking* BCA.

Berdasarkan penjabaran fenomena di atas, terdapat fenomena pada penggunaan Kartu ATM yaitu adanya penipuan yang mengintai, transfer ke rekening yang tidak dikenal, adanya pencurian data, hacker dan adanya risiko kehilangan kartu ataupun tertelannya kartu ATM. Hal tersebut menjadi salah satu kendala atau permasalahan yang sering terjadi dari cara mengambil uang tunai di ATM, terdapat pada kartu dalam keadaan terburu-buru, dan memungkinkan tertinggalnya kartu debit ataupun tertelan di tempat tinggal sehingga tidak bisa lagi untuk melanjutkan transaksi serta adanya penyadapan ataupun hacker. Sedangkan fenomena pada *Cardless Mobile Banking* yaitu adanya kendala jaringan system pada saat bertransaksi, dapat meminimalisir risiko terhadap kartu. Hal tersebut dikarenakan *Cardless Mobile Banking* membutuhkan internet untuk mengaksesnya. Akan tetapi, dengan adanya waktu yang ditentukan saat menggunakan *Cardless Mobile Banking* BCA dapat membuat nasabah terburu-buru dalam bertransaksi. Dengan latar belakang dan beberapa aspek yang dilihat maka diangkat penelitian ini dengan judul “**Analisis Pengaruh Persepsi Keamanan Dan Risiko Antara Penggunaan Kartu ATM Dan *Cardless Mobile Banking* BCA**”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang, maka rumusan masalah yang akan diteliti pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana persepsi keamanan berpengaruh dalam penggunaan Kartu ATM dan *Cardless Mobile Banking* ?
2. Bagaimana Risiko dapat berpengaruh dalam penggunaan Kartu ATM dan *Cardless Mobile Banking* ?
3. Bagaimana persepsi keamanan dan risiko berpengaruh secara simultan terhadap penggunaan Kartu ATM dan *Cardless Mobile Banking* ?

2. TINJAUAN PUSTAKA

ATM (Anjungan Tunai Mandiri/Automatic Teller Machine)

ATM (Anjungan Tunai Mandiri/*Automatic Teller Machine*) (Haryati, 2021) merupakan salah satu teknologi yang menerapkan konsep Proses Data berbasis *Digital Device* ini mempunyai dua bagian penting yaitu *Hardware* yang terdiri dari Unit Pemroses dalam hal ini PC, serta sistem device interface yang menghubungkan pemakai/*User* melalui suatu kartu magnetik, dan *Software* yang berfungsi sebagai *interface* yang menghubungkan *User* dengan Sistem dalam kaitan Data (Informasi). Kartu ATM merupakan kartu yang dapat digunakan untuk penarikan tunai baik di counter-counter bank maupun pada anjungan ATM. Dalam kartu ATM ini terdapat *Magnetic strip* yang merupakan suatu bentuk plastik pendek yang dilapisi dengan sistem magnet dan biasanya dilekatkan pada kartu kredit ataupun kartu berharga lainnya. Pada *magnetic strips* biasanya tertulis data pribadi pemegang kartu, yang berisi nomor rekening, nomor pribadi serta kode aksesnya. Dan tulisan ini ditulis dalam bentuk kode-kode tertentu, dan hanya bisa dibaca oleh komputer yang dilengkapi dengan mesin khusus untuk kartu *magnetic strip* tersebut.

Cardless Mobile Banking

Cardless Mobile Banking (Sulfata M. Anis, 2021) merupakan transaksi tanpa pemakaian kartu sama sekali. Cukup bermodalkan smartphone yang dilengkapi dengan aplikasi pembayaran digital saja. *Digital payment* ataupun yang biasa diketahui sebagai *e-payment* yakni sistem pembayaran elektronik melalui *platform online* yang dicoba secara *real*

time. Dengan tata cara *digital payment* ini, kita tidak perlu takut lagi jika suatu saat ketinggalan dompet dikarenakan lebih praktis. Tetapi situasi kemudahan ini memerlukan koneksi internet serta dukungan penyimpanan data. Riset Juniper pada 2017, transaksi *cardless* menguasai 90% transaksi di Amerika Serikat. Sedangkan di luar Amerika Serikat, 90% transaksi masih memakai kartu sebab terdapatnya rasa kepemilikan yang besar. Sementara itu di masa depan, tata cara *cardless* bisa jadi kunci pembayaran. *Cardless* pula dinilai lebih nyaman sebab minimnya potensi kehilangan uang ataupun kartu. Tidak hanya itu, buat mengakses akun pembayaran *cardless* serta melaksanakan pembayaran diperlukan *personal identification number* (PIN) ataupun sidik jari yang bersifat sangat *personal*. Apalagi bisa jadi saja, PIN serta sidik jari akan dilengkapi dengan metode autentifikasi personal yang lain. *Mobilitas digital payment* juga lebih cepat untuk bertransaksi.

Keamanan

Keamanan (Eid, 2011) didefinisikan sebagai keamanan pengguna saat melakukan transaksi *e-commerce*. Keamanan merupakan salah satu hal terpenting yang dipertimbangkan oleh setiap orang sebelum menggunakan suatu sistem. Tanpa keamanan yang memadai maka sulit untuk menarik minat dan keinginan masyarakat dalam menggunakan sistem tersebut dalam kesehariannya. Ada tiga faktor penting yang terkait dengan keamanan yaitu: tingkat pengetahuan dan kesadaran individu, kemampuan fisik dan mental untuk melakukan kemampuan memahami orang-orang disekitarnya dan lingkungannya. Konsep dasar keamanan terkait dengan kemampuan seseorang dalam menghindari bahaya, yang ditentukan oleh pengetahuan dan kesadaran serta motivasi orang tersebut untuk melakukan tindakan pencegahan. Ada tiga faktor penting yang terkait dengan keamanan yaitu: tingkat pengetahuan dan kesadaran individu, kemampuan fisik dan mental untuk melakukan upaya pencegahan, serta lingkungan fisik yang membahayakan atau berpotensi menimbulkan bahaya. Keamanan memiliki karakteristik yaitu:

- *Pervasiveness* (insidensi). Keamanan bersifat *pervasive* artinya luas memengaruhi semua hal. Artinya klien membutuhkan keamanan pada seluruh aktivitasnya seperti makan, bernapas, tidur, kerja, dan bermain.
- *Perception* (persepsi). Persepsi seseorang tentang keamanan dan bahaya memengaruhi aplikasi keamanan dalam aktivitas sehari-harinya. Tindakan penjagaan keamanan dapat efektif jika individu mengerti dan menerima bahaya secara akurat.
- *Management* (pengaturan). Ketika individu mengenali bahaya pada lingkungan klien akan melakukan tindakan pencegahan agar bahaya tidak terjadi dan itulah praktek keamanan.

Indikator Keamanan

Konsumen tidak akan melakukan pembelian tanpa adanya jaminan keamanan. Karena tanpa jaminan keamanan yang memadai tentunya akan menimbulkan kekhawatiran pada konsumen, yang pada akhirnya menghalangi mereka untuk melakukan pembelian. Adapun indikator keamanan menurut (Saputri, 2015) meliputi rasa khawatir saat memberikan informasi, jaminan keamanan dan jaminan kerahasiaan data.

Risiko

Risiko (Alexander, 2021) Risiko merupakan bagian dari proses pengambilan keputusan. manajemen risiko membantu manajemen untuk mengambil keputusan berdasarkan informasi yang cukup dengan mempertimbangkan bahwa suatu risiko dapat diterima atau penanganan risiko telah dilakukan secara efektif. Salah satu risiko terbesar penggunaan *m-banking* yaitu ancaman *hacker* serta penyalahgunaan rekening nasabah. Apabila nasabah tidak dilindungi

dengan sistem perlindungan yang memadai serta berlapis, bank terancam karena nasabah akan enggan melakukan transaksi melalui *m-banking*. Akan tetapi, risiko pemakaian *m-banking* pula terus menjadi gampang dimengerti dengan adanya kemudahan akses informasi melalui internet tentang penyalahgunaan layanan perbankan semacam *cracking*, *skimming*, serta *hacking* melalui ATM, kartu kredit, serta *m-banking*. Persepsi risiko sebagai suatu konsekuensi yang tidak diinginkan serta konsumen juga ingin menghindari risiko tersebut. Dua perihal penting yang perlu dimengerti pada persepsi risiko yaitu terdapatnya konsekuensi serta ketidakpastian, bagi pengguna konsekuensi ini merupakan *outcome* ataupun manfaat yang dirasakan setelah menggunakan suatu produk ataupun layanan.

Indikator Risiko

Menurut (Pavlou, 2010), Risiko yang dipersepsikan diukur dengan indikator sebagai berikut:

- Kemungkinan terdapat risiko pencurian
- Kemungkinan terdapat risiko penipuan dan merugikan

Keputusan Penggunaan

keputusan penggunaan (Kotler, 2016) merupakan bagian dari perilaku konsumen perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Keputusan merupakan pilihan yang dibuat dari sejumlah alternatif yang ada. Tidak hanya itu keputusan juga merupakan memilih suatu alternatif dari 2 pilihan ataupun lebih, untuk menentukan suatu pendapat. Penjelasan yang hampir sama dengan itu menurut Schiffman serta Kanuk keputusan selaku suatu tindakan dari 2 ataupun lebih pilihan alternatif. Sedangkan menurut Amini pengertian pengambilan keputusan dapat dilihat dari 2 segi yakni:

- Dari Segi etimologi pengambilan keputusan berarti mengambil serta menetapkan atas sesuatu. Keputusan merupakan sesuatu kesimpulan yang dijadikan pegangan setelah melakukan pertimbangan pertimbangan.
- Dari segi terminology pengambilan keputusan merupakan suatu proses penetapan sesuatu dengan mana penetapan itu dijadikan panduan referensi untuk kegiatan selanjutnya.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa pengetahuan merupakan dasar bagi seorang nasabah untuk mengambil keputusan menggunakan ATM ataupun *Cardless Mobile Banking BCA*. Jadi pengetahuan ini merupakan faktor penting bagi nasabah yang menggunakan ATM ataupun *Cardless Mobile Banking BCA*.

Indikator Keputusan Penggunaan

(Kotler, 2016) menjelaskan beberapa indikator keputusan penggunaan, antara lain meliputi :

- Sesuai dengan kebutuhan serta bermanfaat
- Memiliki pengetahuan dalam menggunakan produk
- Memberikan rekomendasi kepada orang lain adalah dengan memberitahukan dan menyarankan kepada orang lain untuk bergabung bahwa ada sesuatu dapat yang dipercaya
- Pemikiran bahwa berisiko

Kerangka dan Hipotesis Penelitian



Sumber : Data diolah, 2022

- H1= Faktor Keamanan berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan ATM dan *Cardless Mobile Banking* BCA.
- H2= Faktor Risiko berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan ATM dan *Cardless Mobile Banking* BCA.
- H3= Faktor Keamanan dan Risiko secara simultan bersama sama berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan ATM dan *Cardless Mobile banking* BCA.

3. METODOLOGI PENELITIAN

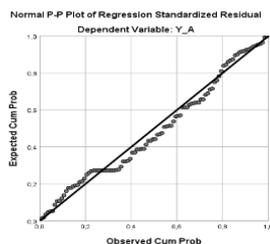
Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian yang dilakukan dengan pengumpulan data yang berbentuk angka, Penelitian ini menggunakan kuisisioner dengan metode survei diolah dengan menggunakan program SPSS 26. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna ATM dan *Cardless Mobile Banking* BCA di kalangan Masyarakat. Responden atau sampel yang dipilih adalah pengguna ATM dan *Cardless Mobile Banking* BCA dengan kriteria perempuan dan laki-laki kisaran usia 17 – 55 tahun se-JABODETABEK. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 26. Uji yang dilakukan adalah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, uji beda dua sampel Tidak Berhubungan (*Independent Samples T Test*)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik :

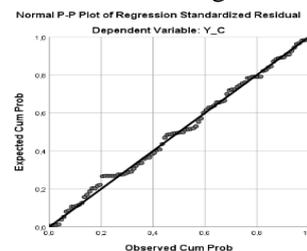
Uji Normalitas

Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas Kartu ATM BCA



Sumber : Lampiran SPSS 26 diolah 2022

Gambar 4.6 Hasil Uji Normalitas *Cardless* Mobile Banking BCA



Sumber : Lampiran SPSS 26 diolah 2022

Berdasarkan gambar 4.5 dan 4.6 diatas menunjukkan bahwa pengujian normalitas kartu ATM BCA berdistribusi normal. Hal ini dapat dilihat bahwa garis yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonal (tidak terpecah jauh dari garis lurus) sehingga persyaratan normalitas bisa terpenuhi. Untuk menegaskan hasil uji normalitas diatas maka

peneliti melakukan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* pada Kartu ATM BCA dan *Cardless* Mobile Banking BCA yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.6 Hasil Pengujian Normalitas Kartu ATM dan *Cardless*

		Tests of Normality					
		Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Variabel	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Total Variabel	Kartu ATM	,081	50	,200	,984	50	,742
	Cardless	,122	50	,062	,971	50	,266

*. This is a lower bound of the true significance.
a. Lilliefors Significance Correction

Sumber : Lampiran SPSS 26 diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.6 hasil uji normalitas yang telah dihitung pada transaksi penggunaan Kartu ATM dan *Cardless* menggunakan SPSS 26 diperoleh tingkat signifikansi pada *table Kolmogorov- Smirnov* sebesar 0.200 dan 0.62. apabila nilai signifikansi data yang diolah > 0.05 maka data dapat dikatakan berdistribusi secara normal. Diketahui tingkat signifikansi data yang diolah sebesar 0.200 dan 0.62 lebih besar dari 0.05 sehingga menunjukkan bahwa data tersebut terdistribusi secara normal.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Kartu ATM

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	5,142	1,368
	Keamanan	0,494	0,056
	Risiko	0,106	0,052

Sumber: Output SPSS versi 26 (Data diolah).

Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda *Cardless*

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	3,967	1,184
	Keamanan	0,542	0,077
	Risiko	0,203	0,062

Sumber: Output SPSS versi 26 (Data diolah).

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat nilai konstanta (nilai α) Kartu ATM sebesar 5,142 dan *Cardless* 3,967, kemudian untuk keamanan (nilai β) Kartu ATM sebesar 0,494 dan *Cardless* 0,542 serta untuk risiko (nilai β) Kartu ATM sebesar 0,106 dan *Cardless* 0,203.

Uji Hipotesis

Uji t (Parsial)

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini dan hasil uji t dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁: Faktor Keamanan (X₁) berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan ATM (Y₁) dan *Cardless* Mobile Banking BCA (Y₂)

H₂: Faktor Risiko (X₂) berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan ATM (Y₁) dan *Cardless* Mobile Banking BCA (Y₂).

Tabel 4.9 Hasil Uji t (Parsial) Kartu ATM

Variabel	T	Sig
Keamanan	8,852	0,000
Risiko	2,042	0,044

Sumber: Output SPSS versi 26 (Data diolah).

Tabel 4.10 Hasil Uji t (Parsial) Cardless

Variabel	T	Sig
Keamanan	7,047	0,000
Risiko	3,263	0,002

Sumber: Output SPSS versi 26 (Data diolah)

Tabel 4.7 dan 4.8 merupakan hasil dari perhitungan uji t (parsial) yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Faktor Keamanan (X^1) berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan Kartu ATM (Y^1) dan *Cardless Mobile Banking* BCA (Y^2) Menjawab hipotesis dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Berdasarkan hasil pengujian di atas, dapat dilihat bahwa nilai t hitung variabel keamanan (X^1) Kartu ATM sebesar 8,852 dan *Cardless* sebesar 7,047 sedangkan t tabel memiliki nilai sebesar 1,984. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai t hitung $>$ t tabel. Selain itu nilai sign. Variabel keamanan (X^1) Kartu ATM dan *Cardless* memiliki nilai $0,000 < 0,05$. Sehingga untuk menjawab hipotesis pertama yaitu H_1 diterima, yang berarti bahwa **keamanan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan kartu ATM dan Cardless Mobile Banking BCA**
- H_2 : Faktor Risiko (X^2) berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan ATM (Y^1) dan *Cardless Mobile Banking* BCA (Y^2) Berdasarkan hasil pengujian di atas, dapat dilihat bahwa nilai t hitung variabel risiko (X^2) Kartu ATM sebesar 2,042 dan *Cardless* sebesar 3,263 sedangkan t tabel memiliki nilai sebesar 1,984. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai t hitung $>$ t tabel. Selain itu nilai sign. Variabel risiko kartu ATM memiliki nilai $0,044 < 0,05$ dan *Cardless* memiliki nilai $0,002 < 0,05$. Sehingga untuk menjawab hipotesis kedua yaitu H^2 diterima, yang berarti **keamanan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan kartu ATM dan Cardless Mobile Banking BCA**

Tabel 4.11 Hasil Uji F (Simultan) Kartu ATM

Variabel	F	Sig
1 Regression	42,650	0,000

Sumber: Data diolah SPSS versi 26

Tabel 4.12 Hasil Uji F (Simultan) Cardless

Variabel	F	Sig
1 Regression	62,755	0,000

Sumber: Data diolah SPSS versi 26

Berdasarkan tabel 4.9 dan 4.10 di atas, di peroleh nilai F hitung kartu ATM sebesar 40,650 dan *Cardless* sebesar 62,755, signifikansi 0,000 dan nilai F tabel sebesar 3,09. Maka dapat diketahui bahwa nilai F hitung lebih besar daripada F tabel dan nilai signifikansi juga menunjukkan angka yang $< 0,05$ yaitu sebesar 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu Keamanan (X^1) dan Risiko (X^2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan ATM (Y^1) dan *Cardless Mobile Banking* BCA (Y^2). Dari pernyataan tersebut maka H_3 dapat diterima.

Uji Hasil Uji Independent Samples T Test Uji Beda Variabel Keamanan

Tabel 4.13 Hasil Uji Group Statistik Keamanan

Group Statistics					
	Penggunaan	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Keamanan	Kartu ATM	50	17,1000	2,88026	,40733
	Cardless	50	19,7600	2,91765	,41262

Sumber : Lampiran SPSS 26 diolah 2022

Hasil output Group Statistics pada tabel 4.7 adapun *Mean* untuk keamanan pada penggunaan Kartu ATM adalah 17.10, sedangkan *Cardless* adalah 19.76. Standard Deviation nilai keamanan penggunaan Kartu ATM adalah 2.880, sedangkan *Cardless* adalah 2.917. *Standard Error Mean* untuk pengguna Kartu ATM adalah 0.407, sedangkan *Cardless* adalah 0.412 dan dapat disimpulkan bahwa nilai *Mean* keamanan pengguna *Cardless* lebih aman dibandingkan penggunaan Kartu ATM BCA.

Tabel 4.14 Hasil Uji *Independent Samples T Test* Keamanan

Independent Samples Test											
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means							
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference		
										Lower	Upper
Keamanan	Equal variances assumed	0,444	0,507	-4,588	98	0,000	-2,66000	0,57980	-3,81060	-1,50940	
	Equal variances not assumed			-4,588	97,984	0,000	-2,66000	0,57980	-3,81060	-1,50940	

Sumber : Lampiran SPSS 26 diolah 2022

Hasil output *independent samples test* di atas dapat dilihat nilai signifikansi dari uji F sebesar $0.507 > 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa data keamanan antara Kartu ATM dan *Cardless* memiliki varian yang sama. Jadi uji t (*Independent Samples T Test*) menggunakan nilai *Equal variances assumed*. Menentukan t tabel dengan derajat kebebasan (df) sebesar 98. Sehingga dengan hasil uji 2 sisi ($0,05 : 2 = 0.025$) diperoleh t tabel sebesar 1.984. Hasil perhitungan uji t diperoleh dari variabel keamanan, nilai t hitung $>$ t tabel ($4.588 > 1.984$) dan nilai signifikansi (*sig. 2-tailed*) $0.000 < 0.05$ maka hipotesis diterima artinya terdapat perbedaan yang signifikan penggunaan konsumen terhadap Kartu ATM dan *Cardless* Mobile Banking BCA dari segi keamanan.

Uji Beda Variabel Risiko

Tabel 4.15 Hasil Uji *Group Statistik* Risiko

	Penggunaan	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Risiko	Kartu ATM	50	17,4000	2,53144	,35800
	Cardless	50	18,9800	2,69913	,38171

Sumber : Lampiran SPSS 26 diolah 2022

Hasil output Statistics pada tabel 4.9 adapun nilai Mean untuk risiko pada penggunaan Kartu ATM adalah 17.40, sedangkan *Cardless* adalah 18.98. Standard Deviation nilai risiko Kartu ATM adalah 2.531, sedangkan *Cardless* adalah 2.699. Standard Error Mean untuk Kartu ATM adalah 0.358, sedangkan *Cardless* adalah 0.381 dan dapat disimpulkan bahwa nilai Mean risiko Kartu ATM lebih beresiko dibandingkan *Cardless* Mobile Banking BCA.

Tabel 4.16 Hasil Uji Independent Samples T Test Risiko

		Independent Samples Test									
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means							
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference		
										Lower	Upper
Risiko	Equal variances assumed	0,247	0,620	2,214	98	0,029	1,16000	0,52385	0,12044	2,19956	
	Equal variances not assumed			2,214	97,576	0,029	1,16000	0,52385	0,12038	2,19962	

Sumber : Lampiran SPSS 26 diolah 2022

Hasil output *Independent samples test* di atas dapat dilihat nilai signifikansi dari uji F sebesar $0.620 > 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa data risiko antara Kartu ATM dan *Cardless* memiliki varian yang sama. Jadi uji t (*Independent Samples T Test*) menggunakan nilai *Equal variances assumed*. Menentukan t tabel dengan derajat kebebasan (df) sebesar 98. Sehingga dengan hasil uji 2 sisi ($0.05 : 2 = 0.025$) diperoleh t tabel sebesar 1.984. Hasil perhitungan uji t diperoleh dari variabel risiko, nilai t hitung $>$ t tabel ($2.214 > 1.984$) dan nilai signifikansi (*sig.2-tailed*) $0.029 < 0.05$ maka hipotesis diterima artinya terdapat perbedaan yang signifikan transaksi penggunaan konsumen terhadap Kartu ATM dan *Cardless* Mobile Banking BCA.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap penggunaan Kartu ATM dan *Cardless* Mobile Banking BCA mengenai analisis pengaruh persepsi keamanan dan risiko terhadap penggunaan antara Kartu ATM dan *Cardless* Mobile Banking BCA, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- Keamanan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan Kartu ATM dan *Cardless* Mobile Banking BCA. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat keamanan dalam bertransaksi menggunakan Kartu ATM dan *Cardless* Mobile Banking BCA maka pengguna akan memutuskan untuk terus menggunakan Kartu ATM dan *Cardless* Mobile Banking BCA dalam bertransaksi tarik tunai melalui mesin ATM. Adanya perbandingan peningkatan jumlah pengguna dalam bertransaksi terhadap Kartu ATM dan *Cardless* Mobile Banking BCA yang menunjukkan bahwa penggunaan *Cardless* telah merasa aman dibandingkan penggunaan Kartu ATM dalam bertransaksi. Sehingga hal ini dijadikan pilihan oleh masyarakat pengguna BCA dalam bertransaksi lebih aman dengan memutuskan untuk menggunakan *Cardless* Mobile Banking BCA.
- Risiko penggunaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan Kartu ATM dan *Cardless* Mobile Banking BCA. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat risiko dalam bertransaksi menggunakan Kartu ATM dan *Cardless* Mobile Banking BCA maka pengguna akan memutuskan untuk terus menggunakan Kartu ATM dan *Cardless* Mobile Banking BCA dalam bertransaksi tarik tunai melalui mesin ATM. Adanya perbandingan peningkatan jumlah pengguna dalam bertransaksi terhadap Kartu ATM dan *Cardless* Mobile Banking BCA yang menunjukkan bahwa penggunaan Kartu ATM berisiko dibandingkan dengan *Cardless* Mobile Banking BCA dalam bertransaksi. Sehingga hal ini dijadikan pilihan oleh masyarakat pengguna BCA dalam bertransaksi minim risiko dengan memutuskan menggunakan *Cardless* Mobile Banking BCA.
- Persepsi keamanan dan risiko berpengaruh secara simultan terhadap keputusan penggunaan Kartu ATM dan *Cardless* Mobile Banking BCA. Hal ini menunjukkan bahwa bertransaksi menggunakan Kartu ATM dan *Cardless* Mobile Banking BCA merasakan

keamanan yang telah didapatkan ketika menggunakan Kartu ATM dan *Cardless Mobile Banking* BCA dan juga pengguna merasakan adanya minim resiko dalam bertransaksi menggunakan Kartu ATM dan *Cardless Mobile Banking* BCA sehingga mereka memutuskan untuk menggunakannya dalam bertransaksi melalui mesin ATM. Dengan adanya perbandingan peningkatan jumlah pengguna Kartu ATM dan *Cardless Mobile Banking* BCA pada persepsi keamanan dan risiko juga membuktikan bahwa mereka telah percaya dan memutuskan untuk terus bertransaksi menggunakan Kartu ATM dan *Cardless Mobile Banking* BCA.

Saran

Berdasarkan penelitian ini pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

- Bagi PT Bank Central Asia Tbk
Berdasarkan hasil penelitian ini, pengguna BCA paling banyak adalah kalangan pelajar atau mahasiswa dan domisili terbanyak adalah Depok yang mana lebih cepat tanggap dengan adanya perkembangan teknologi. Oleh sebab itu, diharapkan Bank Central Asia Tbk (BCA) untuk terus melakukan inovasi dan pengembangan dengan seiringnya perkembangan teknologi terutama pada jaringan system yang sering terjadi kendala dan risiko dari adanya penyadapan ataupun hacker pada saat melakukan transaksi.
- Bagi Penelitian Selanjutnya
Penelitian ini menggunakan variabel persepsi keamanan penggunaan dan risiko penggunaan yang mana kedua variabel tersebut berpengaruh secara simultan terhadap keputusan penggunaan dalam bertransaksi melalui mesin ATM. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan agar memperluas faktor-faktor lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan penggunaan Kartu ATM dan *Cardless Mobile Banking* BCA. Seperti kemudahan, kualitas layanan, kenyamanan, manfaat dan faktor lainnya yang mempengaruhi keputusan pengguna dalam bertransaksi menggunakan Kartu ATM dan *Cardless Mobile Banking* BCA.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Afghani, M., & Yulianti, E. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, Serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi E-Banking di Bank BRI Surabaya. *Journal Of Business and Banking*.
- Alexander, T. (2021). *Manajemen Risiko Bisnis*. Penerbit Andi.
- Eid. (2011). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Perilaku Wajib Pajak untuk Menggunakan E-filling. *Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro*.
- Haryati, D. (2021). *Sistem Informasi Perbankan*. Insan Cendekia Mandiri.
- Hossain, M. A. (2019). Security perception in the adoption of mobile payment and the moderating effect of gender.
- Kotler, A. (2016). *Principles Of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Maria, L., Pambudi, R., & Kristianti. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Tingkat Keamanan, dan Fitur Layanan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Pada Mahasiswa di DKI Jakarta. *Akuntansi*.

- Pramesti, W., & Nawangsari, S. (2017). pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Tokopedia.com). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*.
- Rahmawati, Y., & Rahmi. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet. *Journal of Economics and Banking*.
- Sina, & Garlans, P. (2017). Financial Contemplation Seri 1. In P. G. Sina, *Financial Contemplation Seri 1* (p. 100). Guepedia.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sulfata M. Anis, J. A. (2021). *Peningkatan Ekonomi Masyarakat menuju Era Society 5.0 Ditengah Pandemi Covid-19*. Penerbit Insania.

Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Risiko dan Keamanan terhadap *Impulse Buying* Pengguna SPaylater (Shopee Paylater) di Jadetabek

Adela Rossa¹⁾,

adela.rossa.ak18@mhs.wpnj.ac.id

Fathir Ashfath²⁾,

fathir.ashfath@akuntansi.pnj.ac.id

¹⁾ Politeknik Negeri Jakarta, adela.rossa.ak18@mhs.wpnj.ac.id, Depok, 16425, Depok, Indonesia

²⁾ Politeknik Negeri Jakarta, fathir.ashfath@akuntansi.pnj.ac.id, Depok, 16425, Depok, Indonesia

ABSTRACT

The development of the digital world is driving digital transformation in the retail and financial, thereby making changes to consumer spending trends. Currently, *e-commerce* provides various payment methods to make consumers comfortable, one of which is the *paylater* feature. Shopee, the largest *e-commerce* in ASEAN with 33.27 million daily visitors, launched its *paylater* feature under the name SPaylater. According to DSInnovate, Spaylater is the most widely used *paylater* service by consumers throughout 2021. Based on TAM theory, perceptions of ease of use, trust, security are the reasons why someone uses the technology or system. In addition, the perception of risk is one of the factors that determine consumer behavior in shopping. Therefore, this study wanted to find out how perceptions of ease of use, trust, risk and security can affect impulse buying behavior on SPaylater users. The data used in this study is primary data obtained from a sample of 200 respondents using SPaylater in Jadetabek. The analysis used in this study uses multiple linear regression analysis with the SPSS version 22 program. The results of this study indicate that the ease of use, trust and security in the SPaylater feature can lead to impulse buying behavior for SPaylater users in Jadetabek. Meanwhile, the perception of risk has no impact on the impulse buying behavior of SPaylater users in Jadetabek. In addition, ease of use, trust, risk and security can simultaneously lead to impulse buying behavior of SPaylater users in Jadetabek.

Keywords: *Impulse Buying; Multiple Linear Regression Analysis; paylater; Technology Acceptance Model.*

ABSTRAK

Perkembangan dunia digital mendorong transformasi digital dalam dunia ritel dan keuangan sehingga membuat perubahan pada tren belanja konsumen. Saat ini *e-commerce* menyediakan berbagai macam metode pembayaran agar membuat konsumen nyaman salah satunya metode *paylater*. Shopee merupakan *e-commerce* terbesar ASEAN dengan jumlah pengunjung harian mencapai 33,27 juta meluncurkan fitur *paylater*nya dengan nama SPaylater. Menurut DSInnovate, Spaylater merupakan layanan *paylater* yang paling banyak digunakan oleh konsumen sepanjang tahun 2021. Berdasarkan teori TAM, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, keamanan yang menjadi alasan mengapa

¹ Adela Rossa. E-mail: adela.rossa.ak18@mhs.wpnj.ac.id

² Fathir Ashfath. E-mail: fathir.ashfath@akuntansi.pnj.ac.id

seseorang menggunakan teknologi atau sistem tersebut. Selain itu, persepsi risiko merupakan salah satu faktor yang menentukan perilaku konsumen dalam berbelanja. Oleh karena itu, penelitian ini ingin mengetahui bagaimana persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, risiko dan keamanan dapat mempengaruhi perilaku *impulse buying* pada pengguna SPaylater. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dari sampel sebanyak 200 responden pengguna SPaylater di Jadetabek. Analisis yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan program SPSS versi 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan adanya kemudahan penggunaan, kepercayaan dan keamanan pada fitur SPaylater dapat menimbulkan perilaku *impulse buying* bagi pengguna SPaylater di Jadetabek. Sedangkan, persepsi risiko tidak berdampak pada perilaku *impulse buying* pengguna SPaylater di Jadetabek. Selain itu, kemudahan penggunaan, kepercayaan, risiko dan keamanan secara bersamaan dapat menimbulkan perilaku *impulse buying* pengguna SPaylater di Jadetabek.

Kata Kunci: Analisis Regresi Linear Berganda; *Impulse Buying*; *paylater*; Pembelian Impulsif; *Technology Acceptance Model*.

PENDAHULUAN

Pada bidang layanan keuangan pemanfaatan berbagai teknologi membawa perubahan yang signifikan dan perubahan tersebut dapat terlihat dari empat aspek yang mendorong perubahan karakteristik layanan keuangan masa depan diantaranya perubahan ekspektasi konsumen, peningkatan kualitas produk dan layanan menggunakan data, kemunculan kemitraan baru dengan *financial technology* dan *big technology companies*, serta perubahan model bisnis dari konvensional menjadi digital (OJK, 2021). Perkembangan dunia digital dan pemerintah yang mendukung transformasi digital menjadi tantangan yang berat untuk beberapa perusahaan ritel karena hal tersebut membuat perubahan tren belanja konsumen.

Transaksi digital yang berkembang semakin memudahkan konsumen untuk mendapatkan barang yang diinginkan tanpa keluar rumah. Sehingga untuk mengatasinya beberapa industri ritel melakukan efisiensi toko fisik dan mulai masuk ke dunia *online*. Persepsi konsumen mengenai jarak, harga, promosi, tempat yang telah ditetapkan oleh perusahaan selama ini yang mempengaruhi perubahan perilaku konsumen (Kotler dan Keller, 2012). Kemudahan yang ditawarkan oleh toko *online* merupakan alasan terbesar terjadinya pola perilaku pembelian berubah dari toko *offline* ke toko *online*, namun kemudahan yang ditawarkan masih banyak faktor yang membuat konsumen ragu untuk berbelanja *online* diantaranya risiko penipuan baik dalam segi kualitas maupun sistem pembayaran (Fakri, 2016). Oleh karena itu, biasanya apabila risiko penggunaan dapat diatasi dengan baik maka kemudahan dan kepercayaan konsumen dapat membuat konsumen melakukan *repeat order*.

E-commerce saat ini merupakan tempat proses transaksi jual beli yang paling sering digunakan karena kemudahan dan efisiensi dalam bertransaksi. Untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan konsumen, *e-commerce* menyediakan berbagai macam layanan keuangan agar memfasilitasi pembayaran pada transaksi *e-commerce* lebih mudah salah satunya pembayaran menggunakan fitur *paylater*. *Paylater* merupakan alternatif metode pembayaran yang dapat menunda atau mencicil pembayaran ketika membeli sesuatu melalui suatu platform salah satunya *e-commerce*. Fitur ini sama seperti layanan pinjaman *online* tanpa kartu kredit. Diperkirakan dari hasil riset yang dilakukan oleh DSInnovate (DailySocial.id) survei pada *Fintech Report 2020*, *paylater* merupakan salah satu *fintech* produk ketiga teratas yang paling banyak digunakan di Indonesia dan dalam jangka panjang Belanja Konsumen Indonesia diproyeksikan akan mengalami tren sekitar Rp1.585.314 miliar pada tahun 2022 dan Rp1.680.433 miliar pada tahun 2023, menurut model ekonometrik. Sehingga dalam hal ini *e-commerce* mulai melakukan pengembangan terhadap fitur *paylater*.

Salah satu *e-commerce* terbesar di ASEAN adalah Shopee. Hasil riset yang dilakukan oleh perusahaan riset pasar dunia, Ipsos, pada akhir tahun 2021, jumlah pengunjung aktif harian Shopee mencapai 33,27 juta dengan jumlah transaksi tertinggi dalam kurun tiga bulan mencapai 41 persen (Darmawan, 2022). Oleh karena itu, agar memudahkan transaksi konsumen, *e-commerce* bekerja sama dengan perusahaan *fintech* dalam menyediakan layanan *paylater* tersebut. Pada Shopee *e-commerce*, fitur *paylater*nya disebut dengan SPaylater (Shopee *paylater*). Dari hasil survei DSInnovate (2021), konsumen paling banyak menggunakan layanan SPaylater sepanjang tahun 2021 dengan persentase mencapai 78,4%.

Menurut Kominfo (2021), *paylater* mempunyai potensi besar untuk menjadi pilihan utama dalam pembayaran kredit selama distribusi kartu kredit tidak mengalami pertumbuhan secara eksponensial termasuk untuk kelas menengah ke bawah. Generasi Milenial dan Generasi Z memiliki kecenderungan konsumsi digital yang tinggi. Selain itu, mengaktifkan fitur *paylater* mempunyai syarat dan pengajuan yang mudah dibandingkan Kartu Kredit. Meskipun bunga dari fitur *paylater* lebih tinggi akan tetapi konsumen tetap lebih suka melakukan transaksi dengan fitur *paylater* karena prosesnya cepat dan untuk keamanannya sudah dilindungi dan diawasi oleh OJK. Hal ini dikhawatirkan bahwa konsumen menjadi *impulse buying* tanpa memperhatikan kemampuan dan kesanggupan secara finansial.

Pembelian secara *impulsive* merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu produk dengan spontan dan segera (Rook dan Fisher, 1995). Selain itu, 40 sampai 80 persen dari total pembelian dapat disebabkan oleh *impulse behavior*, berdasarkan pada tipe produk (Amos et al, 2014). Menurut Iram dan Chacharkar (2017), mengidentifikasi hubungan erat antara teknologi dan fenomena pembelian *impulsive* itu memungkinkan. Penggunaan *paylater* oleh pengguna *e-commerce* di Indonesia dapat memberikan pengaruh pada perilaku *impulse buying* karena pengguna merasakan kemudahan serta manfaat dari teknologi tersebut dalam bertransaksi *online* (Sari, 2020).

Berdasarkan uraian diatas, transformasi digital membuat perilaku konsumen terhadap berbelanja berubah. Berbelanja *online* lebih diminati karena kemudahan saat berbelanja dan dapat mengefisiensi tenaga serta waktu, Kemudahan dalam pembayaran juga menjadi alasan mengapa tren belanja berubah menjadi *online*. Saat ini pemerintah sedang sangat memperhatikan sistem pembayaran digital yang ada di Indonesia terutama sistem *paylater*. Hal ini dikarenakan peningkatan penggunaan *paylater* pada setiap platform yang menyediakan namun regulasi yang belum sempurna sehingga masih banyak *fraud* yang terjadi pada sistem pembayaran *paylater*. Salah satu *paylater* yang paling banyak digunakan oleh konsumen adalah SPaylater. Dari penelitian sebelumnya, fitur *paylater* memiliki pengaruh terhadap perilaku *impulse buying* konsumen namun penelitian tersebut dilakukan pada seluruh *platform* yang menyediakan fitur *paylater*. Dikarenakan Shopee *e-commerce* merupakan salah satu *e-commerce* terbesar di ASEAN dan SPaylater merupakan fitur *paylater* yang paling banyak digunakan di Indonesia maka penulis membuat SPaylater sebagai objek penelitian ini dan dalam penelitian ini, SPaylater dijadikan variabel moderasi untuk mengetahui apakah terdapat indikasi perilaku *impulse buying* jika menggunakan SPaylater. Oleh karena itu, penelitian ini berjudul **“Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Risiko dan Keamanan terhadap Impulse Buying pengguna SPaylater (Shopee Paylater) di Jadetabek”**.

TINJAUAN PUSTAKA

E-commerce

Menurut Romindo et al (2019), *e-commerce* adalah hasil teknologi informasi yang berkembang dengan cepat terhadap proses pembelian, penjualan atau pengantian produk, pelayanan dan informasi melalui sistem elektronik seperti internet, televisi dan jaringan komputer lainnya. *E-commerce* memiliki karakteristik antara lain, transaksi antara dua belah pihak yaitu pembeli dan penjual, pertukaran barang, jasa, dan informasi serta sistem elektronik seperti internet, televisi, dan jaringan komputer lainnya.

Financial Technology

Financial Technology atau biasa disebut dengan *Fintech* merupakan inovasi teknologi yang dikolaborasikan dengan jasa keuangan yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat yang dapat mempermudah, mempercepat dan memperluas produk keuangan di masyarakat. *Fintech* telah membantu perusahaan *start-up* dalam menekan biaya modal dan biaya operasional yang tinggi di awal dan membuat perubahan pada sistem pembayaran di masyarakat sehingga hal ini membuat industri *Fintech* salah satu layanan jasa keuangan yang populer di era digital saat ini. (Bank Indonesia, 2020).

Paylater

Paylater adalah metode pembayaran yang memfasilitasi pembayaran kredit atau angsuran tanpa perlu menggunakan kartu kredit dengan limit yang spesifik. Hal ini memungkinkan untuk membuat transaksi sekarang dan membuat pembayaran dikemudian hari atau biasanya dengan tenor 30 hari. *paylater* banyak dimanfaatkan oleh *e-commerce*, *marketplace*, perusahaan digital dan lainnya agar konsumen mudah melakukan transaksi serta memenuhi kebutuhan hidup.

Shopee paylater (SPaylater)

Shopee *paylater* (SPaylater) merupakan produk dari layanan keuangan yang digunakan sebagai salah satu metode pembayaran dengan fitur *paylater* dalam sebuah *platform e-commerce* Shopee. SPaylater adalah hasil dari kerja sama antara Shopee International Indonesia dengan PT Commerce Finance. SPaylater ini memungkinkan pengguna Shopee untuk membeli barang yang diinginkan dan dapat membayarnya dikemudian hari pada saat jatuh tempo.

Persepsi Kemudahan Penggunaan

Berdasarkan Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam (Darmayanti, Purnamawati, & Prayudi, 2017), persepsi kemudahan penggunaan pada sebuah teknologi dijadikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang mempercayai bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan dalam melakukan suatu pekerjaan dikarenakan dengan menggunakan sistem, suatu pekerjaan dapat dilakukan lebih efisien. Kemudahan penggunaan dapat mengurangi usaha seseorang dalam mempelajari sistem ataupun teknologi. Hal ini dikarenakan seseorang yakin bahwa sistem ataupun teknologi tersebut mudah untuk dipahami. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna (*user*) dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan dikarenakan apabila sistem sering digunakan, dapat menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya dalam bekerja.

Persepsi Kepercayaan

Salah satu faktor yang menjadi dasar pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan menggunakan adalah tingkat kepercayaan. Menurut McKnight, Kacmar, dan Choudhury (2002), perilaku ekonomi di era Revolusi Industri 4.0, untuk menganalisis tingkat kepercayaan terdapat dua dimensi yaitu dimensi yang mampu membangun *trust* seseorang antara lain dimensi *trust believe* dan *trust intention*. *Trust believe* karakteristik seseorang yang menguntungkan untuk menumbuhkan rasa percaya kepada suatu kelompok lain dalam hal ini penilaian konsumen atau pihak yang yakin terhadap *online shop* dengan adanya karakteristik yang diciptakan maka pembeli akan mempercayai keberadaannya. Elemen yang dapat membangun *trust* adalah *benevolence*, yaitu kebaikan penjual sangat dipercaya dan berniat baik kepada pembeli. *Trust intention* adalah kesediaan pelanggan yang bergantung pada penyedia barang sampai dengan sanggup menerima risiko dan hal-hal yang mempunyai dampak negatif yang akan terjadi disebut dengan *willingness to depend*.

Persepsi Risiko

Persepsi risiko merupakan suatu dampak atau kemungkinan yang tidak diharapkan oleh pengguna pada saat penggunaan suatu sistem (Rahayu, 2018). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa persepsi risiko merupakan tanggapan konsumen dengan keyakinan barang atau jasa yang

digunakannya berisiko atau tidak. Tingginya risiko akan menyebabkan kurangnya kepercayaan pengguna terhadap teknologi yang mereka gunakan (Cania, 2018).

Persepsi Keamanan

Keamanan merupakan alasan utama konsumen ragu melakukan transaksi secara daring. Hal ini dikarenakan tidak adanya tatap muka antara pedagang dengan pembeli atau konsumen. Menurut Udo (2001), ada hubungan yang erat antara keamanan dan privasi. Sementara privasi terkait dengan data diri konsumen, keamanan berkaitan dengan kecelakaan ketika ada data konsumen yang dicuri oleh pihak ketiga misalnya *hacker* yang terkadang tidak dapat diidentifikasi dengan mudah siapa pencurinya. Sedangkan Eid (2011) mengatakan persepsi keamanan dapat diartikan sebagai persepsi konsumen atas keamanan ketika melakukan transaksi *e-commerce*.

Perilaku Impulse Buying

Impulse buying adalah pembelian yang tidak terencana dan yang tidak diinginkan sebelumnya oleh pembeli atau pembelian secara spontanitas tanpa perencanaan sebelumnya. Perilaku *Impulse buying* diklasifikasikan menjadi empat tipe antara lain *pure*, *suggestive*, *reminder*, dan *planned impulse buying* (Nagadeepa et al, 2021). Menurut Rook dan Fisher (1995) dalam Sosianika dan Juliani (2017), terdapat skala untuk mengukur kecenderungan konsumen melakukan pembelian secara impulsif antara lain, spontanitas berbelanja (*Urgue to purchase*), emosi untuk berbelanja (*Positive affect*), gairah untuk berkeliling toko (*In store browsing*), senang berbelanja (*Shopping enjoyment*), intensitas waktu untuk berbelanja (*Time available*), bersedia mengeluarkan dana mendadak untuk berbelanja (*Money available*), dan ketidakpedulian sebab akibat dalam berbelanja (*Impulse buying tendency*). Skala tersebut dirancang untuk mengukur pembelian impulsif secara umum. Semakin tinggi nilai dalam skala tersebut akan menunjukkan semakin tinggi intensitas konsumen mengalami pembelian secara impulsif. Dalam penelitian ini skala yang digunakan untuk mengukur perilaku *impulse buying* konsumen yaitu spontanitas berbelanja (*Urgue to purchase*) dan ketidakpedulian sebab akibat dalam berbelanja (*Impulse buying tendency*).

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan objek penelitian Kemudahan Penggunaan (X1), Kepercayaan (X2), Risiko (X3), dan Keamanan (X4) yang akan menjadi variabel bebas (*independent variable*), sedangkan untuk variabel terikat (*dependent variable*) yaitu perilaku *Impulse Buying* (Y) pada pengguna Shopee *paylater* di Jadetabek. Selain itu, *paylater* menjadi variabel moderasi pada penelitian ini. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan syarat yaitu responden adalah pengguna Shopee *paylater* di Jadetabek dengan minimal tiga kali transaksi yang dilakukan di Shopee dalam sebulan dan memiliki tagihan *Spaylater* minimal tiga transaksi.

. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan menjadi 200 responden. Sumber data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dengan menggunakan sumber data primer yaitu tanggapan responden yang diperoleh melalui angket atau kuesioner dengan skala likert 1-5. Selain itu, metode pengumpulan data yang juga digunakan untuk mendapatkan data yang diperlukan adalah studi kepustakaan. Dalam penelitian ini, terlebih dahulu dilakukan uji instrumen data dan uji asumsi klasik. Apabila data telah lulus uji instrumen dan asumsi klasik, selanjutnya untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini, digunakan teknik analisis linear berganda dan pengujian hipotesis (t-test, F test, dan R²). Data diolah menggunakan alat bantu *software* SPSS versi 22, hal ini dikarenakan setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini diukur melalui indikator pernyataan yang terdapat pada kuesioner.

HASIL DAN PEMBAHASAN

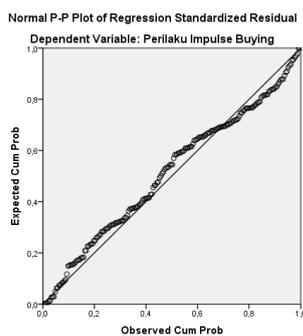
Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji instrumen data dilakukan karena setiap variabel dalam penelitian ini diukur melalui pernyataan dalam suatu instrumen (kuesioner). Uji yang dilakukan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Setelah dilakukan uji validitas, diketahui bahwa seluruh item yang terdapat pada kuesioner untuk mengukur Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_1), Kepercayaan (X_2), Risiko (X_3), Keamanan (X_4) dan Perilaku *Impulse Buying* (Y) dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan nilai r hitung setiap item pernyataan lebih besar dari r tabel (r hitung $>$ r tabel). Untuk uji reliabilitas, diketahui bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan untuk mengukur setiap variabel dalam kuesioner dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *cronbach's alpha* $>$ 0,06.

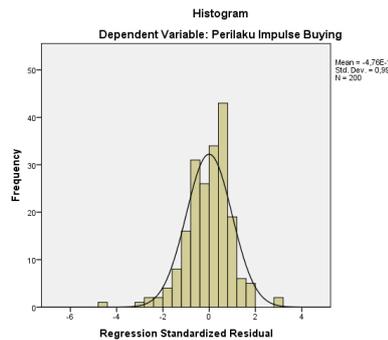
Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji grafik *normal probability plot* dan uji *one-sample kolmogorov smirnov*.



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas (P-Plot)
Sumber: *Output SPSS v.22*



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas (*Histogram*)
Sumber: *Output SPSS v.22*

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		200
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,05002480
Most Extreme Differences	Absolute	,074
	Positive	,059
	Negative	-,074
Test Statistic		,074
Exact Sig. (2-tailed)		,209
Point Probability		,000

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Sumber: *Output SPSS v.22*

Dapat dilihat pada grafik p-plot bahwa titik – titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Tidak ada data yang menyebar jauh dari sebaran data. Maka, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal sehingga dapat dikatakan model regresi yang digunakan layak. Untuk menegaskan hasil uji normalitas melalui grafik p-plot dan histogram, dapat dilakukan uji *One-Sample Kolmogorov Smirnov*. Berdasarkan tabel 1 di atas bahwa nilai Exact. Sig dari hasil uji *One-Sample Kolmogorov Smirnov Test* sebesar 0,209. Maka, nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

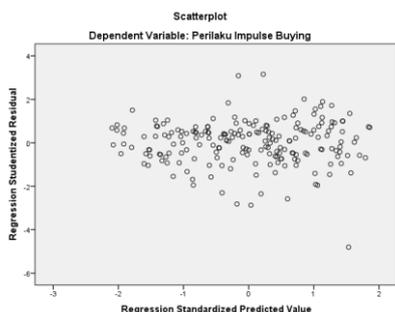
Model	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
Kemudahan Penggunaan	0,767	1,304
Kepercayaan	0,540	1,851
Risiko	0,604	1,655
Keamanan	0,475	2,104

Sumber : *Output SPSS v.22 (Data Diolah), 2022*

Berdasarkan tabel 2 di atas dapat dilihat bahwa variabel Persepsi Nasabah (X_1) dan variabel Pengetahuan Nasabah (X_2) memiliki nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 . Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada data yang diuji dalam penelitian ini.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan *scatter-plot* dan uji glejser. Berdasarkan gambar 3 di bawah ini dapat terlihat bahwa titik – titik pada grafik tidak membentuk pola, titik – titik menyebar secara acak dan berada di atas serta di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian dapat disimpulkan melalui hasil *Scatter-Plot*, tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.



Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik *Scatterplot*

Sumber: *Output SPSS v.22*

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas – Uji Glejser

Model	Sig
Kemudahan Penggunaan	0,381
Kepercayaan	0,924
Risiko	0,302
Keamanan	0,584

Sumber : *Output SPSS v.22 (Data Diolah), 2022*

Untuk menegaskan hasil uji menggunakan *Scatter-Plot* dilakukan uji glejser. Berdasarkan tabel 3 di atas diketahui bahwa nilai signifikansi dari kedua variabel yaitu Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_1), Kepercayaan (X_2), Risiko (X_3) dan Keamanan (X_4) lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4. Hasil Uji Analisis Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,899	1,614		1,176	,241
	Kemudahan Penggunaan	,275	,049	,281	5,647	,000
	Kepercayaan	,812	,097	,499	8,411	,000
	Risiko	,044	,064	,038	,683	,495
	Keamanan	,182	,082	,141	2,226	,027

a. Dependent Variable: Perilaku Impulse Buying

Sumber: *Output SPSS v.22*

Berdasarkan tabel 4 di atas diketahui bahwa nilai koefisien regresi untuk variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_1) adalah 0,275, untuk variabel Kepercayaan (X_2) adalah 0,812, untuk variabel Risiko (X_3) adalah 0,044, untuk variabel Keamanan (X_4) adalah 0,182 dan untuk nilai konstanta sebesar 1,899. Maka dari hasil uji tersebut diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 1,899 + 0,275X_1 + 0,812X_2 + 0,044X_3 + 0,182X_4 + e$$

Analisis hasil uji analisis linear berganda dapat dinyatakan sebagai berikut:

- Hasil uji regresi linear berganda menunjukkan nilai konstanta sebesar 1,899. Pada hasil analisis regresi linear berganda pada penelitian ini nilai konstanta sebesar 1,899 yang artinya besaran satuan

Perilaku *Impulse Buying* pengguna SPaylater (Y) adalah 1,899 tanpa adanya pengaruh variabel lainnya.

- b. Variabel Kemudahan Penggunaan (X_1) memiliki nilai koefisien regresi positif sebesar 0,275. Nilai koefisien positif memiliki arti bahwa terdapat hubungan searah antara Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Perilaku *Impulse Buying* pengguna SPaylater. Hal ini menunjukkan apabila Persepsi Kemudahan Penggunaan mengalami kenaikan sebesar satu satuan maka Perilaku *Impulse Buying* pengguna SPaylater akan meningkat sebesar 0,275 dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya dianggap konstan atau tetap.
- c. Variabel Kepercayaan (X_2) memiliki nilai koefisien regresi positif sebesar 0,812. Nilai koefisien positif memiliki arti bahwa terdapat hubungan searah antara Persepsi Kepercayaan dan Perilaku *Impulse Buying* pengguna SPaylater. Hal ini menunjukkan apabila Persepsi Kepercayaan mengalami kenaikan sebesar satu satuan maka Perilaku *Impulse Buying* pengguna SPaylater akan meningkat sebesar 0,812 dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya dianggap konstan atau tetap.
- d. Variabel Risiko (X_3) memiliki nilai koefisien regresi positif sebesar 0,044. Nilai koefisien positif memiliki arti bahwa terdapat hubungan searah antara Persepsi Risiko dan Perilaku *Impulse Buying* pengguna SPaylater. Hal ini menunjukkan apabila Persepsi Risiko mengalami kenaikan sebesar satu satuan maka Perilaku *Impulse Buying* pengguna SPaylater akan meningkat sebesar 0,044 dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya dianggap konstan atau tetap.
- e. Variabel Keamanan (X_4) memiliki nilai koefisien regresi positif sebesar 0,182. Nilai koefisien positif memiliki arti bahwa terdapat hubungan searah antara Persepsi Keamanan dan Perilaku *Impulse Buying* pengguna SPaylater. Hal ini menunjukkan apabila Persepsi Keamanan mengalami kenaikan sebesar satu satuan maka Perilaku *Impulse Buying* pengguna SPaylater akan meningkat sebesar 0,182 dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya dianggap konstan atau tetap.

Uji t (Parsial)

Tabel 5. Hasil Uji t (Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,899	1,614		1,176	,241
	Kemudahan Penggunaan	,275	,049	,281	5,647	,000
	Kepercayaan	,812	,097	,499	8,411	,000
	Risiko	,044	,064	,038	,683	,495
	Keamanan	,182	,082	,141	2,226	,027

Sumber: Output SPSS v.22

- a. Pengaruh variabel kemudahan penggunaan (X_1) terhadap perilaku *impulse buying* (Y)
 H_{01} : Tidak terdapat pengaruh antara kemudahan penggunaan (X_1) terhadap perilaku *impulse buying* (Y)
 H_{a1} : Terdapat pengaruh antara kemudahan penggunaan (X_1) terhadap perilaku *impulse buying* (Y)
 Hasil uji t pada tabel 5. diperoleh nilai t hitung sebesar 5,647 lebih besar dibandingkan dengan t tabel (5,647 > 1,977) serta diperoleh nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Maka artinya H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima.
- b. Pengaruh variabel kepercayaan (X_2) terhadap perilaku *impulse buying* (Y)
 H_{02} : Tidak terdapat pengaruh antara kepercayaan (X_2) terhadap perilaku *impulse buying* (Y)
 H_{a2} : Terdapat pengaruh antara kemudahan kepercayaan (X_2) terhadap perilaku *impulse buying* (Y)
 Hasil uji t pada tabel 5. diperoleh nilai t hitung sebesar 8,411 lebih besar dibandingkan dengan t tabel (8,411 > 1,977) serta diperoleh nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Maka artinya H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima.

- c. Pengaruh variabel risiko (X_3) terhadap perilaku *impulse buying* (Y)
 H_{03} : Tidak terdapat pengaruh antara risiko (X_3) terhadap perilaku *impulse buying* (Y)
 H_{a3} : Terdapat pengaruh antara risiko (X_3) terhadap perilaku *impulse buying* (Y)
 Hasil uji t pada tabel 5. diperoleh nilai t hitung sebesar 0,683 lebih kecil dibandingkan dengan t tabel ($0,683 < 1,977$) serta diperoleh nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,495 > 0,05$). Maka artinya H_{03} diterima.
- d. Pengaruh variabel keamanan (X_4) terhadap perilaku *impulse buying* (Y)
 H_{04} : Tidak terdapat pengaruh antara keamanan (X_4) terhadap perilaku *impulse buying* (Y)
 H_{a4} : Terdapat pengaruh antara keamanan (X_4) terhadap perilaku *impulse buying* (Y)
 Hasil uji t pada tabel 5. diperoleh nilai t hitung sebesar 2,226 lebih besar dibandingkan dengan t tabel ($2,226 > 1,977$) serta diperoleh nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,027 < 0,05$). Maka artinya H_{04} ditolak dan H_{a4} diterima.

Uji F (Simultan)

Rumusan rancangan pengujian hipotesis secara simultan (uji F) ialah sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$: Variabel Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Risiko dan Keamanan tidak berpengaruh terhadap Perilaku *Impulse Buying*.

$H_{a5} : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq 0$: Variabel Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Risiko dan Keamanan berpengaruh terhadap Perilaku *Impulse Buying*.

Tabel 6. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5539,058	4	1384,764	82,726	,000 ^b
	Residual	3264,137	195	16,739		
	Total	8803,195	199			

Sumber: Output SPSS v.22

Berdasarkan tabel 6 di atas diketahui nilai F-hitung sebesar 82,726 lebih besar dari F tabel ($82,726 > 2,418$) serta diperoleh nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_{a5} diterima.

Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,793 ^a	,629	,622	4,091	1,768

Sumber: Output SPSS v.22

Berdasarkan tabel 7 di atas diketahui bahwa nilai Adjusted R² adalah sebesar 0,622 atau 62,2%. Hal ini menunjukkan bahwa besar pengaruh variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen adalah sebesar 62,2%, dan untuk sisanya yaitu sebesar 37,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Perilaku *Impulse Buying* Pengguna SPaylater

Berdasarkan hasil analisis regresi variabel kemudahan penggunaan menunjukkan korelasi positif sebesar 0,275. Selain itu, untuk hasil uji t diketahui bahwa variabel kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap perilaku *impulse buying* pengguna SPaylater. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Purnamasari, Sasana, & Novitaningtyas, 2021) bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh negatif terhadap keputusan penggunaan metode pembayaran SPaylater. Hal ini bisa terjadi dikarenakan konsumen masih menimbang apakah mereka perlu menggunakan fitur *paylater* dengan membayar secara kredit dengan bunga ketika mereka masih mampu membayar secara tunai meskipun pengaplikasian dan penggunaan fitur *paylater* ini sangat mudah. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Aisah, Asiyah, & Primanto, 2022) bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan metode pembayaran SPaylater. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini dikarenakan pada saat ini konsumen mulai merasa percaya dan memahami bagaimana sistem *paylater* dan kebermanfaatannya yang diberikan pada *paylater* ini dengan pengaplikasian yang sangat mudah serta dapat digunakan dimana dan kapan saja sehingga mereka dapat mendapatkan barang yang mereka inginkan terlebih dahulu dengan membayar dikemudian hari. Selain itu, sama seperti karakteristik pada *digital banking* bahwa layanan keuangan saat ini lebih mengedepankan *self service* untuk nasabahnya sehingga nasabah dapat memperoleh informasi, registrasi, pembukaan akun, transaksi dan penutupan akun secara mandiri tanpa melibatkan petugas bank. Oleh karena itu, kemudahan penggunaan pada fitur *paylater* memberikan efisiensi waktu dan mengurangi hambatan dalam melakukan transaksi menggunakan SPaylater sehingga konsumen cenderung melakukan pembelian secara spontanitas tanpa melihat kebutuhan dan kesanggupan membayar tagihannya. Fitur yang dapat dengan mudah dipahami penggunaannya membuat konsumen merasa senang menggunakan fitur SPaylater.

2. Pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Perilaku *Impulse Buying* Pengguna SPaylater

Berdasarkan hasil analisis regresi variabel kepercayaan menunjukkan korelasi positif sebesar 0,812. Selain itu, untuk hasil uji t diketahui bahwa variabel kepercayaan berpengaruh terhadap perilaku *impulse buying* pengguna SPaylater. Hasil penelitian ini sama seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh (Aisah, Asiyah, & Primanto, 2022) dimana tingkat kepercayaan mempengaruhi keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran SPaylater. Dapat terlihat dari karakteristik responden terhadap frekuensi penggunaan SPaylater yang lebih banyak menggunakan SPaylater lebih dari tiga kali dalam sebulan. Hal ini dapat diartikan bahwa mereka percaya terhadap pembayaran SPaylater sehingga ingin melakukan transaksi kembali dan membayar menggunakan SPaylater. Meskipun konsumen terkadang mengalami gangguan sistem ketika menggunakan SPaylater, namun gangguan tersebut tidak menghentikan mereka untuk melakukan transaksi menggunakan SPaylater apabila mereka menginginkan atau membutuhkannya. Oleh karena itu, konsumen dapat melakukan pembelian secara berulang tanpa memikirkan kendala yang dialami dan kekhawatiran akan terjadinya kebocoran data pribadi karena telah memiliki kepercayaan terhadap SPaylater sehingga menimbulkan perilaku pembelian impulsif menggunakan fitur SPaylater.

3. Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Perilaku *Impulse Buying* Pengguna SPaylater

Berdasarkan hasil analisis regresi variabel risiko menunjukkan korelasi positif sebesar 0,044. Selain itu, untuk hasil uji t diketahui bahwa variabel risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku *impulse buying* pengguna SPaylater. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Aisah et al (2021) bahwa persepsi risiko mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan SPaylater. Dalam hal ini konsumen tidak akan melakukan keputusan pembelian dikarenakan beberapa risiko yang ada pada SPaylater. Sedangkan, hasil riset yang dilakukan oleh Anggono et al (2018) dan Purnamasari et al (2021), yang sejalan dengan hasil penelitian ini, mengatakan risiko tidak mempunyai pengaruh terhadap *intention to use* SPaylater. Namun, apabila

secara simultan persepsi kemudahan risiko dan kepercayaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan. Dan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Purnamasari, Sasana, & Novitaningtyas, 2021) persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan metode pembayaran SPaylater hal tersebut dikarenakan pengguna SPaylater lebih melihat dari persepsi kebermanfaatannya. Pada penelitian ini risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku *impulse buying* pengguna SPaylater dikarenakan pengguna SPaylater memiliki kepercayaan terhadap fitur pembayaran SPaylater ini. Oleh karena itu, meskipun pengguna SPaylater mengetahui adanya risiko seperti risiko kebocoran data pribadi, risiko bahwa akun SPaylater disalahgunakan akan tetapi mereka tetap percaya bahwa pelayanan SPaylater dapat mencegah dan mengatasi risiko tersebut. Disisi lain, pengguna mengabaikan risiko-risiko tersebut karena memiliki kepercayaan pada fitur SPaylater sehingga mereka akan tetap melakukan pembelian secara impulsif meskipun mengetahui adanya risiko yang kemungkinan akan terjadi.

4. Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Perilaku *Impulse Buying* Pengguna SPaylater

Berdasarkan hasil analisis regresi variabel keamanan menunjukkan korelasi positif sebesar 0,182. Selain itu, untuk hasil uji t diketahui bahwa variabel keamanan berpengaruh terhadap perilaku *impulse buying* pengguna SPaylater. Kualitas pelayanan yang baik tidak dapat menggantikan kepedulian konsumen terhadap faktor keamanan karena sistem keamanan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian secara *online*. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Yunita, Sumarsono, & Farida, 2019) bahwa persepsi keamanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian hal ini dikarenakan pengguna tetap merasa khawatir dengan kejahatan atau *fraud* yang terjadi pada *e-commerce* sehingga menuntut adanya keamanan yang terjamin pada *platform*. Dalam penelitian ini, persepsi keamanan berpengaruh terhadap perilaku *impulse buying* karena apabila transaksi yang dilakukan dapat terjamin aman dan penggunaan menggunakan metode pembayaran SPaylater tidak menimbulkan kerugian maka akan semakin senang dan pengguna tidak akan khawatir untuk melakukan transaksi.

5. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Risiko dan Keamanan Secara Simultan terhadap Perilaku *Impulse Buying* Pengguna SPaylater

Berdasarkan hasil analisis regresi variabel kemudahan penggunaan, kepercayaan, risiko dan keamanan secara simultan untuk hasil uji F diketahui bahwa variabel kemudahan penggunaan, kepercayaan, risiko dan keamanan secara simultan berpengaruh terhadap perilaku *impulse buying* pengguna SPaylater. Oleh karena itu, baik gangguan sistem, kesalahan teknis maupun risiko-risiko yang akan berdampak negatif lainnya, perlu ditingkatkan kembali tingkat keamanan dan pelayanannya agar pengguna tetap nyaman serta aman menggunakan SPaylater. Jika dilihat dari hasil uji koefisien determinasi (*adjusted R²*), pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependennya sebesar 62,2% sedangkan sisanya 37,8% adalah faktor-faktor lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Hal ini berarti apabila menerapkan peningkatan pelayanan kemudahan penggunaan terhadap fitur, meningkatkan sistem keamanan pada fitur, mencegah dan mengatasi risiko yang kemungkinan terjadi dengan baik sehingga dapat meningkatkan kepercayaan pengguna SPaylater, maka kemungkinan akan menimbulkan perilaku *impulse buying* pengguna SPaylater.

KESIMPULAN

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, risiko dan keamanan terhadap perilaku *impulse buying* pengguna SPaylater di Jadetabek dengan menggunakan konstruk teori TAM. Berdasarkan penelitian yang dilakukan sebagian besar konsumen membeli barang konsumtif seperti *fashion* dan *skincare* menggunakan fitur SPaylater. Sehingga hasil yang diperoleh pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap perilaku *impulse buying*. Dengan bertambahnya pengguna SPaylater dan meningkatnya intensitas transaksi menggunakan

SPaylater menunjukkan kemudahan dalam pengaplikasian dan mempermudah dalam bertransaksi. Tidak hanya itu, kemudahan memberikan efisiensi waktu dan mengurangi hambatan dalam melakukan transaksi menggunakan SPaylater sehingga konsumen cenderung melakukan pembelian secara spontanitas tanpa melihat kebutuhan dan kesanggupan membayar tagihannya.

2. Persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap perilaku *impulse buying*. Pengguna SPaylater dalam penelitian ini melakukan transaksi menggunakan metode pembayaran SPaylater rata-rata lebih dari tiga kali dalam sebulan sehingga dapat terlihat bahwa pengguna SPaylater telah memiliki *trust intention* yaitu bersedia bergantung pada suatu produk atau jasa tertentu yang dalam hal ini pengguna telah bergantung kepada metode pembayaran SPaylater. Selain itu, pengguna telah memiliki *trust believe* yaitu timbulnya rasa percaya terhadap suatu produk ataupun jasa sehingga meskipun terdapat gangguan, para pengguna akan tetap percaya bahwa layanan fitur SPaylater dapat meminimalisir gangguan sistem atau yang lainnya dengan baik. Dan hal ini, membuat pengguna SPaylater melakukan pembelian secara berulang tanpa khawatir akan gangguan maupun pendapat negatif tentang SPaylater.
3. Persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku *impulse buying*. Meskipun pengguna SPaylater mengetahui adanya risiko-risiko yang kemungkinan akan terjadi namun mereka tetap percaya bahwa pelayanan SPaylater dapat mencegah dan mengatasi risiko tersebut. Disisi lain, pengguna mengabaikan risiko-risiko tersebut sehingga mereka akan tetap melakukan pembelian secara impulsif dikarenakan risiko tersebut tidak menimbulkan kerugian yang berarti bagi pengguna.
4. Persepsi keamanan berpengaruh terhadap terhadap perilaku *impulse buying*. Pengguna SPaylater percaya bahwa transaksi yang dilakukan dapat terjamin aman dengan metode pembayaran SPaylater. Keamanan pada fitur ini terlihat dari verifikasi *biometric* dan juga kode OTP yang harus diisi pada saat menggunakan fitur SPaylater. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat keamanan yang ada pada *e-commerce* maupun metode pembayarannya maka semakin sering pengguna untuk menggunakan metode pembayaran SPaylater dalam berbelanja. Intensitas pengguna inilah yang dilihat menimbulkan perilaku *impulse buying*.
5. Persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, risiko dan keamanan secara simultan berpengaruh terhadap perilaku *impulse buying* pengguna SPaylater. Hal tersebut berarti apabila pengguna tidak merasakan adanya risiko waktu, finansial, kinerja, psikologis dan sosial yang dapat merugikan pengguna, kemudian pengguna masih memiliki *trust believe* dan *intention*, merasa bahwa menggunakan SPaylater berbelanja lebih efisien, senang berbelanja dan merasakan aman menggunakan metode pembayaran SPaylater maka mereka akan tetap melakukan pembelian secara impulsif menggunakan SPaylater.

SARAN

1. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas pengguna SPaylater adalah generasi milenial dan generasi Z yang sudah tidak asing dengan adaptasi bersama perkembangan teknologi. Oleh karena itu, diharapkan SPaylater untuk tetap melakukan pembaharuan dan berinovasi dengan teknologi yang lebih mudah serta meningkatkan kualitas layanan fitur dan keamanan untuk mencegah maupun mengurangi risiko-risiko yang mungkin terjadi dan dapat mempertahankan loyalitas pengguna SPaylater sebagai alternatif metode pembayaran.
2. Diketahui bahwa pengguna SPaylater menunjukkan perilaku pembelian secara impulsif dan mengabaikan risiko-risiko yang ada. Oleh karena itu, pengguna SPaylater diharapkan untuk tetap melakukan rencana pembelian sesuai dengan kebutuhan yang ada dan tetap memperhatikan risiko-risiko yang ada. Selain itu, penggunaan fitur SPaylater ini diharapkan hanya sebagai alternatif metode pembayaran tidak untuk kebergantungan.

3. Penelitian ini menggunakan variabel persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, risiko dan keamanan dimana variabel-variabel tersebut berpengaruh baik secara simultan maupun parsial terhadap perilaku *impulse buying* pengguna SPaylater di Jadetabek maka diharapkan untuk penelitian selanjutnya mencari atau menggunakan variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini dan Selain itu, diharapkan untuk dapat menambah jangkauan penelitian dan menambah jumlah responden sehingga penelitian selanjutnya dapat lebih terlihat jelas pengaruh atau tidaknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adirineksa, G. P. (2021). Minat dan Penggunaan *Fintech* PayLater Pekerja Urban Pelanggan Traveloka dan GoJek Sebelum dan Selama Pandemi Covid-19 di DKI Jakarta. *Journal of Management and Business Review*, 18(2), 228-243. doi:<https://doi.org/10.34149/jmbr.v18i2.283>
- Aisah, S., Asiyah, S., & Primanto, A. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Penggunaan Transaksi Shopee Paylater (Studi Kasus Mahasiswa FEB UNISMA). *e-Jurnal Riset Manajemen*. Retrieved from www.fe.unisma.ac.id
- Akbar, M. A., & Alam, S. N. (2020). *E-commerce: Dasar Teori Dalam Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Anggaraeni, R., Purnamasari, Sasana, H., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk dan brand image terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran paylater. *Jurnal Manajemen*, 13(3), 420-430. Retrieved from journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN
- Asja, H., Susanti, S., & Achmad, F. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan Dan Pendapatan Terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Manajemen*, 2(4), 309-325. doi:<https://doi.org/10.35912/jakman.v2i4.495>
- Badan Pusat Statistik. (2021, Oktober 12). *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2020*. Retrieved from Badan Pusat Statistik: <https://www.bps.go.id/publication/2021/10/11/e03aca1e6ae93396ee660328/statistik-telekomunikasi-indonesia-2020.html>
- Budyastuti, T. (2020). Factors That Influence The Intensity of The Use of Digital Payment (Case Study in OVO Users). *EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR)*, 6(6). doi:10.36713/epra2013
- Burnham, B. D. (2014). *Fundamental Statistics For The Behavioral Sciences V 2.0*.
- Canestren, I., & Saputri, M. (2021). Pengaruh Kepercayaan , Kemudahan Dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater. Retrieved from <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/14958>
- Chen, Y., & Zhang, L. (2015). Influential Factors for Online Impulse Buying in China: A Model and Its Empirical Analysis. Damiani, & dkk. (2017). *Perilaku Konsumen*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Darmayanti, N. L., Purnamawati, I. G., & Prayudi, M. A. (2017). Pengaruh Pendekatan Technology Acceptance Model dan Faktor Sosial Terhadap Penerapan Sistem Informasi Keuangan Daerah Pada SKPD Di Kabupaten Gianyar. *e-JournalSI Ak*, 8(2).
- Eka, R. (2021, September 28). *Indonesia Paylater Ecosystem Report 2021*. Retrieved from DailySocial id: <https://dailysocial.id/research/indonesia-paylater-ecosystem-report-2021>
- Ginantra, N. L. (2020). *Teknologi Finansial: Sistem Finansial Berbasis Teknologi di Era Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Hair Jr., J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2018). *Multivariate Data Analysis: Eight Edition*. Cengage Learning.
- Harmayani, & dkk. (2020). *E-commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis.

- Hilmi, L. D., & Pratika, Y. (2021). Paylater Feature: Impulsive Buying Driver for *E-commerce* In Indonesia. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(2), 63-74. Retrieved from <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Iram, M., & Charcharkar, D. Y. (2017). Model of impulse buying behavior. *BVIMSR's Journal of Management Research*, 9(1), 45-53.
- Kurniasari, I., & Fisabilillah, L. W. (2021). Fenomena Perilaku Berbelanja Menggunakan Spaylater Serta Dampaknya Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Ilmu Ekonomi. *Journal of Economics*, 1(3), 207-218.
- Lee, H. (2018). Intrinsic And Extrinsic Motivations Affecting Impulse-Buying Tendency In Mobile Shopping. *Social Behavior and Personality*, 46(4), 683-694. doi:<https://doi.org/10.2224/sbp.6693>
- Nagadeepa, C., Shirahatti, D., & Sudha, N. (2021). *Impulse Buying: Concepts, Frameworks and Consumer Insights*. Tamil Nadu, India: Shanlax Publications.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194-199. doi:<https://doi.org/10.30596/snk.v1i1.3594>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021, Oktober 26). *Cetak Biru Transformasi Digital Perbankan*. Retrieved from Otoritas Jasa Keuangan: <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Pages/Cetak-Biru-Transformasi-Digital-Perbankan.aspx>
- Purnamasari, R. D., Sasana, H., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk, dan brand image terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran paylater. *Jurnal Manajemen*, 13 (3), 420-430.
- Putri, A., & Iriani, S. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee Paylater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 818-828.
- Redaksi OCBC NISP. (2021, Juli 12). *Apa itu Paylater? Ini Pengertian & Tipsnya Agar Tidak Boros*. Retrieved from OCBC NISP: <https://www.ocbcnisp.com/en/article/2021/07/12/paylater-adalah>
- Riskinaswara, L. (2021, Juli 15). *Akselerasi Transformasi Digital dalam Roadmap Digital Indonesia 2021-2024*. Retrieved from Kominfo: <https://aptika.kominfo.go.id/2021/07/akselerasi-transformasi-digital-dalam-roadmap-digital-indonesia-2021-2024/>
- Rodrigues, R., Lopes, P., & Varela, M. (2021). Factors Affecting Impulse Buying Behavior of Consumers. *Front. Psychol.*, 12. doi:10.3389/fpsyg.2021.697080
- Romindo, e. a. (2019). *E-commerce: Implementasi, Strategi & Inovasinya*. Yayasan Kita Menulis.
- Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995). Normative Influences on Impulsive Buying Behavior. *Normative Influences on Impulsive Buying Behavior. Journal of Consumer Research*, 22(3), 305. doi:10.1086/209452
- Rumayya, Sari, F. R., Wahyuni, E., Rohman, M. S., Arini, H. R., & Agusti, K. S. (2020). *Persepsi Pasar Terhadap Pemanfaatan Fitur Pembayaran Paylater*. Surabaya: Research Institute of Socio-Economic Development.
- Sari, R. (2020). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna *E-commerce* di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 7(1).
- Sati, R. S., & Ramaditya, M. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*.
- Sawlani, D. K. (2021). *Keputusan Pembelian Online: Kualitas Website, Keamanan dan Kepercayaan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Sekaran, U., & Roger, B. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7th ed.). Chichester, West Sussex, United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sun, H., & Zhang, P. (2006). Casual Relationships between Perceived Enjoyment and Perceived of Use An Alternative Approach. *Journal of the Association for Information System*, 7(9), 618-645.

Widana, W., & Muliani, P. L. (2020). *Uji Persyaratan Analisis*. Pontianak: KLIK MEDIA.
Yunita, N. R., Sumarsono, H., & Farida, U. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online di Buka Lapak (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo). *ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi*, 3(1), 90-105.

Tingkat Kepuasan Konsumen E-Commerce pada Penggunaan Payment Gateway dengan Pendekatan Metode EUCS

Larisa Putri Sutrisno¹, Fatimah²

¹ Politeknik Negeri Jakarta, larisa.putrisutrisno.ak18@mhs.w.pnj.ac.id, Jl. Prof. DR. G. A. Siwabessy, 16425, Depok, Indonesia

² Politeknik Negeri Jakarta, fatimah@akuntansi.pnj.ac.id, Jl. Prof. DR. G. A. Siwabessy, 16425, Depok, Indonesia

ABSTRACT

The increasing use of e-commerce as a medium for buying and selling transactions has also influenced the development of digital payment systems in Indonesia. The provision of a payment system in e-commerce needs to follow the needs and expectations of consumers, this will greatly affect the level of consumer satisfaction with the use of Payment Gateways in e-commerce. This study aims to determine the level of consumer satisfaction of e-commerce on the use of Payment Gateway based on the variables of content, accuracy, format, ease of use, and timeliness. This study uses primary data obtained through questionnaires based on the Cochran formula distributed to 70 respondents with criteria aged 18-25 years, domiciled in Jabodetabek, and have used e-commerce. The data was tested using multiple linear regression analysis using SPSS version 25. From the results of the study, it was found that all variables had a simultaneous positive effect on the level of e-commerce consumer satisfaction, while the variables that had a partial positive effect were only content and format, for that the Payment Gateway provider company should pay close attention to this aspect.

Keywords: Customer Satisfaction ; Payment Gateway ; EUCS Method Approach

ABSTRAK

Peningkatan penggunaan *e-commerce* sebagai media dalam bertransaksi jual beli turut mempengaruhi perkembangan sistem pembayaran digital di Indonesia. Penyediaan sistem pembayaran di *e-commerce* perlu mengikuti kebutuhan dan harapan konsumen, hal ini akan sangat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen terhadap penggunaan Payment Gateway di *e-commerce*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen *e-commerce* pada penggunaan Payment Gateway berdasarkan variabel *content, accuracy, format, ease of use, dan timeliness*. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *Cochran* sehingga kuesioner disebar kepada 70 responden dengan kriteria usia 18 – 25 tahun, berdomisili di Jabodetabek, dan aktif menggunakan *e-commerce*. Data diuji menggunakan analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS versi 25. Dari hasil penelitian, didapatkan bahwa semua variabel berpengaruh positif secara simultan terhadap tingkat kepuasan konsumen *e-commerce*, sementara variabel

¹ Corresponding author. E-mail: someone@akuntansi.pnj.ac.id

yang berpengaruh positif secara parsial hanya *content* dan *format*, untuk itu perusahaan penyedia Payment Gateway harus sangat memperhatikan aspek tersebut.

Kata-Kata Kunci: Tingkat Kepuasan ; Payment Gateway ; Metode EUCS.

PENDAHULUAN

Meluasnya kegunaan internet saat ini tidak hanya digunakan sebagai sumber informasi, namun juga digunakan untuk transaksi jual-beli, hal ini terjadi akibat adanya perubahan pola hidup masyarakat karena pesatnya perkembangan teknologi. Proses jual-beli barang dan jasa berbasis jaringan elektronik biasa disebut dengan *e-commerce*. Penggunaan *e-commerce* terus meningkat setiap tahunnya di Indonesia, saat ini mayoritas masyarakat telah mengandalkan platform *e-commerce* untuk berbelanja. Hal ini didukung dengan data dari Otoritas Jasa Keuangan, bahwa 88,1 persen pengguna internet di Indonesia telah menggunakan layanan *e-commerce*. Deputi Komisioner OJK Institute dan Keuangan Digital, Imansyah, mengatakan angka itu menunjukkan bahwa Indonesia menduduki peringkat pertama penggunaan layanan *e-commerce*. [5]

Adanya kemudahan dalam bertransaksi sangat disukai oleh konsumen, namun pada praktiknya para pelaku kecurangan melihat celah dari mekanisme transaksi *online* yang terbilang masih berkembang tersebut. Maraknya kejahatan penipuan atau *fraud* pada sistem pembayaran dapat merugikan konsumen sehingga hal ini cukup mengkhawatirkan. Kasus *fraud* di sektor *e-commerce* melonjak 83 persen, sektor jasa keuangan meningkat 60 persen, dan perkreditan naik 40 persen [2]. Hal ini sangat berdampak bagi tingkat kepercayaan konsumen terhadap sistem pembayaran *online*, saat ini masih banyak masyarakat yang meyakini bahwa transaksi *online* rawan akan penipuan.

Untuk mengatasi hal tersebut, diperlukan adanya penerapan fitur pembayaran yang efektif dan aman bagi konsumen, Payment Gateway seringkali disebut sebagai solusi untuk sistem pembayaran *e-commerce*. Payment Gateway adalah layanan *e-commerce* untuk memverifikasi pembayaran secara digital. Saat ini banyak *e-commerce* yang telah menggunakan Payment Gateway sebagai perantara konfirmasi pembayaran karena dinilai memudahkan konsumen sekaligus penjual dalam melakukan transaksi pembayaran secara digital, *real-time*, terhubung dengan berbagai metode pembayaran di Indonesia, memiliki *fraud detection system*.

Dengan demikian, perlu diketahui lebih lanjut indikator apa saja yang menentukan kepuasan penggunaan Payment Gateway. Rini (2019) memaparkan, bahwa penggunaan model EUCS dinilai sangat efektif untuk penelitian terkait aplikasi dan sistem informasi karena pendekatan tersebut mengukur taraf kepuasan pengguna berdasarkan sudut pandang penggunaannya. Doll dan Torkzadeh (1988) memaparkan bahwa dalam metode EUCS terdapat lima faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna yakni kemudahan penggunaan (*ease of use*), kecepatan (*timelines*), isi (*content*), bentuk (*format*), dan ketepatan (*accuracy*).

Studi literatur terhadap penelitian terdahulu telah dilakukan oleh peneliti, terdapat perbedaan hasil penelitian pada pengaruh variabel dari metode yang digunakan, seperti penelitian oleh Aji (2021) yang menyatakan bahwa variabel *accuracy*, *timelines* dan *ease of use* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna, sementara menurut penelitian Prihatiningsih (2020) dan Rini (2019) variabel *accuracy* dan *timeliness* berpengaruh positif

terhadap kepuasan penggunaannya, sedangkan variabel *format* tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaannya, dan variabel *ease of use* berhubungan signifikan namun memiliki hubungan negatif.

Berdasarkan penjabaran fenomena dan hasil temuan pada penelitian terdahulu, terdapat silang pendapat pada variabel metode EUCS yang diteliti. Dengan demikian, diajukan penelitian berjudul “**Tingkat Kepuasan Konsumen E-Commerce Pada Penggunaan Payment Gateway Dengan Pendekatan Metode EUCS**”.

TINJAUAN PUSTAKA

Metode EUCS

Metode *End User Computing Satisfaction* (EUCS) adalah metode untuk mengukur tingkat kepuasan dari pengguna akhir suatu sistem informasi dengan membandingkan antara harapan dan kenyataan. Model evaluasi secara keseluruhan berupa penilaian dari para pengguna sistem informasi berdasarkan pengalaman pengguna dalam menggunakan sistem tersebut, metode ini dikembangkan oleh (Doll & Torkzadeh, 1988).

E-Commerce

Secara sederhana, *e-commerce* adalah semua kegiatan jual-beli yang dilakukan melalui media elektronik. *E-commerce* memberikan banyak perubahan dalam proses perdagangan. Jika proses jual beli konvensional mengharuskan pembeli dan penjual bertemu secara langsung maka dengan *e-commerce* hal tersebut tidak diperlukan lagi. Terdapat beberapa platform *e-commerce* yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, seringkali masyarakat keliru atas ketiga platform ini karena terdengar serupa, tiga platform *e-commerce* yang digunakan masyarakat Indonesia saat ini yakni *marketplace*, *website store*, dan *online shop* via sosmed.

Payment Gateway

Berdasarkan PBI Nomor 18/40/PBI/2016 Tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran [3], Payment Gateway disebut sebagai layanan elektronik yang memungkinkan pedagang untuk memproses transaksi pembayaran dengan menggunakan alat pembayaran dengan menggunakan kartu, uang elektronik, dan/atau *Proprietary Channel*. Bentuk pembayaran yang bisa digunakan dalam Payment Gateway berupa transfer bank, kartu kredit, *virtual account*, debit, *e-wallet* atau pembayaran via gerai retail. Terdapat beberapa contoh perusahaan yang menyediakan layanan jasa Payment Gateway, seperti Midtrans, Xendit, Doku, Faspay, Duitku, iPaymu, dan lain sebagainya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dengan sumber data dari kuesioner dan wawancara kepada konsumen *e-commerce* yang kemudian akan dikuantitatifkan dan diolah menggunakan program SPSS. Populasi pada penelitian ini yakni konsumen *e-commerce* di wilayah Jabodetabek. Sedangkan sampel pada penelitian ini adalah konsumen *e-commerce* yang aktif bertransaksi dengan kelompok usia 18-25 tahun atau generasi Z, survey menyatakan bahwa generasi Z merupakan kelompok konsumen *e-commerce* tertinggi di Indonesia [13]. Karena jumlah populasi pada penelitian ini tidak diketahui, maka penentuan jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Cochran [21] :

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2} = \frac{(1,64)^2 \times (0,5) \times (0,5)}{(0,1)^2} = 67,24$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 67.24 orang. Untuk memudahkan penelitian, maka jumlah sampel dibulatkan sebanyak 70 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun pertimbangan yang dimaksud dalam penelitian ini antara lain responden adalah konsumen yang aktif bertransaksi di *e-commerce* ; responden termasuk generasi Z dengan rentang usia 18 - 25 tahun ; berdomisili di Jabodetabek.

Jenis data yang digunakan adalah data primer atau data yang didapatkan langsung dari sumbernya. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil dari kuesioner yang dilakukan oleh penulis dalam bentuk formulir kuesioner melalui Google Form. Kuesioner yang dibuat oleh penulis adalah kuesioner metode tertutup dengan skala Likert 1-5.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Instrumen Data

1. Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Indikator	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Content	X1.1	0,775	0,361	Valid
	X1.2	0,803	0,361	Valid
	X1.3	0,793	0,361	Valid
	X1.4	0,814	0,361	Valid
Accuracy	X2.1	0,841	0,361	Valid
	X2.2	0,852	0,361	Valid
	X2.3	0,822	0,361	Valid
Format	X3.1	0,746	0,361	Valid
	X3.2	0,833	0,361	Valid
	X3.3	0,768	0,361	Valid
Ease of Use	X4.1	0,785	0,361	Valid
	X4.2	0,782	0,361	Valid
	X4.3	0,785	0,361	Valid
Timeliness	X5.1	0,833	0,361	Valid
	X5.2	0,813	0,361	Valid
	X5.3	0,763	0,361	Valid
User Satisfaction	Y.1	0,716	0,361	Valid
	Y.2	0,757	0,361	Valid
	Y.3	0,795	0,361	Valid
	Y.4	0,748	0,361	Valid

Sumber : Data diolah dengan SPSS ver.25 (2022)

Dengan jumlah data atau $N = 70$, taraf signifikan 0,10 dan uji dua arah (*two tailed*) maka diperoleh nilai r tabel sebesar 0,361. Tabel diatas menunjukkan bahwa r hitung pada semua item yang digunakan untuk mengukur variabel Content (X1), Accuracy (X2), Format (X3), Ease of Use (X4), Timeliness (X5) dan User Satisfaction (Y) lebih besar dari r tabel sebesar 0.361. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa semua item yang digunakan untuk penelitian ini adalah valid dan terdapat kesesuaian antara data yang dikumpulkan dengan data yang sesungguhnya.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Standard	Keterangan
Content (X1)	0,807	0,60	Reliabel
Accuracy (X2)	0,788	0,60	Reliabel
Format (X3)	0,676	0,60	Reliabel
Ease of Use (X4)	0,752	0,60	Reliabel
Timeliness (X5)	0,726	0,60	Reliabel
User Satisfaction (Y)	0,745	0,60	Reliabel

Sumber : Data diolah dengan SPSS ver.25 (2022)

Pengukuran reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* (α). Tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dari masing – masing variabel dalam penelitian ini adalah reliabel. Hal ini dapat diketahui dari nilai *Cronbach's Alpha* dari masing – masing variabel bernilai lebih besar dari 0.60. Hal itu berarti semua item pertanyaan dalam penelitian ini dapat dipercaya dan dapat digunakan pada penelitian selanjutnya.

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Normalitas dilakukan dengan dua uji, yakni grafik P-Plot yang diberikan pada gambar 1 dalam lampiran dengan hasil data berdistribusi normal, karena data atau titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal tersebut. Uji kedua yang digunakan adalah Kolmogrov-Smirnov (K-S) yang diberikan pada gambar 2 dalam lampiran, uji ini dianggap memiliki hasil yang lebih akurat, dengan hasil berdistribusi normal karena nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,200 atau lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal dan penelitian dapat menggunakan uji parametrik.

2. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,531	1,380		,385	,701		
	Content	,499	,103	,510	4,855	,000	,333	3,007
	Accuracy	,004	,084	,004	,051	,960	,711	1,406
	Format	,358	,148	,258	2,422	,018	,324	3,083
	Ease_of_Use	,186	,099	,154	1,885	,064	,548	1,825
	Timeliness	,071	,114	,061	,621	,537	,386	2,591

a. Dependent Variable: User_Satisfaction

Gambar 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Sumber : Data diolah dengan SPSS ver.25 (2022)

Gambar tabel diatas menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai *Tolerance* > 0,10 dan nilai *VIF* < 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak mengalami multikolinearitas atau tidak terdapat korelasi antar variabel independen.

3. Uji Heteroskedastisitas

Penelitian ini menggunakan dua uji heteroskedastisitas, yakni dengan grafik Scatter Plot yang diberikan pada gambar 4 dalam lampiran dengan hasil menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas, diketahui dari terlihatnya titik – titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu . Untuk mengakuratkan hasil penelitian, peneliti juga melakukan pengujian kedua yakni dengan Uji Glejser. Gambar tabel dibawah menyatakan bahwa nilai signifikansi (Sig.) untuk setiap variabel > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,084	,837		1,295	,200
	Content	-,061	,062	-,208	-,980	,331
	Accuracy	,009	,051	,024	,167	,868
	Format	,124	,090	,296	1,381	,172
	Ease_of_Use	-,048	,060	-,132	-,801	,426
	Timeliness	-,025	,069	-,071	-,362	,718

a. Dependent Variable: ABS_RES

Gambar 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser
Sumber : Data diolah dengan SPSS ver.25 (2022)

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,531	1,380		,385	,701
	Content	,499	,103	,510	4,855	,000
	Accuracy	,004	,084	,004	,051	,960
	Format	,358	,148	,258	2,422	,018
	Ease_of_Use	,186	,099	,154	1,885	,064
	Timeliness	,071	,114	,061	,621	,537

a. Dependent Variable: User_Satisfaction

Gambar 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Sumber : Data diolah dengan SPSS ver.25 (2022)

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda pada gambar tabel diatas, persamaan regresi linear berganda yang diperoleh adalah sebagai berikut.

$$Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + \varepsilon$$

$$Y = 0,531 + 0,499 X_1 + 0,004 X_2 + 0,358 X_3 + 0,186 X_4 + 0,071 X_5 + \varepsilon$$

Analisis hasil uji regresi linear berganda dapat dinyatakan sebagai berikut.

1. Nilai konstanta merupakan nilai variabel dependen yang tetap tanpa adanya pengaruh variabel independen. Hasil uji regresi linear berganda menunjukkan nilai konstanta sebesar 0,531, artinya besar satuan *User Satisfaction* (Y) adalah 0,531 tanpa adanya pengaruh *Content* (X1), *Accuracy* (X2), *Format* (X3), *Ease of Use* (X4), dan *Timeliness* (X5).
2. Koefisien regresi untuk semua variabel independen bernilai positif dengan nilai antar variabelnya berbeda, yakni X1 sebesar 0,499; X2 sebesar 0,004; X3 sebesar 0,358; X4 sebesar 0,186; dan X5 sebesar 0,071. Dengan contoh, jika variabel *Content* (X1) menunjukkan nilai positif yaitu sebesar 0,499. Nilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa variabel *Content* (X1) memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel *User Satisfaction* (Y) sebesar 0,499, dengan asumsi variabel independen lain konstan. Maka jika variabel *Content* (X1) meningkat sebesar satu satuan, *User Satisfaction* (Y) akan meningkat sebesar 0,499. Hal ini juga berlaku untuk nilai variabel independen lainnya.

Hasil Uji Hipotesis

1. Uji Koefisien Determinasi

Tabel yang diberikan pada gambar 7 dalam lampiran menunjukkan bahwa terdapat perolehan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,746 atau 74,6%. Sehingga dapat diartikan bahwa kemampuan variabel *Content* (X1), *Accuracy* (X2), *Format* (X3), *Ease of Use* (X4), dan *Timeliness* (X5) dalam mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen *e-commerce* pada penggunaan Payment Gateway sebesar 74,6% sedangkan sisanya sebesar 25,4% (100% - 74,6%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti penelitian ini.

2. Uji f (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	228,960	5	45,792	41,622	,000 ^b
	Residual	70,412	64	1,100		
	Total	299,371	69			

a. Dependent Variable: User_Satisfaction
 b. Predictors: (Constant), Timeliness, Accuracy, Ease_of_Use, Content, Format

Gambar 8. Hasil Uji f (Simultan)
 Sumber : Data diolah dengan SPSS ver.25 (2022)

Gambar tabel di atas menunjukkan bahwa nilai f hitung sebesar 41,662 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05. Maka H6 yang menyatakan bahwa variabel *Content*, *Accuracy*, *Format*, *Ease of Use*, dan *Timeliness* secara simultan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen *e-commerce* pada penggunaan Payment Gateway diterima.

3. Uji t (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,531	1,380		,385	,701
	Content	,499	,103	,510	4,855	,000
	Accuracy	,004	,084	,004	,051	,960
	Format	,358	,148	,258	2,422	,018
	Ease_of_Use	,186	,099	,154	1,885	,064
	Timeliness	,071	,114	,061	,621	,537

a. Dependent Variable: User_Satisfaction

Gambar 9. Hasil Uji t (Parsial)
 Sumber : Data diolah dengan SPSS ver.25 (2022)

Berdasarkan gambar tabel diatas, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut.

1. Variabel dengan nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 hanya variabel *Content* dan *Format*, yakni sebesar 0,000 dan 0,018.
2. Berdasarkan nilai koefisien regresi, variabel yang mempunyai pengaruh dominan terhadap variabel dependen adalah variabel *Content* dengan nilai *Standardized Coefficients Beta* tertinggi yakni sebesar 0,510.

Pembahasan

Hipotesis	Status	Keputusan
H1 : <i>Content</i> (X1) pada Payment Gateway berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan konsumen <i>e-commerce</i> .	Berdasarkan uji t (Parsial), nilai signifikansi < 0,05 yakni sebesar 0,000	H1 diterima
H2 : <i>Accuracy</i> (X2) pada Payment Gateway berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan konsumen <i>e-commerce</i> .	Berdasarkan uji t (Parsial), nilai signifikansi > 0,05 yakni sebesar 0,960	H2 ditolak
H3 : <i>Format</i> (X3) pada Payment Gateway berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan konsumen <i>e-commerce</i> .	Berdasarkan uji t (Parsial), nilai signifikansi < 0,05 yakni sebesar 0,018	H3 diterima
H4 : <i>Ease of Use</i> (X4) pada Payment Gateway berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan konsumen <i>e-commerce</i> .	Berdasarkan uji t (Parsial), nilai signifikansi > 0,05 yakni sebesar 0,064	H4 ditolak
H5 : <i>Timeliness</i> (X5) pada Payment Gateway berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan konsumen <i>e-commerce</i> .	Berdasarkan uji t (Parsial), nilai signifikansi > 0,05 yakni sebesar 0,537	H5 ditolak
H6 : <i>Content</i> (X1), <i>Accuracy</i> (X2), <i>Format</i> (X3), <i>Ease of Use</i> (X4), <i>Timeliness</i> (X5) pada Payment Gateway berpengaruh positif secara	Berdasarkan uji f (Simultan), nilai signifikansi < 0,05 yakni sebesar 0,000	H6 diterima

simultan terhadap tingkat kepuasan konsumen <i>e-commerce</i> .		
---	--	--

Tingkat Kepuasan Konsumen E-Commerce Pada Penggunaan Payment Gateway Berdasarkan Variabel Content

Pada penelitian ini, H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Payment Gateway pada *e-commerce* perlu menyediakan isi sistem, fitur dan informasi secara jelas dan lengkap agar dapat sesuai dengan harapan konsumen *e-commerce* pada rentang usia 18 - 25 tahun, sebagaimana teori *Customer Satisfaction* yang dikemukakan oleh (Kotler & Keller, 2007), bahwa kepuasan pelanggan dapat diartikan dari seberapa sesuainya harapan konsumen dengan penilaiannya setelah membeli dan menggunakan produk dan/jasa tersebut. Hal ini dapat terjadi karena mayoritas konsumen pada usia tersebut sudah melek dengan kemajuan teknologi, kelompok konsumen ini membutuhkan sistem informasi yang praktis dan fungsional dalam penggunaannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Prihatiningsih, Kusmargiani, & Soebroto, 2020), (Kurniawan, Zusrony, & Kusumajaya, 2018), dan (Aji & Kusasih, 2021) yang menyatakan bahwa variabel *Content* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi. Semakin lengkap, jelas, mudah dipahami dan sesuai dengan kebutuhan pengguna maka akan meningkatkan kepuasan bagi penggunaannya.

Tingkat Kepuasan Konsumen E-Commerce Pada Penggunaan Payment Gateway Berdasarkan Variabel Accuracy

Pada penelitian ini, H2 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik konsumen *e-commerce* pada rentang usia 18 – 25 tahun umumnya mudah memaklumi dan memaafkan kesalahan, meskipun kekurangan dalam hal akurasi pada sistem Payment Gateway yang masih tergolong baru bagi konsumen *e-commerce* di Jabodetabek, maka kelompok konsumen tersebut cenderung akan memakluminya dan masih berkenan untuk menggunakannya, tentu dengan harapan akan adanya peningkatan pada kualitas sistem kedepannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Aji & Kusasih, 2021) yang menyatakan bahwa variabel *Accuracy* atau ketepatan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna (*user satisfaction*).

Tingkat Kepuasan Konsumen E-Commerce Pada Penggunaan Payment Gateway Berdasarkan Variabel Format

Pada penelitian ini, H3 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa sistem Payment Gateway pada *e-commerce* dari sisi tampilan dan estetika sangat mempengaruhi tingkat kepuasan kelompok konsumen pada penelitian ini. Tampilan yang ada dinilai sudah sesuai dengan harapan konsumen, desain dan *layout* pada Payment Gateway dinilai menarik dan memudahkan penggunaannya saat menggunakan sistem tersebut. Hal ini dapat terjadi karena pada umumnya konsumen dalam rentang usia 18 – 25 tahun menempatkan estetika dalam prioritas penilaiannya terhadap suatu produk, selain itu mayoritas responden pada penelitian ini adalah perempuan, karakteristik kelompok konsumen ini adalah mengedepankan tampilan suatu produk sebagai faktor penilaiannya. Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan (Aji & Kusasih, 2021) dan (Rini, 2019) yang menyatakan bahwa variabel *format* atau bentuk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna. Jika faktor tampilan warna, *layout*, menu dan fungsi pada

sistem Payment Gateway disesuaikan dengan selera pada kelompok konsumen tertentu tentu akan semakin menarik minat pengguna.

Tingkat Kepuasan Konsumen E-Commerce Pada Penggunaan Payment Gateway Berdasarkan Variabel Ease of Use

Pada penelitian ini, H4 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa sistem Payment Gateway pada *e-commerce* dari sisi kemudahan penggunaan seperti proses memasukkan data, mengolah data dan mencari informasi yang dibutuhkan saat menggunakan sistem tersebut dinilai belum memuaskan dan belum sesuai dengan harapan penggunaannya. Namun mayoritas penggunaannya tidak begitu mempersalahkan hal ini karena sistem ini masih tergolong. Namun perusahaan penyedia Payment Gateway tetap harus menyederhanakan lagi fitur-fitur dalam aplikasi sehingga konsumen awam cepat untuk beradaptasi. Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Aji & Kusasih, 2021) yang menyatakan bahwa *ease of use* atau kemudahan pengguna tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Tingkat Kepuasan Konsumen E-Commerce Pada Penggunaan Payment Gateway Berdasarkan Variabel Timeliness

Pada penelitian ini, H5 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa ketepatan waktu sistem Payment Gateway pada *e-commerce* tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen *e-commerce* dengan rentang usia 18 – 25 tahun. Dari sisi ketepatan waktu dalam menyajikan atau menyediakan data dan informasi yang dibutuhkan oleh pengguna saat menggunakan sistem tersebut dinilai belum memuaskan dan belum sesuai dengan harapan penggunaannya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kelompok konsumen pada penelitian ini masih bisa mengabaikan kecepatan respon dan juga *update* yang diberikan oleh sistem yang tergolong masih cukup baru dan berkembang ini. Selain itu, mayoritas responden pada penelitian ini menggunakan Payment Gateway saat bertransaksi di *e-commerce* hanya 3 - 5 kali dalam satu bulan, kebanyakan dari responden menggunakannya hanya ketika promo tanggal tertentu. Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Kurniawan, Zusrony, & Kusumajaya, 2018) dan (Aji & Kusasih, 2021) yang menyatakan bahwa bahwa variabel *timeliness* atau kecepatan secara signifikan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil olahan dan analisis data yang dilakukan pada penelitian ini, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut.

1. Variabel *Content* dan *Format* berpengaruh positif secara simultan terhadap variabel *User Satisfaction* (Y), juga berpengaruh secara parsial. Maka dapat disimpulkan bahwa H1 dan H3 diterima. Berdasarkan nilai koefisien regresinya, variabel ini juga merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Variabel *Accuracy*, *Ease of Use* dan *Timeliness* berpengaruh positif secara simultan terhadap variabel *User Satisfaction* (Y), namun tidak berpengaruh secara parsial. Maka dapat disimpulkan bahwa H2, H4 dan H5 ditolak.
3. Variabel *Content*, *Accuracy*, *Format*, *Ease of Use*, dan *Timeliness* berpengaruh positif secara simultan terhadap *User Satisfaction* berdasarkan uji f (simultan). Maka dapat dinyatakan bahwa H6 yang menyatakan “*Content* (X1), *Accuracy* (X2), *Format* (X3), *Ease*

of Use (X4), Timeliness (X5) pada Payment Gateway berpengaruh positif secara simultan terhadap tingkat kepuasan konsumen *e-commerce*” diterima.

Saran

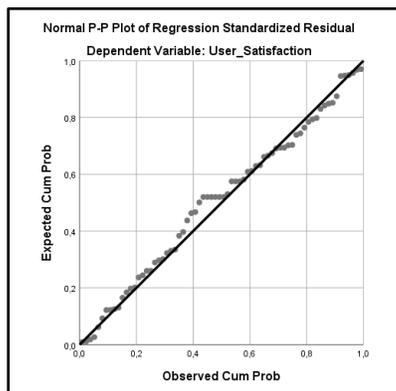
1. Bagi Perusahaan Payment Gateway
Mayoritas konsumen pada kelompok responden pada penelitian ini sangat membutuhkan sistem yang dapat menampilkan isi, fitur, dan informasi lengkap terkait transaksi sehingga dapat meningkatkan efektivitas konsumen dalam bertransaksi, selain itu kelompok konsumen ini juga memperhatikan tampilan *interface* dari sistem yang ada, sehingga perusahaan perlu mengetahui bagaimana selera tampilan seperti tata letak dan warna yang muncul pada sistem dari target konsumennya.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
Bagi peneliti yang hendak melanjutkan penelitian terkait tingkat kepuasan konsumen *e-commerce* pada penggunaan Payment Gateway disarankan untuk lebih spesifik pada perusahaan atau *brand* Payment Gateway tertentu sehingga penilaian dan penelitian dapat lebih objektif dikarenakan pada penelitian ini hanya menilai Payment Gateway secara keseluruhan dan tidak spesifik pada *brand* tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, L. W., & Kusasih, I. A. (2021). Penilaian Kepuasan Dengan Model End User Computing Satisfaction Bagi Pengguna Aplikasi Financial Technology (Studi Kasus Bagi Pengguna Aplikasi LinkAja). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*.
- Ariesta, A. (2021, September 24). *Kasus Fraud Naik Signifikan Selama Pandemi, Tertinggi di Segmen E-commerce*. iNews.
- Bank Indonesia. (2016). *PBI Nomor 18/40/PBI/2016 Tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran*.
- Cermati. (2017, August 1). Mengenal Payment Gateway, Dari Cara Kerja sampai Keuntungannya buat Transaksi. hal. Diakses dari <https://www.cermati.com/>.
- CNN Indonesia. (2021, November 12). 88,1 Persen Pengguna Internet Belanja dengan E-Commerce. *Ekonomi Keuangan*, hal. 1-1.
- Doll, W. J., & Torkzadeh, G. (1988). The Measurement of End-User Computing Satisfaction. *MIS Quarterly*, Vol. 12, No. 2, 259-274.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Integrity Indonesia. (2019, January 25). E-Commerce Merugi Lebih Dari Dua Kali Lipat Karena Online Payment Fraud. hal. Diakses dari <https://www.integrity-indonesia.com/id/blog/>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Terjemahan Benyamin Molan*. Jakarta Indeks.
- Kurniawan, D., Zusrony, E., & Kusumajaya, R. A. (2018). Analisa Persepsi Pengguna Layanan Payment Gateway Pada Financial Technology Dengan Metode EUCS. *Jurnal Informa Politeknik Indonusa Surakarta*.

- Lidwina, A. (2021). *Gaji Generasi Z dan Milenial Banyak Dibelanjakan di E-Commerce*. Databoks Katadata.
- Novita, D., & Helena, F. (2021). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Traveloka Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM) dan End-User Computing Satisfaction (EUCS). *JTISI, Vol. 2, No. 1*, 22-37.
- Prihatiningsih, Kusmargiani, I. S., & Soebroto, N. W. (2020). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Mobile Payment. *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan*.
- Pusparisa, Y. (2020). *Pencurian Data Pengguna E-Commerce Kian Marak*. Katadata.
- Rie. (2014, December 19). E-Commerce. hal. Diakses dari <https://bpptik.kominfo.go.id/2014/12/19/645/e-commerce/>.
- Rini, D. P. (2019). Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Akhir Terhadap Layanan "LinkAja" di Indonesia Melalui Pendekatan End User Computing Satisfaction (EUCS) dan Reputasi Perusahaan.
- Sausi, J. M., Mtebe, J. S., & Mbelwa, J. (2021). Evaluating user satisfaction with the e-payment gateway system in Tanzania. *South African Journal of Information Management*.
- SIRCLO and Ravenry. (2020). *Navigating Indonesia's E-Commerce: COVID-19 Impact and The Rise of Social Commerce*. SIRCLO.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

LAMPIRAN

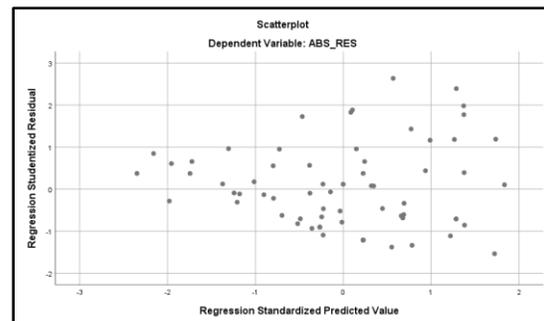


Gambar 2. Hasil Grafik P-Plot
Sumber : Data diolah dengan SPSS ver.25 (2022)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,000000
	Std. Deviation	1,01017787
Most Extreme Differences	Absolute	,092
	Positive	,047
	Negative	-,092
Test Statistic		,092
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.

Gambar 2. Hasil Uji Kolmogrov-Smirnov
Sumber : Data diolah dengan SPSS ver.25 (2022)



Gambar 4. Hasil Uji Scatter Plot
Sumber : Data diolah dengan SPSS ver.25
(2022)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,875 ^a	,765	,746	1,04890

a. Predictors: (Constant), Timeliness, Accuracy, Ease_of_Use, Content, Format
b. Dependent Variable: User_Satisfaction

Gambar 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi
Sumber : Data diolah dengan SPSS ver.25 (2022)

PENGARUH *ELECTRONIC SERVICE QUALITY* PADA LAYANAN BCA MOBILE DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* BCA DI JAKARTA

Elsya Rianti Budiman ¹⁾, R. Elly Mirati²⁾

¹⁾ Politeknik Negeri Jakarta, elsya.riantibudiman.ak18@mhsw.pnj.ac.id , Depok, 16425, Depok, Indonesia

²⁾ Politeknik Negeri Jakarta, r.ellymirati@akuntansi.pnj.ac.id , Depok, 16425, Depok, Indonesia

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between the influence of Electronic Service Quality on the BCA Mobile and Brand Image on Customer Satisfaction. This study uses primary data obtained by distributing questionnaires to 100 respondents who are BCA customers in Jakarta and used the BCA Mobile using a non-probability purposive sampling technique. The data analysis technique used is linear multiple analysis with SPSS 26 analysis tools. The results showed that electronic service quality and brand image variables had a positive effect on customer satisfaction. The electronic service quality variable has a positive effect on customer satisfaction, and the brand image variable has a positive effect on customer satisfaction. The results of this study are expected to contribute to the Bank, especially the BCA bank in order to maintain and improve services for its customers.

Keywords: *Brand Image; Customer Satisfaction; and Electronic Service Quality*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan pengaruh *Electronic Service Quality* pada layanan BCA Mobile dan *Brand Image* terhadap *Customer Satisfaction*. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden yang merupakan *customer* BCA di Jakarta dan menggunakan BCA Mobile dengan menggunakan teknik *non-probability purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis linear berganda dengan alat bantu analisis SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *electronic service quality* dan variabel *brand image* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*. Variabel *electronic service quality* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*, serta variabel *brand image* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap Bank khususnya bank BCA agar dapat mempertahankan serta meningkatkan pelayanan yang bagi para nasabahnya.

Kata-Kata kunci: Citra Merek; Kepuasan Nasabah; dan Kualitas Pelayanan Elektronik

¹⁾ Elsya Rianti Budiman, elsya.riantibudiman.ak18@mhsw.pnj.ac.id,

²⁾ R. Elly Mirati, r.ellymirati@akuntansi.pnj.ac.id

PENDAHULUAN

Saat ini, perbankan di Indonesia merupakan salah satu industri yang mengalami perkembangan yang sangat pesat. Ditambah dengan perkembangan era yang semakin modern yang dimana kini perubahan gaya hidup juga telah terjadi dengan gaya hidup yang mengedepankan teknologi. Perkembangan gaya hidup sehari-hari manusia juga telah ter-reflect pada *customer* perbankan yang cenderung lebih suka untuk menggunakan layanan bank secara digital. Selain itu pula jika dilihat dari hasil survey 2018 yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia bahwa jumlah pengguna internet khususnya di Indonesia dari total penduduk di Indonesia sebesar 64.8% merupakan pengguna internet yang artinya mengalami peningkatan sebesar 10% dari tahun sebelumnya pada 2017 yaitu 54.68%.

Perkembangan bank secara digital yang menggantikan peranan bank tradisional memiliki banyak sekali manfaat dan dapat meningkatkan *customer satisfaction* dalam hal pelayanan yang lebih baik sehingga bank akan menjadi lebih kompetitif dalam meningkatkan *service quality*-nya. Khususnya di era yang semakin memanfaatkan teknologi ini, pelayanan yang dilakukan secara digital biasa disebut *electronic service quality* atau disingkat *e-service quality*.

Electronic service quality dapat dijadikan ukuran antara ekspektasi *customer* pada sebuah layanan dengan seberapa baik pelayanan yang diberikan kepada *customer*, apakah telah sesuai dengan apa yang diekspektasikan oleh *customer* atau belum. Dalam hal perkembangan teknologi, *customer* dapat menikmati layanan digital yang diberikan oleh bank, dengan demikian dapat mengukur bagaimana *customer* memandang layanan tersebut melalui hubungannya dengan penggunaan layanan. Biasanya, semakin mudah dan fleksibel sebuah pelayanan bank, maka akan semakin disukai pula oleh *customer*. Pada *electronic service quality* terdapat konsep dasar antara *service quality* dan *e-service quality*. Dalam *electronic service quality* terdapat 4 dimensi pengukuran yaitu *reliability/fulfillment*, *web site design*, *security/privacy*, dan *customer service* (Wolfenbarger & Gilly, 2003 dalam Koller & Ketler, 2012).

Salah satu bank swasta di Indonesia yang telah siap untuk menghadapi perkembangan teknologi dan digital pada industri perbankan yaitu BCA atau Bank Central Asia. BCA kini mulai membangun citra merknya menjadi bank yang menuju digital jika dilihat dari BCA yang berusaha membenahi pelayanannya secara online. BCA menyediakan pelayanan online yang dapat diakses di *smartphone* salah satunya yaitu BCA Mobile.

Dalam laporan keuangan BCA 2021, jumlah transaksi pada layanan utama terbanyak yaitu transaksi pada BCA Mobile sebanyak 61,6% dari total jumlah transaksi 16.423 juta transaksi. Hal ini seiring dengan meningkatnya tren gaya hidup digitalisasi, pelayanan pada BCA Mobile kini menjadi salah satu yang harus difokuskan oleh BCA. Dengan peningkatan pelayanan secara digital, dapat membantu BCA dalam mempertahankan keloyalan pada *customer*-nya yang dimulai dari menumbuhkan kepuasan pada *customer* terhadap layanan BCA Mobile.

Jika dari prestasi award, BCA menduduki peringkat I pada award Infobank 4th Satisfaction Loyalty Engagement Awards 2021 pada kategori produk dan layanan kepuasan yakni layanan *customer service*, *teller*, dan ATM, peringkat II untuk kategori kantor cabang dan *mobile banking* (Laporan Tahunan 2021 PT Bank Central Asia). Selain itu juga, BCA berhasil menduduki urutan pertama pada kategori Bank dengan Brand Terkuat se-Dunia 2021. Penilaian ini dilakukan oleh lembaga survey yaitu Brand Finance yang dilakukan ke lebih dari 100.000 responden di lebih dari 35 negara. Dengan skor Brand Strength Index (BSI) 94,0 dari 100 dan peringkat kekuatan merek AAA+ elit.

Dengan menjadi bank yang telah mendapatkan penghargaan dalam segi *service quality* salah satunya pada *mobile banking*-nya dan dinobatkan menjadi salah satu bank dengan *brand*

image terkuat tidak serta-merta menjadikan BCA terhindar dari risiko. BCA Mobile masih mendapatkan keluhan-keluhan dari para *customers* BCA. Dari *trending* twitter dengan trending “BCA Mobile”, terdapat banyak cuitan pengguna twitter yang juga merupakan customer BCA yang mengeluhkan errornya layanan *mbanking* BCA. *System error* pada BCA Mobile juga banyak dikeluhkan pada menu ulasan AppStore BCA Mobile, rata-rata *customer* mengeluhkan errornya BCA Mobile walaupun internetnya sudah *support*. Jika melihat 2 tahun ke belakang, yaitu pada tahun 2019 dan 2021, sudah sangat banyak keluhan mengenai *downtime* BCA Mobile ini hingga *trending* di media twitter. Selain itu juga hal lain yang memiliki banyak keluhan yaitu tampilan BCA Mobile yang dinilai sangat kuno dan tidak mengikuti perkembangan teknologi salah satunya dikarenakan tidak *support* untuk *Face ID* dan *Touch ID*, *customer* juga membandingkan dengan bank competitor, selain itu BCA Mobile dinilai memiliki desain yang cukup buruk untuk bank ternama seperti BCA. Keluhan seperti itu telah dilontarkan penggunanya dari tahun ke tahun, sejak tahun 2019, ini tandanya BCA masih tertinggal jauh dari segi design aplikasi dengan bank competitor. Selain itu juga, banyak *review* mengenai penanganan *customer service* dalam mengatasi permasalahan *customer* khususnya dalam penggunaan BCA Mobile ini tidak memuaskan.

Hal-hal ini menjadi indikasi permasalahan bagi pihak manajemen BCA karena ada kemungkinan posisi BCA sangat dapat tergeserkan dengan bank lain yang lebih siap untuk menghadapi era teknologi ini. Khususnya dengan bank lain yang layanan *digital*-nya lebih siap dan lebih digemari *customer*. Dengan adanya sosial media, masyarakat mudah untuk menilai baik atau buruknya sebuah bank. Informasi yang didapatkan dari internet dapat mempengaruhi penilaian masyarakat terhadap kualitas pelayanan sebuah bank. Sehingga hal ini dapat menjadi hal yang berbahaya untuk citra bank dikarenakan dengan banyaknya keluhan-keluhan yang datang dari *customer* BCA.

Dari variabel *electronic service quality* dan *brand image* serta pengaruhnya terhadap *customer satisfaction* terdapat *gap research* dari hasil penelitian pada penelitian-penelitian sebelumnya. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan dan positif antara kualitas produk, *e-service quality*, dan citra merek dan kepuasan pelanggan (Yuan, et al, 2020). Hal tersebut bertolak belakang dengan *research* yang menyatakan bahwa *E-Service Quality* dan Loyalitas Pelanggan berpengaruh signifikan positif. *E-Service Quality* dan *customer satisfaction* berpengaruh signifikan negatif, *e-service quality* dan persepsi pelanggan berpengaruh signifikan positif (Chinomona, et al, 2014)

Selain itu, terdapat penelitian yang menyatakan bahwa *brand image* berpengaruh kuat positif terhadap *customer satisfaction* (Saleem & Raja, 2014). Serta *brand image* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* (Mehta & Tariq, 2020). Hal tersebut bertolak belakang dengan penelitian yang menyebutkan bahwa *brand image* tidak berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* (Rusmahafi & Wulandari, 2020).

Berdasarkan uraian pada latar belakang serta *gap phenomena* dan *gap research* diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait *electronic service quality* dan *brand image* serta bagaimana pengaruhnya terhadap *customer satisfaction* dengan judul “**Pengaruh Electronic Service Quality pada layanan BCA Mobile dan Brand Image terhadap Customer Satisfaction BCA di Jakarta**”.

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah penelitian, maka pertanyaan penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *Electronic Service Quality* pada layanan BCA Mobile terhadap *Customer Satisfaction* BCA di Jakarta?
2. Bagaimana pengaruh *Brand Image* terhadap *Customer Satisfaction* BCA di Jakarta?

3. Bagaimana pengaruh *Electronic Service Quality* pada layanan BCA Mobile dan *Brand Image* terhadap *Customer Satisfaction* BCA di Jakarta?

TINJAUAN PUSTAKA

Electronic Service Quality

Electronic Service Quality Atau Yang Biasa Disebut *E-Service Quality* Didefinisikan sebagai pengukuran kualitas yang disajikan secara online yang dapat diukur dari Realibilitas/Pemenuhan, *Website Design*, *Security/Privacy*, Dan *Customer Service* (Wolfenbarger & Gilly, 2003 Dalam Koller & Ketler, 2012). Pada Intinya, *Electronic Service Quality* Merupakan Sebuah Hal Yang Dapat Dijadikan Pengukuran Pelayanan Yang Diberikan Kepada *Customer* Melalui Media *Perantara*, Contohnya Itu Adalah Aplikasi Ataupun Website.

Adapun dimensi *Electronic Service Quality* ada empat menurut Wolfenbarger & Gilly, 2003 Dalam Koller & Ketler, 2012, yaitu *Reliability/Fulfillment* yaitu kemampuan Sebuah Perusahaan Untuk Dapat Memberikan Jasa Yang Dijanjikan Secara Handal Dan Akurat, *Web Site Design* yaitu sebuah saluran media yang berbasis digital yaitu dengan mengelola layanan digital bank dengan baik, *Security/Privacy* yaitu aspek dalam *e-service quality* dikarenakan *customer* akan lebih tertarik menggunakan layanan dalam hal ini web/aplikasi yang aman dan terhindar dari kebocoran data dan *Customer Service* yaitu merupakan perantara bagi pihak bank untuk menjalin hubungan baik dengan *customer*. Penelitian ini membatasi indikator dengan memakai empat indikator yaitu *reliability/fulfillment*, *web site design*, *security/privacy*, dan *customer service*. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat meneliti dengan menggunakan indikator-indikator dari lain yang terdapat pada *electronic service quality*.

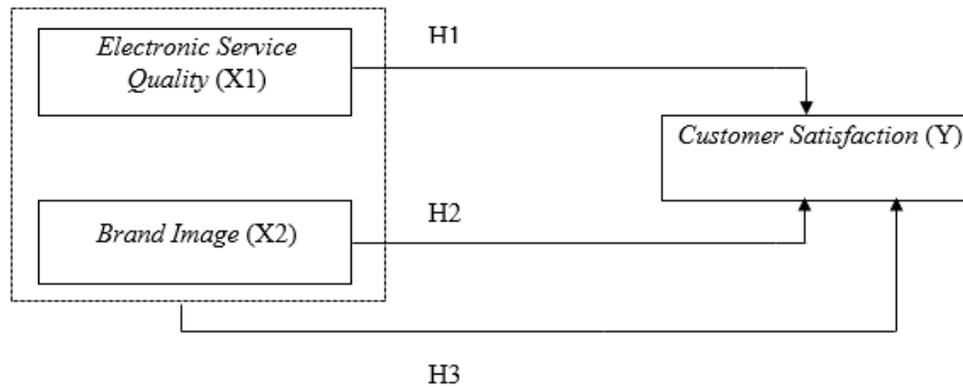
Brand Image

Brand image merupakan sebuah persepsi dan juga sebuah kepercayaan dari konsumen yang merefleksikan produk atau melekat dalam benak dan memori dari seorang konsumen sendiri (Kotler dan Keller, 2012). *Brand* merupakan sebuah *intangible asset* yang paling berharga bagi perusahaan. *Brand image* yang positif memiliki sebuah daya tarik tersendiri bagi *customer* dalam bertransaksi, sehingga hal ini dapat bermanfaat bagi perusahaan. Adapun indikator pengukuran *brand image* (Keller, 2012 dalam Andrew & Shimp, 2018) yaitu: atribut, manfaat, dan evaluasi keseluruhan.

Customer Satisfaction

Menurut Kotler dan Keller (2012), jika kinerja sesuai dengan ekspektasi atau bahkan melebihi ekspektasi *customer*, *customer* akan puas. Sedangkan *customer satisfaction* adalah sebuah situasi *customer* ketika *customer* menyadari mengenai kebutuhan dan keinginannya telah sesuai dengan apa yang diharapkan serta terpenuhi secara baik (Tjiptono, 2012). Adapun menurut Aaker, et. al (2010) dalam Scorita, K.B. and Nurmahdi, A., 2018, untuk dapat mengukur kepuasan *customer* terdapat empat indikator yaitu kualitas pelayanan, tidak ada complain, kinerja bank, dan hubungan dengan nasabah.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Penelitian

- H1 : *Electronic Service Quality* pada layanan BCA Mobile berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*.
- H2 : *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*.
- H3 : *Electronic Service Quality* pada layanan BCA Mobile dan *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*.

METODOLOGI PENELITIAN

Peneliti menggunakan jenis penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini tidak diketahui, sehingga berdasarkan hasil perhitungan dengan rumus diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan sampel *purposive sampling* yaitu dengan kriteria, responden merupakan nasabah BCA yang menggunakan BCA Mobile dengan minimal usia 17 tahun yang berdomisili di Jakarta. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan bantuan *google form* menggunakan skala likert 1-5 dan juga menggunakan studi pustaka berupa jurnal maupun buku. Penelitian ini menggunakan metode analisis linear berganda. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *electronic service quality* dan *brand image*. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah pelaksanaan *customer satisfaction*, dimana dalam penelitian ini dilakukan uji analisis data dengan melakukan uji instrumen dan uji asumsi klasik. Data diolah menggunakan *software* SPSS versi 26, hal ini dikarenakan setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini diukur melalui indikator pernyataan yang terdapat pada kuesioner.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

Responden yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Central Asia yang berdomisili di Jakarta sebanyak 100 responden, yang dikelompokkan menurut jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Berdasarkan hasil penelitian kepada 100 orang responden didapat karakteristik responden terbanyak berdasarkan jenis kelamin adalah wanita sebanyak 57%, karakteristik responden terbanyak berdasarkan usia adalah 17-24 tahun sebanyak 78%, dan karakteristik responden terbanyak berdasarkan pekerjaan adalah mahasiswa sebanyak 78%.

Uji Instrumen

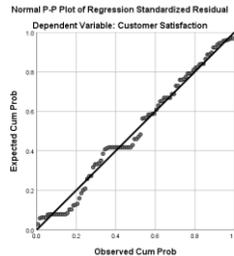
1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Diketahui bahwa seluruh data yang terdapat pada kuesioner untuk mengukur *electronic service quality* (X₁), *brand image* (X₂) dan *customer satisfaction* (Y) dinyatakan valid. Hal ini

dikarenakan nilai r hitung setiap item pernyataan lebih besar dari r tabel (r hitung $>$ r tabel). Sedangkan untuk hasil uji reliabilitas, diketahui bahwa seluruh data pernyataan yang digunakan untuk mengukur setiap variabel dalam kuesioner dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *alpha cornbach* $>$ 0,06.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas



Gambar 2. Grafik Normal Probability Plot

Sumber: data diolah menggunakan SPSS 26, 2022

Pada kurva p-plot dapat dilihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Sehingga dari hasil tersebut dapat dihasilkan bahwa data yang digunakan untuk penelitian ini berdistribusi normal dan layak untuk digunakan.

Tabel 1. Hasil Uji One-Sample Kolmogorov Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,64246163
Most Extreme Differences	Absolute	0,081
	Positive	0,081
	Negative	-0,067
Test Statistic		0,081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.107 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: data diolah menggunakan SPSS 26, 2022

Serta dapat dilihat pada tabel 3 bahwa nilai signifikansi yang ditunjukkan dari *one sample kolmogorov smirnov test (2-Tailed)* sebesar $0.107 > 0.05$. Disimpulkan bahwa uji normalitas melalui 2 cara yaitu probability plot dan Kolmogorov-Smirnov menunjukkan data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Electronic Service Quality	0,327	3,055
Brand Image	0,327	3,055
a. Dependent Variable: Customer Satisfaction		

Sumber: data diolah menggunakan SPSS 26, 2022

Semua variabel memiliki nilai Tolerance yang lebih besar dari 0,10 dan semua variabel memiliki nilai VIF yang lebih kecil dari 10. Diketahui bahwa bahwa nilai VIF variabel X1 dan X2

adalah $3.055 < 10$ dan nilai tolerance value $0.327 > 0.1$ maka data tersebut tidak terjadi Multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,593	0,569		1,042	0,300
	Electronic Service Quality	-0,002	0,044	-0,006	-0,037	0,970
	Brand Image	0,062	0,054	0,199	1,145	0,255

a. Dependent Variable: Abs_Res1

Sumber: data diolah menggunakan SPSS 26, 2022

Nilai signifikansi kedua variabel diatas lebih besar dari 0,05 maka sesuai dasar pengambilan keputusan uji glejser bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Analisis Linear Berganda

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,883	1,037		3,743	0,000
	Electronic Service Quality	0,179	0,080	0,305	2,238	0,027
	Brand Image	0,266	0,099	0,366	2,685	0,009

a. Dependent Variable: Customer Satisfaction

Sumber: data diolah menggunakan SPSS 26, 2022

Nilai koefisien regresi untuk variabel *electronic service quality* (X_1) adalah 0,179 dan *brand image* (X_2) sebesar 0,266, sedangkan nilai konstanta sebesar 3,883. Dari keterangan tersebut, maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 3.883 + 0.179X_1 + 0.266X_2$$

1. Nilai konstanta merupakan besarnya nilai variabel dependen (Y) tanpa adanya pengaruh variabel independen (X). Hasil uji regresi menunjukkan nilai konstanta sebesar 3,883 dengan tanda positif. Hal tersebut memiliki arti, besar satuan variabel *Customer Satisfaction* BCA di Jakarta tanpa adanya pengaruh variabel *Electronic Service Quality* (X_1), dan *Brand Image* (X_2) adalah meningkat sebesar 3,883.
2. Koefisien regresi untuk variabel *Electronic Service Quality* (X_1) memiliki nilai positif yaitu sebesar 0,179. Artinya, *Electronic Service Quality* akan mengalami peningkatan sebesar 0,179 dengan asumsi variabel lainnya konstan. Hal tersebut dapat diartikan jika variabel *Electronic Service Quality* (X_1) mengalami peningkatan, maka *Customer Satisfaction* BCA di Jakarta juga akan meningkat. Hal ini menunjukkan, jika *Electronic Service Quality* pada layanan BCA Mobile yang diberikan kepada *customer* baik, maka *Customer Satisfaction* akan meningkat.
3. Koefisien regresi untuk variabel *Brand Image* (X_2) memiliki nilai positif yaitu sebesar 0,266. Artinya, *Brand Image* akan mengalami peningkatan sebesar 0,266 dengan asumsi variabel lainnya konstan. Hal tersebut dapat diartikan jika variabel *Brand Image* (X_2) mengalami peningkatan, maka *Customer Satisfaction* BCA di Jakarta juga akan meningkat. Hal ini menunjukkan, jika *Brand Image* BCA yang ditampilkan BCA kepada *customer* BCA baik, maka *Customer Satisfaction* BCA di Jakarta akan meningkat.

Uji Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Tabel 5. Uji t (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,883	1,037		3,743	0,000
	Electronic Service Quality	0,179	0,080	0,305	2,238	0,027
	Brand Image	0,266	0,099	0,366	2,685	0,009

a. Dependent Variable: Customer Satisfaction

Sumber: data diolah menggunakan SPSS 26, 2022

Berdasarkan hasil pengujian variabel *electronic service quality* diperoleh nilai signifikansi 0,027 lebih kecil dari 0,05 ($0,027 < 0,05$). Hal tersebut menyatakan bahwa *Electronic Service Quality* pada layanan BCA Mobile berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* BCA di Jakarta dan nilai t hitung 2,238 lebih besar dari t tabel 1,98472 ($2,238 > 1,98472$). Hal tersebut menyatakan bahwa *Electronic Service Quality* pada layanan BCA Mobile berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction* BCA di Jakarta, sehingga H_1 diterima. Berdasarkan hasil pengujian variabel *brand image* diperoleh nilai signifikansi 0,009 lebih kecil dari 0,05 ($0,009 < 0,05$). Hal tersebut menyatakan bahwa *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* BCA di Jakarta. Kemudian nilai t hitung 2,685 lebih besar dari t tabel 1,98472 ($2,685 > 1,98472$). Hal tersebut menyatakan bahwa *Brand Image* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction* BCA di Jakarta, sehingga H_2 diterima.

2. Uji f (Simultan)

Tabel 6. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	185,680	2	92,840	33,719	.000 ^b

Sumber: data diolah menggunakan SPSS 26, 2022

Hasil nilai F hitung sebesar 33,719 lebih besar dari nilai F tabel sebesar 3,09 ($33,719 > 3,09$) dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,00 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa *Electronic Service Quality* pada layanan BCA Mobile dan *Brand Image* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* BCA di Jakarta, sehingga H_3 diterima pada hipotesis uji F.

3. Uji Koefisien Determinasi (R_2)

Tabel 7. Uji Koefisien Determinasi (R_2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.640 ^a	0,410	0,398	1,65931

a. Predictors: (Constant), Brand Image, Service Quality
 b. Dependent Variable: Customer Satisfaction

Sumber: data diolah menggunakan SPSS 26, 2022

Hasil uji R Square sebesar 0,410 atau 41,0%. Hal ini menunjukkan bahwa besar pengaruh variabel *Electronic Service Quality* (X_1) pada layanan BCA Mobile dan *Brand Image* (X_2) yang dihasilkan terhadap *Customer Satisfaction* BCA di Jakarta adalah 41,0%, sedangkan sisanya sebesar 59,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Electronic Service Quality* pada layanan BCA Mobile terhadap *Customer Satisfaction* di BCA Jakarta

Berdasarkan hasil analisis regresi variabel *electronic service quality* pada layanan BCA Mobile menunjukkan korelasi positif sebesar 0,179. Artinya, jika terjadi kenaikan 1 satuan variabel *electronic service quality* (X1), maka *customer satisfaction* BCA di Jakarta (Y) juga meningkat sebesar 0,179 dengan asumsi variabel lainnya nol/konstan. Selanjutnya, untuk hasil uji t diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 2,238 dimana nilai tersebut lebih besar dibandingkan dengan t tabel yaitu 1,98472 dan nilai signifikansi yang diperoleh adalah sebesar 0,027 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, maka dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis H1 yang menyatakan “*Electronic Service Quality* pada layanan BCA Mobile secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* BCA di Jakarta” diterima. Artinya, variabel *electronic service quality* pada layanan BCA Mobile berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* BCA di Jakarta.

Pengaruh *Brand Image* terhadap *Customer Satisfaction* di BCA Jakarta

Berdasarkan hasil analisis regresi variabel *brand image* menunjukkan korelasi positif sebesar 0,266. Artinya, jika terjadi kenaikan 1 satuan variabel *brand image* (X2), maka *customer satisfaction* (Y) BCA di Jakarta juga meningkat sebesar 0,266 dengan asumsi variabel lainnya nol/konstan. Kemudian, untuk hasil uji t diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 2,685 dimana nilai tersebut lebih besar dibandingkan dengan t tabel yaitu 1,98472 dan nilai signifikansi yang diperoleh adalah sebesar 0,009 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, maka dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis H2 yang menyatakan “*Brand Image* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* BCA di Jakarta” diterima. Yang artinya, variabel *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* BCA di Jakarta.

Pengaruh *Electronic Service Quality* dan *Brand Image* terhadap *Customer Satisfaction* BCA di Jakarta

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa H3 diterima yaitu *electronic service quality* dan *brand image* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* BCA di Jakarta. Hal ini dapat dilihat dari hasil nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel sebesar 33,719 ($33,719 > 3,09$) dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) Selain itu nilai koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 41,0%, hal ini menunjukkan bahwa besar pengaruh variabel *electronic service quality* dan *brand image* yang dihasilkan terhadap *customer satisfaction* BCA di Jakarta adalah 41,0%, sedangkan sisanya sebesar 59,0% dipengaruhi dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel penelitian. Dari keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi *electronic service quality* pada BCA Mobile yang diberikan oleh pihak BCA dan semakin baik *brand image* yang diciptakan BCA kepada benak *customer*, maka *customer satisfaction* BCA di Jakarta akan semakin meningkat pula.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari pertanyaan – pertanyaan yang diajukan, analisis data, dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu:

1. Variabel *electronic service quality* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *customer satisfaction* BCA di Jakarta. Artinya semakin baik *electronic service quality* pada layanan BCA Mobile yang diberikan BCA kepada *customer*, maka *customer satisfaction* juga akan meningkat. Jika dilihat per indikator, indikator yang paling rendah yaitu pada indikator *reliability*, yang berisikan Bank menunjukan kepedulian dan perhatian secara pribadi kepada

- customer* sehingga kebutuhan *customer* dapat terpenuhi dengan baik jika terjadi masalah dalam penggunaan BCA Mobile.
2. Variabel *brand image* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *customer satisfaction* BCA di Jakarta. Artinya semakin baik dan kuat *brand image* yang dimiliki BCA terhadap *customer*-nya akan dapat menciptakan *customer satisfaction* dan *customer satisfaction* tentunya akan meningkat pula. Walaupun keseluruhan *brand image* BCA sudah baik, penilaian terendah terletak pada indikator atribut yang berisikan bahwa BCA memiliki sarana dan prasarana yang memadai.
 3. Secara simultan variabel *electronic service quality* dan *brand image* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* BCA di Jakarta. Berdasarkan hasil koefisien determinasi, variabel kualitas layanan dan kepercayaan memberikan kontribusi sebesar 41,0% terhadap *customer satisfaction* BCA di Jakarta, sementara sisanya sebesar 59,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Jika dilihat dari indikator terendah yaitu pada indikator hubungan dengan nasabah yang berisikan bahwa BCA telah menjaga hubungan baik dengan *customer* di luar transaksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Pahlevi R. *Penetrasi Internet di Kalangan Remaja Tertinggi di Indonesia*. (2022). [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/10/penetrasi-internet-di-kalangan-remaja-tertinggi-di-indonesia#:~:text=Asosiasi%20Penyelenggara%20Jasa%20Internet%20Indonesia%20\(A%20PJII\)%20baru%20Dbaru%20ini,kelompok%20usia%2013%2D18%20tahun](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/10/penetrasi-internet-di-kalangan-remaja-tertinggi-di-indonesia#:~:text=Asosiasi%20Penyelenggara%20Jasa%20Internet%20Indonesia%20(A%20PJII)%20baru%20Dbaru%20ini,kelompok%20usia%2013%2D18%20tahun).
- Kotler P., Keller KL. (2012). *Marketing Management*. 14th edition. New Jersey (US): Prentice Hall.
- Septallsma, B. *Mengenal Bank Digital yang Naik Daun di Indonesia*. (2021). <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210625164912-78659514/mengenal-bank-digital-yang-naik-daun-di-indonesia>.
- Uli. *Sempat Error, M-Banking BCA Sudah Beroperasi Normal*. (2020). <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20201204122033-78-577941/sempat-error-m-banking-bca-sudah-beroperasi-normal>.
- Anonymous. *The Annual Brand Value Ranking | Brandirectory*. (n.d.). Banking 500. (2021). <https://brandirectory.com/rankings/banking/2021>.
- Yuan, et al. (2020). The Relationship between Product Quality, E-Service Quality and Brand Image on Customer Satisfaction: Preliminary Investigation in Perlis. *International Journal of Business and Management*, 4(5), 43-54.
- Chinomona, R., Masinge, G., & Sandada, M. (2014). The influence of e-service quality on customer perceived value, customer satisfaction and loyalty in South Africa. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(9), 331.
- Saleem, H., & Raja, N. S. (2014). The impact of service quality on customer satisfaction, customer loyalty and brand image: Evidence from hotel industry of Pakistan. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 19(5), 706-711.
- Mehta, A. M., & Tariq, M. (2020). How brand image and perceived service quality affect customer loyalty through customer satisfaction. *Academy of Marketing Studies Journal*, 24(1), 1-10.
- Rusmahafi, F. A., & Wulandari, R. (2020). The effect of brand image, service quality, and customer value on customer satisfaction. *International Review of Management and Marketing*, 10(4), 68.

Pengaruh Inflasi dan Nilai Tukar terhadap Nilai Ekspor Indonesia ke Cina

Machariri Rifa Fairuz¹⁾, Nurul Hasanah²⁾

¹⁾ Politeknik Negeri Jakarta, machariri.rifafairuz.ak18@mhs.w.pnj.ac.id, Depok, 16425, Kota Depok, Indonesia

²⁾ Politeknik Negeri Jakarta, nurul.hasanah@akuntansi.pnj.ac.id, Depok, 16425, Kota Depok, Indonesia

ABSTRACT

During the covid-19 pandemic, in general Indonesia's exports to various countries showed a decrease, but this did not apply to China. Indonesia's exports to China actually increased during the covid-19 pandemic. Several research results show that two factors affect the value of exports, namely the exchange rate and inflation. Several studies have shown that the exchange rate has a positive effect and inflation has a negative effect on exports. However, the results of other studies show that the exchange rate and inflation have no effect on Indonesian exports. This study aims to analyze the effect of inflation and exchange rates on the value of Indonesia's exports to China in 2019-2021. The research data used secondary data obtained from the official website which provided data that was researched and analyzed using multiple linear regression processes through SPSS. The results of this study show that partially inflation has a significant negative effect on the value of Indonesia's exports to China, while the exchange rate has no effect on the value of Indonesia's exports to China. Simultaneously, inflation and exchange rates affect the value of Indonesia's exports to China. Exporters need to consider factors that affect exports such as inflation and exchange rates when exporting in order to remain profitable and expand exports to countries other than China.

Keywords: *Inflation; exchange rate; Export*

ABSTRAK

Pada saat pandemi covid-19, secara umum ekspor Indonesia ke berbagai negara menunjukkan adanya penurunan, tetapi hal tersebut tidak berlaku untuk Cina. Ekspor Indonesia ke Cina justru mengalami peningkatan selama masa pandemi covid-19. Beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa dua faktor yang mempengaruhi nilai ekspor yaitu nilai tukar dan inflasi. Pada beberapa penelitian menunjukkan nilai tukar berpengaruh positif dan inflasi berpengaruh negatif terhadap ekspor. Namun dalam hasil penelitian lainnya menunjukkan nilai tukar dan inflasi tidak berpengaruh terhadap ekspor Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inflasi dan nilai tukar terhadap nilai ekspor Indonesia ke Cina tahun 2019 - 2021. Data penelitian yang digunakan data sekunder yang didapatkan dari laman resmi yang menyediakan data yang diteliti dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda yang diolah melalui SPSS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan secara parsial, inflasi berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai ekspor Indonesia ke Cina, sedangkan nilai tukar tidak berpengaruh terhadap nilai ekspor Indonesia ke Cina. Secara simultan, inflasi dan nilai tukar berpengaruh terhadap nilai ekspor Indonesia ke Cina. Para pelaku ekspor perlu mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi ekspor seperti inflasi dan nilai tukar pada saat akan melakukan ekspor agar tetap menguntungkan dan dapat memperluas ekspor ke negara-negara lain selain Cina.

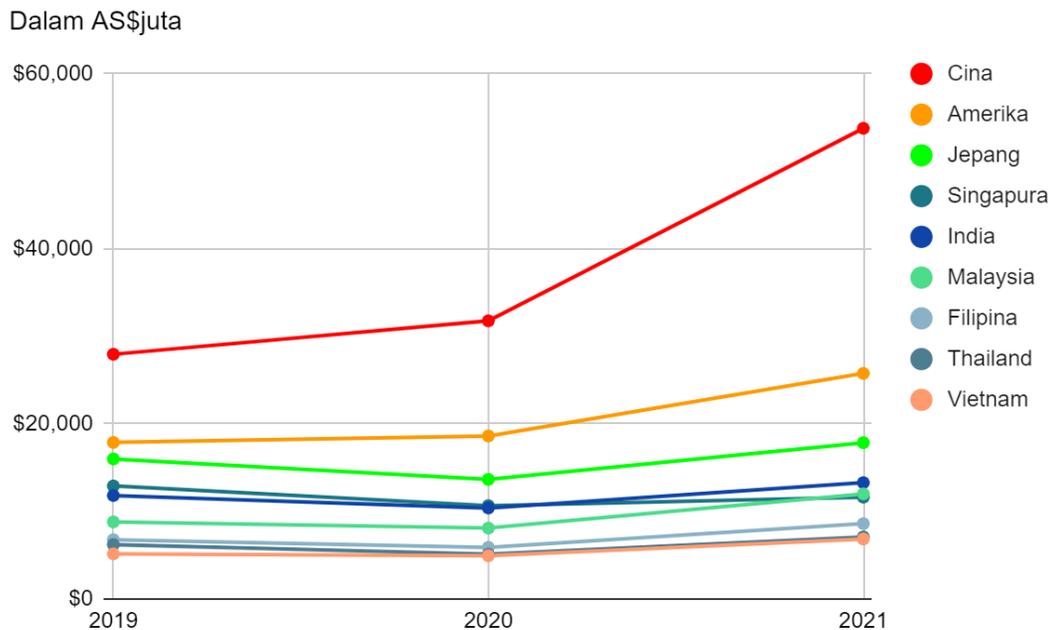
Kata Kunci: Inflasi; Nilai tukar; Ekspor

¹ Corresponding author. E-mail: machariri.rifafairuz.ak18@mhs.w.pnj.ac.id

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada tanggal 11 Maret 2020, WHO menetapkan jika covid-19 merupakan pandemi berskala global di mana hal ini memberikan dampak pada berbagai sektor kegiatan masyarakat khususnya kegiatan perekonomian. Di Indonesia sendiri perekonomian mengalami penurunan di mana hal ini dapat dilihat dari berita resmi statistik BPS (2020) di mana inflasi yang terjadi pada bulan Juni 2022 sebesar 1,96% di mana nilai tersebut sudah menurun dari bulan-bulan sebelumnya yang lebih dari 2%. Hal ini dipengaruhi oleh permintaan dalam negeri yang menurun sebagai efek dari pandemi covid-19. Selain itu dampak dari covid-19 lainnya adalah nilai tukar rupiah terhadap dollar AS yang melemah hingga Rp.16.367 per 1 dollarnya (satudata.kemendag.go.id). Melemahnya nilai tukar akan menyebabkan peningkatan ekspor dikarenakan keuntungan yang didapatkan akan lebih besar, namun dikarenakan adanya *lockdown* kegiatan produksi pun menurun sehingga barang yang ditawarkan pun ikut menurun dan hal tersebut dapat mempengaruhi nilai ekspor Indonesia (Haryanto, 2020). Pada awal pandemi covid-19 di Indonesia, pertumbuhan perdagangan internasional Indonesia yang biasanya mencapai angka 2 digit kini mengalami penurunan hingga mencapai angka minus 8,3% (Menteri Keuangan, 2021). Apabila dilihat dari tujuan ekspor Indonesia, Cina menempati urutan tertinggi. Dilansir dari Badan Pusat Statistik(BPS) berikut merupakan 10 negara tujuan ekspor Indonesia selama tahun 2019-2021:



Gambar 1. Grafik 10 Negara tujuan ekspor Indonesia tahun 2019-2021

Sumber: data BPS diolah oleh Kementerian Perdagangan, 2022

Berdasarkan grafik di atas, nilai ekspor Indonesia terbesar ke Cina. Di tahun 2020, nilai ekspor Indonesia ke Cina dan Amerika meningkat, meskipun sama-sama meningkat namun peningkatan nilai ekspor Indonesia ke Amerika tidaklah sebesar peningkatan nilai ekspor ke Cina. Nilai ekspor Indonesia ke Cina pada tahun 2020 sebesar US\$31.781 yang meningkat dari tahun

2019 yang hanya US\$27,961 juta yang berarti peningkatannya sebesar \$3,820 juta yang angkanya jauh lebih tinggi dari peningkatan nilai ekspor Indonesia ke Amerika yang hanya sebesar US\$778 juta. Di sisi lain, ekspor Indonesia ke negara-negara lain seperti Jepang, Singapura, Malaysia, Filipina, Thailand, dan Vietnam justru mengalami penurunan.

Dalam penelitian Mahendra dan Kesumajaya (2015) diketahui bahwa faktor yang mempengaruhi ekspor Indonesia adalah investasi, inflasi, nilai tukar, dan suku bunga kredit. Penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan gap penelitian yaitu menurut Budhi & Larasati (2018) naik turunnya inflasi tidak mempengaruhi nilai ekspor Indonesia ke Cina sedangkan nilai tukar rupiah terhadap dollar AS berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap nilai ekspor Indonesia ke Cina. Menurut Cipta (2018) inflasi tidak berpengaruh terhadap impor Cina dari Indonesia dan nilai tukar juga tidak berpengaruh terhadap nilai impor Indonesia dari Cina. Hal ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian dari Varida (2018) di mana apabila terjadi inflasi maka akan berpengaruh terhadap nilai ekspor Indonesia ke Cina dan nilai tukar juga mempengaruhi nilai ekspor Indonesia ke Cina. Menurut Mahendra (2018) inflasi berpengaruh terhadap nilai ekspor Indonesia ke Cina dan nilai tukar berpengaruh negatif terhadap nilai ekspor Indonesia ke Cina. Berdasarkan fenomena dan *research gap* di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Inflasi dan Nilai Tukar terhadap Nilai Ekspor Indonesia ke Cina”.

Permasalahan

Nilai ekspor Indonesia ke negara-negara lain mengalami penurunan namun tidak dengan ekspor Indonesia ke Cina yang justru mengalami peningkatan. Seperti yang diketahui, Cina merupakan negara pertama di mana covid-19 pertama kali muncul. Berdasarkan hal tersebut faktor apa saja yang mempengaruhi ekspor Indonesia ke Cina di mana pada saat pandemi covid-19 nilainya menunjukkan peningkatan namun tidak dengan negara tujuan lainnya yang justru mengalami penurunan. Berdasarkan hasil-hasil penelitian terdahulu, inflasi dan nilai tukar merupakan faktor yang mempengaruhi nilai ekspor, Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan nilai tukar berpengaruh positif dan inflasi berpengaruh negatif terhadap nilai ekspor namun beberapa penelitian lainnya menunjukkan bahwa inflasi dan nilai tukar tidak berpengaruh terhadap nilai ekspor. Berdasarkan permasalahan pada latar belakang, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh inflasi terhadap nilai ekspor Indonesia ke Cina?
2. Bagaimana pengaruh nilai tukar rupiah terhadap dollar AS terhadap nilai ekspor Indonesia ke Cina?
3. Bagaimana pengaruh inflasi dan nilai tukar rupiah terhadap dollar AS secara simultan terhadap nilai ekspor Indonesia ke Cina?

Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh variabel inflasi terhadap nilai ekspor Indonesia ke Cina.

2. Menganalisis pengaruh nilai tukar rupiah terhadap dolar AS terhadap nilai ekspor Indonesia ke Cina.
3. Menganalisis pengaruh inflasi dan nilai tukar rupiah terhadap dolar AS secara simultan terhadap nilai ekspor Indonesia ke Cina.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Ekspor

Ekspor merupakan kegiatan menjual barang atau jasa ke luar negeri dengan pelaku kegiatan tersebut disebut eksportir yang merupakan badan hukum atau perorangan. Menurut kaum merkantilisme yaitu sebuah kaum yang berpandangan pada ideologi kapitalisme komersial, perdagangan internasional menitikberatkan peningkatan kegiatan ekspor di atas kegiatan impor (Aprita & Adhitya, 2020:14). Kegiatan ekspor dilakukan dengan dua cara, yaitu ekspor biasa di menggunakan letter of credit atau L/C dan kedua yaitu ekspor tanpa L/C yang dapat dilakukan apabila sudah dikeluarkannya izin khusus dari departemen perdagangan (Supardi 2019:9).

Inflasi

Inflasi merupakan kecenderungan peningkatan harga-harga secara umum dan terus menerus (bi.go.id). Inflasi berarti sebuah kondisi dalam negeri yang di mana adanya peningkatan harga-harga secara umum dan terus menerus, yang apabila inflasi terjadi berlebihan akan menimbulkan kerugian pada perekonomian secara keseluruhan, yang di mana apabila harga-harga naik namun ketersediaan barang tidak bertambah, maka hal tersebut dapat mempengaruhi kegiatan ekspor (Safitri & Jamal, 2020).

Nilai Tukar

Nilai tukar merupakan salah satu harga yang penting dalam suatu perekonomian karena bisa dijadikan penentu untuk keseimbangan permintaan dan penawaran Nilai tukar juga dapat didefinisikan sebagai rasio yang digunakan untuk pertukaran antara dua mata uang asing yang berbeda negara atau harga satuan unit mata uang yang dinyatakan pada mata uang domestik. Nilai tukar secara sederhana merupakan nilai atau tingkat harga yang digunakan untuk melakukan pertukaran dua mata uang asing dalam sebuah perdagangan (Silaban & Nurlina, 2022).

Hipotesis

Berdasarkan permasalahan dan fenomena yang telah dijelaskan di atas, maka hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Hubungan antara inflasi terhadap nilai ekspor Indonesia ke Cina
H₁: Inflasi secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai ekspor Indonesia ke Cina.
2. Hubungan antara nilai tukar terhadap nilai ekspor Indonesia ke Cina
H₂: Nilai tukar rupiah terhadap dolar AS secara parsial berpengaruh negatif terhadap nilai ekspor Indonesia ke Cina.
3. Hubungan antara inflasi dan nilai tukar terhadap nilai ekspor Indonesia ke Cina

H₃: Variabel inflasi dan nilai tukar rupiah terhadap dollar AS secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai ekspor Indonesia ke Cina

3. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu inflasi (X_1) dan nilai tukar (X_2) terhadap variabel terikat (Y) yaitu nilai ekspor Indonesia ke Cina. Pengambilan sampel menggunakan metode *Sampling Purposive* dengan pertimbangan yang digunakan adalah perbedaan hasil penelitian sebelumnya dan fenomena yang telah dijelaskan pada latar belakang serta kriteria data yang diambil adalah data nilai ekspor Indonesia ke Cina, inflasi Indonesia, dan nilai tukar rupiah terhadap dollar AS sebelum dan selama masa pandemi covid-19. Jenis data yaitu *time series* yang diambil dari laman resmi BPS, Bank Indonesia dan Kementerian Keuangan. Metode analisis data dengan menggunakan Uji Asumsi Klasik untuk menguji normal atau tidaknya data yang diteliti serta Uji Regresi Linier Berganda.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terdiri dari 4 jenis uji yang akan digunakan untuk melakukan uji asumsi klasik yang terdiri atas Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedasitas dan Uji Autokorelasi Berikut merupakan penjelasan dari masing-masing uji yang digunakan:

1. Uji Normalitas

Menggunakan metode *exact time limit* pada saat melakukan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov*. Bertujuan untuk melihat apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Setelah dilakukan pengujian dapat diketahui hasil uji normalitas dengan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* nilai *exact* signifikansinya sebesar 0,380 yang berarti nilainya lebih besar dari 0,05 yang berarti data dalam penelitian berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Dalam menentukan apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat dilihat dari seberapa besarnya nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Ketentuan dalam melakukan uji ini adalah nilai VIF tidak lebih dari 10. Setelah dilakukan uji multikolinieritas dapat diketahui bahwa nilai VIF tiap-tiap variabel dependen tidak lebih dari 10, di mana nilai VIF untuk Inflasi (X_1) sebesar 1,016 dan Nilai Tukar (X_2) sebesar 1,016. Dapat diasumsikan jika penelitian ini terbebas dari penyimpangan atau tidak ada gejala multikolinearitas.

3. Uji Heterokedasitas

Dalam menentukan apakah data yang digunakan berdistribusi normal maka penting dilakukan Uji Heterokedasitas. Uji ini menguji apakah terdapat indikasi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamat ke pengamat lainnya dengan ketentuan Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedasitas pada suatu model dapat dilihat dari pola

gambar Scatterplot model tersebut, Apabila tidak terdapat heteroskedasitas jika: (1) penyebaran titik-titik data tidak berpola; (2) titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0; (3) titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja. Hasil dari penelitian ini dapat dilihat dari hasil *Scatterplot* yang tidak menunjukkan adanya pola tertentu, titik-titiknya juga tidak menyebar di atas atau di bawah ataupun di sekitar angka 0 dan titik-titik juga tidak berkumpul di bagian atas maupun bawah saja. Dapat disimpulkan jika variabel-variabel regresi yang digunakan tidak menunjukkan gejala Heterokedasitas.

4. Uji Autokorelasi

Uji ini dilakukan dengan membandingkan hasil durbin-watson dengan nilai selisih tabel signifikansi dikurang nilai durbin-watson. Ketentuan apabila tidak terjadi autokorelasi:

- a. Apabila nilai D-W berada di bawah -2 berarti terjadi autokorelasi positif
- b. Apabila nilai D-W berada diantara -2 dengan +2 maka tidak terjadi autokorelasi
- c. Apabila nilai D-W berada di atas +2 maka terjadi autokorelasi negatif

Hasil dari uji Autokorelasi menunjukkan hasil output sebesar 0,281 dan apabila dibandingkan dengan nilai signifikansi level (0,05) yang didapat dari K=2 dan N=36 adalah 1,587. Nilai Durbin-Watson lebih tinggi di mana menghasilkan selisih 1,306 atau $0,281 < 1,306$. Sesuai dengan ketentuan di atas maka dapat disimpulkan jika data yang digunakan tidak terjadi autokorelasi.

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Setelah data penelitian memenuhi uji asumsi klasik, kemudian dilakukan uji regresi linier berganda dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 1 Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1013,879	521,574		1,944	,060		
	Inflasi	-95,628	21,440	-,617	-4,460	,000	,985	1,016
	Nilai Tukar	-3,392	3,573	-,131	-,949	,349	,985	1,016

a. Dependent Variable: Nilai Ekspor Indo-Cina

Sumber: Output SPSS versi 26,2022

Berdasarkan hasil dari tabel 1 dapat dirumuskan dalam model regresi berikut:

$$\text{Ekspor} = 1013,879 - 95,628(\text{Inflasi}) - 3,392(\text{Nilai Tukar})$$

Dari model regresi tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

1. Nilai α sebesar 1.013,879 merupakan nilai konstanta atau nilai keadaan saat variabel nilai ekspor Indonesia ke Cina belum dipengaruhi variabel-variabel lainnya yaitu variabel inflasi X_1 dan variabel nilai tukar X_2 Apabila variabel independen dianggap konstan maka nilai variabel

nilai ekspor Indonesia ke Cina sebelum dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya adalah 1.013,879 ribu dollar AS.

2. Nilai konstanta Inflasi sebesar -95,628 ribu dollar AS menunjukkan pengaruh negatif terhadap variabel nilai ekspor Indonesia ke Cina yang berarti setiap adanya kenaikan 1 satuan variabel inflasi akan mempengaruhi variabel nilai ekspor Indonesia ke Cina sebesar -95,628 ribu dollar AS dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan, maka nilai variabel nilai ekspor Indonesia ke Cina setelah dipengaruhi oleh variabel inflasi adalah 918,251 ribu dollar AS.
3. Nilai konstanta nilai tukar sebesar -3,392 menunjukkan pengaruh negatif terhadap variabel nilai ekspor Indonesia ke Cina yang berarti setiap adanya kenaikan 1 satuan variabel nilai tukar akan mempengaruhi variabel nilai ekspor Indonesia ke Cina sebesar -3,392 ribu dollar AS dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan, maka nilai variabel ekspor Indonesia ke Cina setelah dipengaruhi oleh variabel nilai tukar adalah sebesar 1.010,487 ribu dollar AS.

Hasil Uji Hipotesis

1. Uji t (parsial)

Nilai t-tabel yang didapat adalah sebesar 2,028 sedangkan untuk nilai t-hitung untuk variabel independen dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2 Uji t (X terhadap Y)

Variabel	t	Signifikansi	Signifikansi dan keterangan
Inflasi (X_1)	-4,460	0,000	berpengaruh negatif signifikan
Nilai tukar rupiah terhadap dollar AS (X_2)	-0,949	0,349	tidak berpengaruh signifikan

Sumber: Output SPSS versi 26,2022 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji hipotesis dengan metode uji t yang terdapat pada tabel 2 maka hipotesis dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

Hipotesis 1

Hipotesis pertama yang diuji yaitu:

H_0 : Inflasi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai ekspor Indonesia ke Cina

H_1 : Inflasi secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai ekspor Indonesia ke Cina

Berdasarkan tabel 2 diperoleh nilai t-hitung untuk variabel inflasi sebesar 4,460 yang lebih besar t-tabelnya ($4,460 > 2,028$) dengan nilai signifikansinya sebesar 0 yang lebih kecil dari nilai signifikan yang digunakan ($0,00 < 0,05$). Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa inflasi berpengaruh signifikan terhadap nilai ekspor Indonesia ke Cina yang berarti menolak H_0 dan menerima H_1 dengan arah hubungannya negatif.

Hipotesis 2

Hipotesis kedua yang diuji yaitu:

H_0 : Nilai tukar secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai ekspor Indonesia ke Cina

H₂: Nilai tukar secara parsial berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai ekspor Indonesia ke Cina

Berdasarkan tabel 2 diperoleh nilai t-hitung untuk variabel nilai tukar sebesar 0,949 yang lebih kecil dari nilai t-tabel ($0,949 < 2,028$) dan nilai signifikansi sebesar 0,349 yang lebih besar dari nilai signifikan yang digunakan ($0,349 > 0,05$). Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai tukar tidak berpengaruh terhadap nilai ekspor Indonesia ke Cina yang berarti menolak H₂.

2. Uji F (Simultan)

Nilai F-tabel yang didapat adalah sebesar 3,28 sedangkan untuk nilai f-hitung dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3 Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	176728,668	2	88364,334	10,026	,000 ^b
	Residual	290853,048	33	8813,729		
	Total	467581,716	35			

a. Dependent Variable: Nilai Ekspor Indo-Cina

b. Predictors: (Constant), Nilai Tukar, Inflasi

Sumber: Output SPSS versi 26,2022

Hipotesis 3

Hipotesis ketiga yang diuji yaitu:

H₀: Inflasi dan nilai tukar secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai ekspor Indonesia ke Cina

H₃: Inflasi dan nilai tukar secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai ekspor Indonesia ke Cina

Berdasarkan tabel 3 diperoleh nilai F-hitung untuk sebesar 10,026 yang nilainya lebih dari F-tabel ($10,026 > 3,28$) dan nilai signifikansi sebesar 0 yang lebih kecil dari nilai signifikan yang digunakan ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara simultan inflasi dan nilai tukar berpengaruh terhadap nilai ekspor Indonesia ke Cina dan secara otomatis menerima dan mendukung H₃.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk melihat hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen dengan skala 0-1 di mana angka 1 dapat diibaratkan sebagai 100%. Hasil dari pengujian ini sebesar 0,34 yang berarti baik inflasi dan nilai tukar secara simultan mampu mempengaruhi nilai ekspor Indonesia ke Cina sebesar 34%. Sisanya yang sebesar 66% merupakan faktor lain yang mempengaruhi namun tidak ikut diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Analisis Pengaruh Inflasi terhadap Nilai Ekspor Indonesia ke Cina

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang menguji Inflasi (X_1) dapat diketahui bahwa secara parsial Inflasi berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai ekspor Indonesia ke Cina. Hal ini sesuai dengan data aktualnya di mana nilai inflasi cenderung menurun sebaliknya nilai ekspor Indonesia ke Cina sepanjang tahun 2019-2021 mengalami peningkatan. Hasil dari penelitian ini juga sama dengan penelitian Varida (2018) apabila terjadi inflasi di Indonesia akan berpengaruh terhadap kinerja ekspor Indonesia ke Cina dan penelitian Mahendra (2018) yang mengatakan jika tingkat inflasi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kinerja ekspor Indonesia ke Cina selama tahun 2010-2017 bedanya dengan hasil penelitian ini yakni, pengaruhnya di mana pada hasil uji t menunjukkan hasil di mana Inflasi memiliki pengaruh negatif. Namun hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Budhi & Larasati (2018) yang mengatakan apabila naik atau turunnya inflasi tidak mempengaruhi nilai ekspor Indonesia ke Cina selama tahun 1997-2016 dan penelitian Cipta (2018) yang juga mengatakan Inflasi tidak berpengaruh signifikan terhadap ekspor Indonesia ke Cina tahun 2013-2017.

Analisis Pengaruh Nilai Tukar terhadap Nilai Ekspor Indonesia ke Cina

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang menguji Nilai Tukar (X_2) dapat diketahui bahwa secara parsial Nilai Tukar tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai ekspor Indonesia ke Cina. Hal ini sesuai dengan data aktualnya di mana nilai tukar terus bergerak tidak sedangkan nilai ekspor Indonesia ke Cina sepanjang tahun 2019-2021 mengalami peningkatan. Selain itu, berdasarkan hasil penelitian Budhi & Larasati (2018) jika nilai tukar melemah maka akan meningkatkan nilai ekspor namun pada kenyataannya ketika nilai tukar melemah hingga Rp.16.000 per 1 USD nya, nilai ekspor Indonesia ke Cina tidak mengalami peningkatan yang signifikan. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian Budhi & Larasati (2018) di mana kurs dollar AS berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap nilai ekspor Indonesia ke Cina tahun 1997-2016 serta penelitian Mildyanti dan Triani (2019) yang mengatakan bahwa nilai tukar berpengaruh positif. Selain itu, hasil pengujian t juga menunjukkan hasil yang negatif, hal ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa Nilai tukar memiliki hubungan negatif dengan Nilai ekspor Indonesia ke Cina seperti penelitian yang dilakukan oleh Mahendra (2018) yang mengatakan bahwa nilai tukar berpengaruh negatif terhadap ekspor Indonesia ke Cina tahun 2010-2017.

Analisis Pengaruh Inflasi dan Nilai Tukar terhadap Nilai Ekspor Indonesia ke Cina

Pada penelitian ini juga dilakukan uji simultan (Uji F) di mana hasilnya baik inflasi maupun nilai tukar berpengaruh signifikan terhadap nilai ekspor Indonesia ke Cina dengan besarnya pengaruh kedua variabel independen tersebut adalah sebesar 0,34 atau 34%. Sisanya 66% merupakan pengaruh dari variabel-variabel yang tidak di uji dalam penelitian ini.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Inflasi secara parsial berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai ekspor Indonesia ke Cina, Berarti apabila adanya kenaikan inflasi maka akan terjadi penurunan nilai ekspor Indonesia ke Cina atau sebaliknya.
2. Nilai tukar rupiah terhadap dollar AS secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai ekspor Indonesia ke Cina. Berarti apabila nilai tukar rupiah terhadap dollar AS mengalami pelemahan, maka tidak mempengaruhi nilai ekspor Indonesia ke Cina secara signifikan.
3. Inflasi dan nilai tukar rupiah terhadap dollar AS secara simultan (bersama-sama) mempengaruhi nilai ekspor Indonesia ke Cina. Berarti kedua variabel independen secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap nilai ekspor Indonesia ke Cina dimana apabila inflasi menurun dan nilai tukar melemah akan menyebabkan peningkatan nilai ekspor khususnya ekspor Indonesia ke Cina yang meningkat pesat selama kurun waktu 2019-2021.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprita & Adhitya (2020). Hukum Perdagangan Internasional, Depok: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Budhi & Larasati (2018). Pengaruh inflasi dan kurs dollar AS terhadap nilai ekspor alas kaki Indonesia ke Cina. E-Jurnal EP Unud, volume 7(1), 1-31.
- Bank Indonesia. Data Inflasi Diakses pada tanggal: 14 Juni 2022, dari <https://www.bi.go.id/id/statistik/indikator/data-inflasi.aspx>
- Cipta, L. (2019). Pengaruh Macroeconomic dan foreign direct investment terhadap asia economic activity. Universitas Brawijaya, Thesis, 197-198.
- Haryanto. (2020). DAMPAK COVID-19 TERHADAP PERGERAKAN NILAI TUKAR RUPIAH DAN INDEKS HARGA SAHAM GABUNGAN (IHSG). The Indonesian Journal of Development Planning, Volume 4 (2), 6-7.
- Kementerian Keuangan. (2021). Pemerintah Terus Upayakan Pemulihan Ekonomi, namun Tetap Waspada terhadap pandemi Covid. Diakses pada 12 Juni 2022, Dari: <https://www.kemenkeu.go.id/media/18295/buku-merekam-pandemi-covid-19-dan-memahami-kerja-keras-pengawal-apbn.pdf>
- Mahendra (2019). Analisis pengaruh Gross domestic product (GDP), kurs, dan tingkat inflasi terhadap ekspor dan impor Indonesia-China. E-Jurnal EP Unud, volume 7(11), 24-26.
- Mahendra, I Gd Yoga dan Kesumajaya I Wyn Wita. 2015. Analisis Pengaruh Investasi, Inflasi, Kurs Dollar Amerika Serikat dan Suku Bunga Kredit Terhadap Ekspor Indonesia Tahun 1992-2012. E-jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana Vol.4 No.5. Mei (2015): 525-545
- Mildiyanti, Trianti. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi cadangan devisa (kasus di Indonesia dan Cina). Jurnal Kajian Ekonomi dan Pembangunan, volume 1 No. 1, 4-6.
- Nilai Tukar Mata Uang Asing Terhadap Rupiah. (t.thn.). Dipetik 06 14, 2022, dari satudata.kemendag.go.id: <https://satudata.kemendag.go.id/exchange-rates>

- Safitri, Jamal. (2020). Analisis Inflasi, Kurs Rupiah dan Bi Rate terhadap Volume Perdagangan Saham di Bursa Efek Indonesia (2016-2018). *Borneo Student Research*, Volume 1 (3), 4-6.
- Silaban R. & Nurlina (2022). PENGARUH NILAI TUKAR DAN INFLASI TERHADAP EKSPOR NONMIGAS DI INDONESIA. *Jurnal Samudra ekonomika*. Volume 6 (1).2-10
- Supardi, E. (2019). Ekspor Impor. Dalam E. Supardi, *Ekspor Impor: Teori Dan Praktikum Kegiatan Ekspor Impor Untuk Praktisi Logistik dan Bisnis* (hal. 505). Yogyakarta: DEEPUBLISH.

Faktor Rendahnya Minat Masyarakat Terhadap Dana Pensiun BNI Simponi

Ahya Yudistyani¹⁾, Fatimah²⁾

¹⁾ Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan Politeknik Negeri Jakarta, ahya.yudistyani.ak18@mhs.wpnj.ac.id, Depok, 16425, Kota Depok, Indonesia

²⁾ Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan Politeknik Negeri Jakarta, fatimah@akuntansi.pnj.ac.id, Depok, 16425, Kota Depok, Indonesia

ABSTRACT

Pension funds are legal entities that provide welfare benefits in the future, one of which is the Simponi product by BNI to assist the community in realizing prosperity in old age. The purpose of this research is to find out what factors make the public's interest in the Simponi pension fund low. This study uses primary data obtained through a questionnaire taken as many as 96 respondents with the criteria of symphony customers, and using a non-probability purposive sampling technique. In this study using factor analysis test which reduces 18 variables to 15 variables and obtained 3 factors as the cause of the low public interest in pension funds, namely the socialization factor, the company image factor, and the price factor. Based on these results, the organizers are expected to improve product quality from promotions through various media, especially online media.

Keywords: *Pension fund ; Buying interest ; Factor analysis*

ABSTRAK

Dana pensiun merupakan badan hukum yang memberikan manfaat kesejahteraan di masa depan, salah satunya produk Simponi oleh BNI untuk membantu masyarakat dalam mewujudkan kesejahteraan di hari tua. Tujuan penelitian untuk mengetahui faktor – faktor apa saja yang membuat rendahnya minat masyarakat terhadap dana pensiun Simponi. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner yang diambil sebanyak 96 responden dengan kriteria nasabah simponi, dan menggunakan teknik *non-probability purposive sampling*. Pada penelitian ini menggunakan uji analisis faktor yang mereduksi 18 variabel menjadi 15 variabel dan didapat 3 faktor sebagai penyebab rendahnya minat masyarakat terhadap dana pensiun yaitu faktor sosialisasi, faktor citra perusahaan, dan faktor harga. Berdasarkan hasil tersebut, pihak penyelenggara diharapkan meningkatkan kualitas produk dari promosi melalui berbagai media terutama media *online*.

Kata-Kata Kunci: Dana pensiun ; Minat beli ; Analisis faktor

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pengelolaan dana pensiun di Indonesia merupakan salah satu bagian industri lembaga non-bank yang sering diabaikan. Menurut Nasution & Fuddin (2015) pekerja yang memiliki dana pensiun sebagian besar hanya terdapat di perusahaan dengan berskala nasional dan perusahaan multinasional, sementara pekerja yang berada di perusahaan berskala kecil masih belum memperhatikan dana pensiun. Pemerintah menyediakan wadah bagi masyarakat untuk

¹ Corresponding author. E-mail: ahya.yudistyani.ak18@mhs.wpnj.ac.id

menghimpun dana di hari tua dengan mengeluarkan Undang Undang Nomor 11 Tahun 1992 yang mengatur dana pensiun, salah satunya yaitu Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK) dikelola lembaga perbankan atau perusahaan asuransi, salah satu lembaga keuangan yang menawarkan program DPLK adalah PT BNI tbk yaitu BNI Simponi yang merupakan program layanan pensiun yang termasuk dalam bidang program simpanan untuk hari tua ketika sudah tidak produktif lagi bekerja.

Peserta Dana Pensiun Lembaga Keuangan ini terdiri atas berbagai golongan masyarakat, baik mereka yang memang terikat sebagai pekerja ataupun karyawan sutau perusahaan ataupun secara individu yang tidak terhubung badan usaha apapun. Menurut Grace & Adiasih (2022), program DPLK masih kurang diminati masyarakat, hal tersebut sejalan dengan data BNI Simponi yang mengalami penurunan pada 2018 sampai 2020. Berikut merupakan data jumlah nasabah BNI Simponi.

Tabel 1. Jumlah nasabah Simponi

TAHUN	JUMLAH NASABAH	%
2017	827.233	0%
2018	835.242	1%
2019	834.048	0%
2020	820.137	-2%

Sumber: data diolah web BNI

Berdasarkan tabel.1 dapat diketahui bahwa persentase minat nasabah produk BNI Simponi tidak mengalami perkembangan yang signifikan. Pada tahun 2018 hanya mengalami kenaikan sebesar 1 % dan tahun berikutnya mangalami penurunan sampai -2%. Minimnya kepesertaan dana pensiun terjadi diduga akibat kurangnya pemahaman masyarakat pada perencanaan pensiun, transparansi mengenai pengelolaan dana pensiun kepada masyarakat juga dinilai masih rendah dibanding dengan negara lain. Ini dibuktikan pada penelitian (Mendari & Soejono, 2019) bahwa tingkat partisipasi masyarakat terhadap program DPLK yang rendah dapat terjadi akibat pengetahuan literasi keuangan yang masih rendah.

Dalam hal ini, bahwasanya minat dari masing – masing individu dalam memilih menggunakan jasa layanan perbankan tergantung dari kelebihan dan kekurangan masing – masing bank, tidak ada suatu produk yang tidak luput dari suatu permasalahan, tentu terdapat kekurangan dan kelemahan yang dapat mengurangi nilai produk dimata nasabah, sehingga dapat mempengaruhi minat beli. Konsumen tentunya akan membeli produk tersebut apabila dianggap memenuhi kebutuhannya. Konsumen akan mengenal dan mengingaati manfaat dari produk, salah satunya dengan menjalankan promosi yang dapat mendorong konsumen untuk mengetahui dan membeli suatu produk tersebut. Selain itu harga juga menjadi faktor penentu dalam tercapainya tujuan perusahaan dalam kegiatan promosi yang diberikan kepada konsumen.

Berdasarkan penelitian Septiani (2017) mempertimbangkan secara matang setiap keputusan dalam menentukan harga dianggap sebagai salah satu faktor penentu. Selain promosi dan harga, dalam memilih produk yang diinginkan kebanyakan konsumen cenderung memilih produk dengan reputasi yang baik dan dikenal masyarakat, maka dari itu faktor citra perusahaan

memiliki peran penting bagi calon konsumen. Berikutnya faktor pengetahuan juga merupakan peran penting dalam menentukan minat untuk menggunakan suatu produk. Menurut Asosiasi Dana Pensiun Indonesia (ADPI), industri dana pensiun di Indonesia sulit berkembang karena rendahnya tingkat literasi dan inklusi masyarakat. Kurangnya pengetahuan mengenai dana pensiun menyebabkan banyak nya masyarakat yang mengabaikan persiapan masa pensiun nya.

Selain itu, faktor ekonomi menjadi faktor yang mampu mempengaruhi masyarakat terhadap minat. Menurut penelitian Qazzafi (2020), kondisi ekonomi akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam menentukan produk atau merk tertentu, salah satu alasan seseorang tidak dapat mengambil keputusan yaitu karena pendapatan yang dimiliki kurang mencukupi. Berdasarkan fenomena diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan sebuah peneltian yang berjudul “Faktor Rendahnya Minat Dana Pensiun Terhadap Dana Pensiun BNI Simponi”

Permasalahan

Berdasarkan penjabaran diatas, maka rumusan masalah yang akan diteliti pada penelitian ini adalah :

Perkembangan Dana Pensiun sampai saat ini memiliki peminat yang masih rendah. Dari beberapa program dana pensiun, DPLK BNI Simponi adalah salah satu program dana pensiun di Indonesia yang tidak mengalami perkembangan jumlah nasabah pada tahun 2018 sampai 2020, oleh karena itu untuk mengetahui menurunnya minat dana pensiun akan dilakukan penelitian terhadap faktor – faktor yang membuat kurangnya minat masyarakat terhadap DPLK BNI Simponi.

Tujuan

Merujuk pada permasalahan dan pertanyaan penelitian, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Menganalisis faktor apa yang mempengaruhi rendahnya minat masyarakat terhadap dana pensiun.
2. Menganalisis faktor yang paling dominan terhadap rendahnya minat masyarakat terhadap dana pensiun.

TINJAUAN PUSTAKA

Dana Pensiun

Dana pensiun adalah lembaga non bank yang menyelenggarakan program pensiun sebagai sarana penghimpunan dana untuk meningkatkan kesejahteraan pesertanya dan memperkuat peran masyarakat dalam menjaga pertumbuhan dan peningkatan pembangunan nasional yang berkelanjutan. Pensiun merupakan istilah yang digunakan untuk seseorang yang memasuki usia lanjut yang sudah tidak bekerja karena diberhentikan atau keinginan pribadi. Dana pensiun pada umumnya merupakan instansi yang menghimpun dana dari karyawan suatu instansi dengan memberikan pendapatan kontraktual atau sudah disepakati kepada pensiunan sesuai dengan jangka waktu yang telah ditentukan.

Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Rendahnya Dana Pensiun

Promosi

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi yang bertujuan untuk menginformasikan, meyakinkan, dan menarik calon konsumen dengan memberikan informasi atas semua jenis produk yang akan ditawarkan. Dalam penelitian Kotler & Keller (dalam Satria, 2017), adanya sebuah promosi ditujukan untuk membuat konsumen menilai sebuah produk baru, dan mengajak konsumen untuk meninggalkan produk pesaing. Menurut Kotler & Keller (dalam Nugroh & Irena, 2017), promosi memiliki lima dimensi, diantaranya :

1. Advertising

Merupakan kegiatan promosi yang dapat dilakukan dengan media cetak dan media elektronik.

2. Sales Promotion

Merupakan sebuah tindakan dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan melalui diskon atau pemberian hadiah untuk produk tertentu di waktu tertentu.

3. Public relation and publicity

Merupakan kegiatan dengan tujuan untuk mengenalkan citra perusahaan atau produk individu.

4. Direct Marketing and database

Merupakan kegiatan promosi dengan cara melakukan komunikasi secara langsung dari pelanggan.

5. Personal Selling

Merupakan kegiatan dengan berinteraksi langsung dengan calon konsumen dengan memberikan persentasi, sehingga dapat memberikan jawaban seputar pertanyaan produk yang diajukan konsumen.

Harga

Menurut penelitian Satria (2017) , harga adalah kesepakatan berupa syarat pertukaran dalam suatu transaksi pembelian, dan merupakan faktor terpenting dalam pemasaran karena dapat mempengaruhi sebuah nilai produk. Ketika menjual produk dalam lingkungan yang sangat kompetitif, perusahaan perlu memperhatikan harga yang akan dijual sesuai dengan kebutuhan para konsumen.

Menurut Kotler & Keller (dalam Satria, 2017) , harga memiliki tiga dimensi, diantaranya adalah :

1. Keterjangkauan Harga

Harga yang terjangkau adalah konsumen akan mencari produk – produk dengan harga yang dapat mereka jangkau sebelum melakukan pembelian.

2. Harga bersaing dengan Competitor

Sebelum membeli, konsumen biasanya akan membuat perbandingan harga pada satu produk ke produk lainnya, setelah itu konsumen akan menentukan harga yang terbaik dari setiap produk.

3. Harga sbanding dengan produk yang ditawarkan

Konsumen biasanya akan membandingkan tingkat harga dengan kualitas produk yang ditawarkan perusahaan sebelum membeli suatu produk.

Pengetahuan

Pengetahuan adalah informasi yang menggabungkan pemahaman dan tindakan yang melekat di pikiran seseorang. Pengetahuan umumnya memiliki kemampuan untuk mengenali pola

dan memprediksi sesuatu. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Mansyuri (2020), pengetahuan merupakan salah satu faktor yang dibutuhkan untuk mengetahui promosi apa yang akan dilakukan suatu perusahaan.

Dalam penelitian Jayanti, Dkk., (2013) pengetahuan memiliki tiga dimensi, diantaranya adalah :

1. Pengetahuan Produk

Pengetahuan produk adalah informasi yang berkaitan dengan produk atau jasa yang dibuat perusahaan untuk para konsumen. Informasi tersebut harus dibuat sejelas dan sedetail mungkin agar konsumen tidak salah dalam memahami informasi, seperti kategori produk, merk, atribut, atau karakteristik produk.

2. Pengetahuan Pemakaian

Merupakan produk yang akan digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen, agar produk tersebut memberikan manfaat yang maksimal dan memberikan kepuasan yang tinggi kepada konsumen.

3. Pengetahuan Pembelian

Pengetahuan pembelian adalah informasi yang berkaitan mengenai lokasi produk, penempatan produk yang sebenarnya, dan manfaat dari produk tersebut.

Citra Perusahaan

Citra Perusahaan merupakan persepsi terhadap suatu perusahaan yang tersimpan di benak konsumen yang berperan sebagai filter yang mempengaruhi persepsi terhadap perusahaan. Perusahaan akan mendapatkan citra yang positif terhadap konsumen atau sebaliknya, ketika konsumen mendapatkan pengalaman yang baik terhadap suatu produk perusahaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Minkiewicz & Jody Evans (dalam fitriah, 2020), citra perusahaan merupakan bagian penting dari merek perusahaan, dan fokus terhadap lingkungan eksternal diluar perusahaan dengan tujuan bagaimana mereka mempersepsikan keberadaan. Menurut Kotler & Keller (dalam fitriah, 2020), Citra Perusahaan memiliki empat dimensi, diantaranya adalah :

1. *Personality*

Merupakan karakter perusahaan yang dipercaya oleh masyarakat, seperti kualitas produk yang baik yang dimiliki perusahaan.

2. *Reputation*

Suatu hal yang dilakukan perusahaan kepada masyarakat, berdasarkan pengalaman yang dirasakan mengenai kualitas produk, layanan, keamanan, dan tanggung jawab.

3. *Value*

Merupakan nilai didalam sebuah perusahaan seperti manajemen yang dengan senang hati membantu para konsumen.

4. *Corporate Identity*

Komponen – komponen perusahaan, dimana masyarakat mudah mengenal pada logo, warna, dan slogan.

Ekonomi

Ekonomi merupakan suatu kegiatan seseorang yang memiliki hubungan dengan produk, dan konsumsi barang dan jasa. Keadaan ekonomi seseorang dapat mempengaruhi pendapatan

dengan salah satu faktor melatar belakangi masyarakat dalam melaksanakan kegiatan ekonomi. Berdasarkan penelitian Ida & Cintia (2018) menjelaskan bahwa besar kemungkinan individu yang memiliki sumber pendapatan yang cukup akan menerapkan perencanaan keuangan yang bertanggung jawab mengingat penghasilan yang didapat dan keadaan ekonomi yang baik untuk menggunakan kesempatan yang dimiliki. Menurut Kotler (200:233), ekonomi memiliki tiga, diantaranya adalah :

1. Pendapatan yang dibelanjakan

Pendapatan yang dimanfaatkan untuk membeli barang dan jasa, sisanya dapat disalurkan menjadi investasi.

2. Tabungan dan kekayaan

Tabungan merupakan simpanan dari pendapatan yang tidak digunakan untuk kebutuhan yang lain, dan kekayaan merupakan barang – barang yang dapat menunjang kehidupan ekonomi, seperti barang berharga.

3. Kekuatan untuk meminjam

Kemampuan seseorang untuk memenuhi beberapa bentuk kesepakatan yang dilakukan oleh dua pihak.

Minat Beli

Minat beli merupakan tahap dimana konsumen melihat dari beberapa merek dan mejadikannya sebuah pilihan. Berdasarkan penelitian Kotler & Keller (2016), sikap konsumen yang memiliki tujuan memutuskan, mengkonsumsi atau menginginkan suatu produk adalah minat beli. Minat membeli suatu produk dapat timbul dari suatu keyakinan terhadap produk yang diiringi kemampuan untuk membeli dan merasakan kebutuhan akan produk tersebut. Menurut Satria (2017), minat beli memiliki lima dimensi, diantaranya adalah :

1. Awareness

Beberapa konsumen tidak menyadari kebutuhan apa saja yang mereka miliki, sehingga seorang komunikator harus membuat kebutuhan tersebut.

2. Knowledge

Beberapa konsumen membutuhkan produk, namun konsumen tidak mengenal produk tersebut sehingga informasi mengenai produk harus dapat tersampaikan komunikator.

3. Liking

Setelah mendapatkan kebutuhan serta informasi, berikutnya mengetahui apakah konsumen menyukai produk tersebut, jika konsumen merasa tertarik maka konsumen memiliki keinginan dalam membeli produk tersebut.

4. Preference

Setelah merasa tertarik pada suatu produk, konsumen perlu mengetahui bagaimana kualitas, nilai, dan kinerja produk tersebut dibanding dengan produk lainnya.

5. Conviction

Konsumen memiliki produk yang disukai namun tidak yakin, pada tahap ini komunikator diharuskan meyakinkan dan membangkitkan minat konsumen agar tertarik dan membeli produk tersebut.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan uji analisis faktor yaitu menganalisis faktor yang akan mempengaruhi rendahnya minat masyarakat terhadap Dana Pensiun BNI Simponi. Objek dalam penelitian ini adalah meneliti faktor apa saja yang mempengaruhi minat masyarakat pada produk BNI Simponi, dimana faktor yang dianalisis adalah faktor promosi, faktor harga, faktor pengetahuan, faktor citra perusahaan, dan faktor ekonomi. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*, dengan kriteria yaitu nasabah BNI Simponi dengan usia 21 – 60 tahun.

Data kuantitatif merupakan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, dan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan pengambilan sampel 96 responden. Analisis data yang digunakan adalah uji analisis faktor melalui program SPSS versi 26 dengan melakukan beberapa tahap metode uji analisis data yaitu uji instrumen data yakni pada uji validitas, uji reliabilitas kemudian melakukan uji normalitas dan dilakukan uji analisis faktor.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen Data

1. Uji Validitas

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	R.Hitung	R.Tabel	Keterangan
Promosi	X1.1	0.833	0.2006	Valid
	X1.2	0.864	0.2006	Valid
	X1.3	0.850	0.2006	Valid
	X1.4	0.869	0.2006	Valid
	X1.5	0.864	0.2006	Valid
Harga	X2.1	0.893	0.2006	Valid
	X2.2	0.857	0.2006	Valid
	X2.3	0.915	0.2006	Valid
Pengetahuan	X3.1	0.867	0.2006	Valid
	X3.2	0.843	0.2006	Valid
	X3.3	0.908	0.2006	Valid
Citra Perusahaan	X4.1	0.878	0.2006	Valid
	X4.2	0.895	0.2006	Valid
	X4.3	0.900	0.2006	Valid
	X4.4	0.908	0.2006	Valid
Ekonomi	X5.1	0.809	0.2006	Valid
	X5.2	0.810	0.2006	Valid
	X5.3	0.877	0.2006	Valid
Minat Beli	Y1.1	0.711	0.2006	Valid
	Y1.2	0.801	0.2006	Valid
	Y1.3	0.733	0.2006	Valid

	Y1.4	0.652	0.2006	Valid
	Y1.5	0.617	0.2006	Valid

Sumber: *Output SPSS* versi 26 (Data diolah)

Dapat dilihat pada tabel 4.1 diketahui pada hasil kuesioner dalam menilai semua variabel memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel, sehingga disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada kuesioner dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Nilai Alpha	Keterangan
Promosi	0.908	0.6	Reliabel
Harga	0.865	0.6	Reliabel
Pengetahuan	0.842	0.6	Reliabel
Citra Perusahaan	0.917	0.6	Reliabel
Ekonomi	0.776	0.6	Reliabel
Minat Beli	0.742	0.6	Reliabel

Sumber: *Output SPSS* versi 26 (Data diolah)

Dapat dilihat pada tabel 4.2 diketahui bahwa seluruh pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel promosi (X1), harga (X2), pengetahuan (X3), citra perusahaan (X4), ekonomi (X5), dan minat beli (Y) memiliki nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$. Artinya seluruh variabel dinyatakan reliabel dan dapat digunakan pada penelitian selanjutnya.

Uji Normalitas

Tabel 4. 3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test							
		X1	X2	X3	X4	X5	Y
N		96	96	96	96	96	96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	20.90	10.75	10.79	15.76	9.40	20.24
	Std. Deviation	2.958	2.891	2.791	3.067	2.614	3.165
Most Extreme Differences	Absolute	.084	.085	.084	.090	.086	.090
	Positive	.083	.071	.066	.083	.071	.066
	Negative	-.084	-.085	-.084	-.090	-.086	-.090
Test Statistic		.084	.085	.084	.090	.086	.090
Asymp. Sig. (2-tailed)		.091 ^c	.084 ^c	.090 ^c	.055 ^c	.079 ^c	.055 ^c
a. Test distribution is Normal. b. Calculated from data. c. Lilliefors Significance Correction.							

Sumber: *Output SPSS* versi 26 (Data diolah)

Dapat dilihat pada tabel 4.3 diperoleh hasil nilai signifikansi dikatakan data berdistribusi normal karna data tersebut sudah memenuhi kriteria yaitu $> 0,05$.

Analisis Faktor

1. Menilai variabel yang layak

Tabel 4. 4 Hasil KMO and Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.885
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1032.1
		22
	df	120
Sig.		.000

Sumber: *Output SPSS* versi 26 (Data diolah)

Dapat dilihat pada tabel 4.4 nilai KMO MSA sebesar 0,885 lebih besar dari 0,5. Selain itu pada Bartlett's Test of Sphericity (Sig) sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka variabel – variabel tersebut berkorelasi sehingga layak untuk dianalisis lebih lanjut.

Tabel 4. 5 Anti-image matrices

	Nilai MSA		Nilai MSA
X1.1	0.904	X4.1	0.897
X1.2	0.885	X4.2	0.897
X1.3	0.958	X4.3	0.901
X1.4	0.896	X4.4	0.855
X1.5	0.947		
X2.1	0.665		
X2.2	0.795		
X2.3	0.672		
X3.1	0.916		
X3.2	0.919		
X3.3	0.901		

Sumber: *Output SPSS* versi 26 (Data diolah)

Berdasarkan pada tabel 4.5 masing – masing variabel memiliki nilai lebih dari 0,5 maka pada tahap berikutnya akan dilakukan reduksi untuk mengetahui jumlah faktor yang akan terbentuk.

2. Proses Factoring dan Rotasi

Tabel 4. 6 Communalitie

Communalities		
	Initial	Extraction
X1.1	1.000	.673
X1.2	1.000	.715
X1.3	1.000	.689

X1.4	1.000	.729
X1.5	1.000	.730
X2.1	1.000	.807
X2.2	1.000	.717
X2.3	1.000	.837
X3.1	1.000	.649
X3.2	1.000	.612
X3.3	1.000	.711
X4.1	1.000	.774
X4.2	1.000	.791
X4.3	1.000	.812
X4.4	1.000	.831
Extraction Method: Principal Component Analysis.		

Sumber: *Output* SPSS versi 26 (Data diolah)

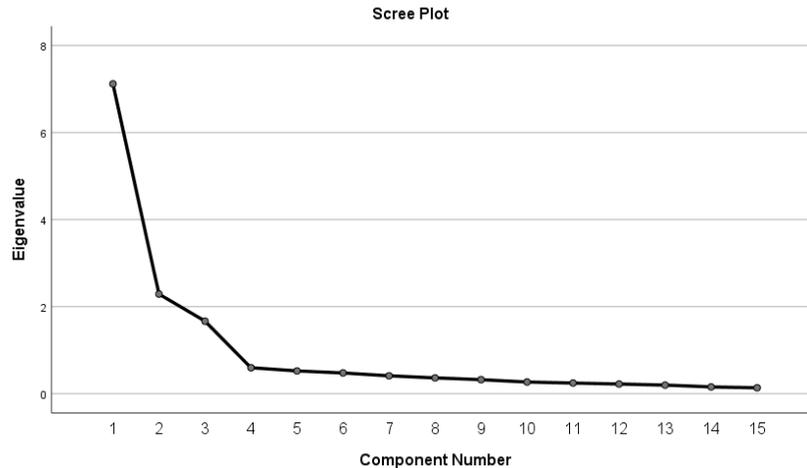
Dari tabel 4.6 nilai Extraction pada *Communalities* sudah memnuhi kriteria nilai lebih besar 0,5 maka, semua variabel dapat digunakan untuk menjelaskan faktor.

Tabel 4. 7 Total Variance Explained

Comp onent	Total Variance Explained								
	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	7.119	47.459	47.459	7.119	47.459	47.459	5.203	34.688	34.688
2	2.290	15.267	62.725	2.290	15.267	62.725	3.412	22.749	57.437
3	1.666	11.110	73.835	1.666	11.110	73.835	2.460	16.398	73.835
4	.597	3.980	77.815						
5	.524	3.491	81.306						
6	.478	3.185	84.491						
7	.412	2.746	87.237						
8	.364	2.428	89.665						
9	.323	2.151	91.816						
10	.269	1.794	93.610						
11	.245	1.635	95.245						
12	.223	1.486	96.731						
13	.198	1.318	98.048						
14	.156	1.042	99.091						
15	.136	.909	100.000						
Extraction Method: Principal Component Analysis.									

Sumber: *Output* SPSS versi 26 (Data diolah)

Langkah berikutnya adalah *Total Variance Explained* yaitu faktor nilai Eigenvalue harus > 1 . Pada tabel 4.7 terlihat terdapat 3 faktor baru yang terbentuk dari 15 variabel yang sudah di analisis, yaitu Nilai *Eigenvalue Component* 1, 2, dan 3 sudah lebih dari satu maka menjadi faktor baru. Jika faktor 1, faktor 2, dan faktor 3 dijumlahkan maka mampu menjelaskan 73.835% variasi.



Gambar 4. 1 Scree Plot

Sumber: *Output SPSS* versi 26 (Data diolah)

Berdasarkan gambar 4.1 terlihat 3 titik *component* memiliki nilai Eigenvalue > 1 maka disimpulkan terdapat 3 faktor baru yang terbentuk. Setelah mengetahui 3 faktor memiliki jumlah yang optimal. Maka berikutnya pada Component Matrix menunjukkan nilai korelasi antara masing – masing variabel dengan faktor yang terbentuk. Berdasarkan uji yang sudah dilakukan, korelasi antara variabel X1.1 dengan faktor 1 sebesar 725 artinya cukup kuat karna sudah diatas 0,5. Begitupun seterusnya untuk variabel berikutnya untuk melihat korelasi ke-15 variabel dalam 3 faktor.

Tabel 4. 8 Rotated Component Matrix

	Rotated Component Matrix ^a		
	Component		
	1	2	3
X1.1	.804	.156	-.049
X1.2	.816	.179	.134
X1.3	.763	.309	.103
X1.4	.777	.354	.009
X1.5	.815	.255	.001
X2.1	.123	.010	.890
X2.2	.098	.034	.840
X2.3	.076	.083	.908
X3.1	.780	.134	.148
X3.2	.682	.329	.197

X3.3	.792	.230	.177
X4.1	.280	.834	.003
X4.2	.290	.840	.031
X4.3	.286	.847	.112
X4.4	.258	.873	.033
Extraction Method: Principal Component Analysis.			
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.			
a. Rotation converged in 5 iterations.			

Sumber: *Output SPSS versi 26 (Data diolah)*

Dari tabel 4.9 diketahui X1.1 , X1.2 , X1.3 , X1.4 , X1.5 , X3.1 , X3.2 , X3.3 termasuk kelompok faktor 1. Sedangkan X4.1 , X4.2 , X4.3 , X4.4 termasuk kelompok faktor 2 dan X2.1 , X2.2 , X2.3 termasuk kelompok faktor 3.

Tabel 4. 9 Component Transformation Matrix

Component Transformation Matrix			
Component	1	2	3
1	.805	.558	.201
2	-.043	-.284	.958
3	-.591	.780	.204
Extraction Method: Principal Component Analysis.			
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.			

Sumber: *Output SPSS versi 26 (Data diolah)*

Langkah terakhir pada Component Transformation Matrix untuk mengetahui bahwa faktor tersebut cocok atau tidak untuk merangkum variabel yang dianalisis. Pada tabel 4.9 diketahui nilai korelasi untuk faktor 1 sampai dengan 3 menunjukkan adanya *component* lain pada masing – masing faktor yang memiliki korelasi lebih tinggi dan faktor 1 memiliki nilai korelasi lebih dari 0,5 yang artinya sudah mewakili ketiga faktor yang terbentuk.

3. Penamaan Faktor

Berdasarkan tabel Rotated Component Matrix, maka diperoleh 3 faktor baru yaitu

1. Faktor 1 : Pada faktor 1 merupakan dimensi – dimensi yang terdapat pada faktor lama yaitu faktor promosi dan faktor pengetahuan, sehingga dengan mempertimbangkan karakteristik dari dimensi – dimensi pada faktor baru maka Faktor 1 diberi nama faktor sosialisasi.
2. Faktor 2 : Pada faktor 2 karena dimensi dari faktor baru merupakan dimensi dari faktor lama yaitu faktor citra perusahaan maka faktor 2 tetap diberi nama faktor citra perusahaan.
3. Faktor 3 : Pada faktor 3 tetap diberi nama seperti faktor lama yaitu faktor harga, karena dimensi faktor baru merupakan dimensi dari faktor lama.

KESIMPULAN

Dari hasil pengelolaan data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang dapat diuraikan yaitu ditemukan tiga faktor untuk mengukur rendahnya minat masyarakat terhadap dana pensiun BNI Simponi yaitu faktor sosialisasi, faktor citra perusahaan, dan faktor harga. Faktor Sosialisasi menjadi faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi rendahnya minat masyarakat terhadap produk dana pensiun BNI Simponi. Artinya rendahnya kepesertaan dana pensiun tidak lain karena kurangnya pemahaman masyarakat terhadap suatu produk yang menyebabkan munculnya hal – hal lain seperti, tidak mengetahui manfaat dan kegunaan produk tersebut, sehingga faktor sosialisasi menjadi faktor yang berpengaruh untuk meningkatkan dan mengoptimalkan edukasi tentang dana pensiun.

Saran bagi pihak perusahaan, hendaknya untuk pihak BNI Simponi perlu menerapkan adanya sosialisasi sedemikian rupa agar masyarakat mengenal mengenal produk dana pensiun BNI Simponi, seperti dengan menerapkan strategi untuk mengoptimalkan sosialisasi serta edukasi dengan memanfaatkan berbagai media sosial dan informan. edangkan saran untuk peneliti selanjutnya, diharapkan mampu melakukan penelitian dengan variabel – variabel independent lain, sehingga dapat menjelaskan apa yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap dana pensiun.

DAFTAR PUSTAKA

- Fitriah, S. S. (2020). PENGARUH BAURAN PEMASARAN, KARAKTERISTIK PEMASARAN SYARIAH, DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI RESTORAN BUMBU DESA YOGYAKARTA.
- Grace, S., & Adiasih, N. (2022). Pelaksanaan Good Pension Fund Governance pada DPLK BNI (Program BNI SIMPONI). *Reformasi Hukum Trisakti*, 160.
- Mansyuri, M. I. (2020). ANALISIS MINAT MASYARAKAT DALAM BERINVESTASI MODAL PADA PT ASURANSI JIWA BUMIPUTERA 1912 KABUPATEN DOMPU. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 143.
- Nasution, L. Z., & Fuddin, M. K. (2015). DANA PENSIUN PENDORONG KESEJAHTERAAN PEKERJA DAN PENJAGA EKSISTENSI UMKM DALAM MENGHADAPI MASARAKAT EKONOMI ASIA. *Jurnal Economi Pembangunan*, 2.
- Qazzafi, S. (2020). Factor Affecting Consumer Buying Behavior : A Conceptual study . *International Journal for Scientific Research & Development*, 1207.
- Septiani, F. (2017). Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli (Studi Kasus pada PT Asuransi Jiwa Recapital di Jakarta. *Jurnal Mandiri*, 275.
- Satria. (2017). PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PERUSAHAAN A-36. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 46.

Analisis Pengaruh Minat Pengguna Fitur PayLater pada Aplikasi Shopee

Diditya Anugrah Panjalu¹⁾, Elly Mirati²⁾

¹⁾ Afiliasi Penulis Pertama, diditya.anugrahpanjalu.ak18@mhs.w.pnj.ac.id, Jl. Prof. DR. G. A. Siwabessy, Kampus Universitas Indonesia, 16425, Depok, Indonesia

²⁾ Afiliasi Penulis Kedua, r.ellymirati@akuntansi.pnj.ac.id, Jl. Prof. DR. G. A. Siwabessy, Kampus Universitas Indonesia, 16425, Depok, Indonesia

ABSTRACT

Shopee PayLater is a buy now pay later method provided by the Shopee platform in collaboration with PT Lentera Dana Nusantara. Shopee PayLater can be enjoyed by Shopee application users to transact on the application. This study aims to analyze what factors influence the interest of users of the paylater feature on the Shopee application in the DKI Jakarta area. This study uses primary data by distributing questionnaires to 100 respondents who are Shopee PayLater users, then measured with a Likert scale and statistical testing with multiple regression analysis models. The final results in this study indicate that the convenience, income, and hedonic motivations factors partially have a positive and significant effect on interest in using Shopee PayLater, while interest rates have no effect.

Keywords: *Hedonic motivations PayLater, Shopee PayLater.*

ABSTRAK

Shopee PayLater adalah metode beli sekarang bayar nanti yang disediakan oleh platform Shopee dengan menggandeng PT Lentera Dana Nusantara. Shopee PayLater dapat dinikmati oleh pengguna aplikasi Shopee untuk bertransaksi pada aplikasi tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat pengguna fitur paylater pada aplikasi Shopee di wilayah DKI Jakarta. Penelitian ini menggunakan data primer dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden yang merupakan pengguna Shopee PayLater, lalu diukur dengan skala likert serta pengujian statistik dengan model analisis regresi berganda. Hasil akhir pada penelitian ini menunjukkan bahwa faktor kemudahan, pendapatan, dan *hedonic motivations* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Shopee PayLater, sedangkan suku bunga tidak berpengaruh.

Kata kunci: *Hedonic motivations, PayLater, Shopee PayLater.*

¹ Diditya Anugrah Panjalu. diditya.anugrahpanjalu.ak18@mhs.w.pnj.ac.id

² Dra., R. Elly Mirati, M.M. r.ellymirati@akuntansi.pnj.ac.id

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan di bidang teknologi telah membawa berbagai inovasi dalam aspek era digital, salah satu inovasi di industri keuangan adalah hadirnya *financial technology* atau selanjutnya disebut fintech. Kehadiran fintech akan menciptakan proses transaksi keuangan yang lebih modern dan nyaman. Berbagai inovasi telah dilakukan oleh beberapa fintech dan beberapa e-commerce, terutama dengan menciptakan alternatif metode pembayaran berbasis kredit online yaitu paylater.

Paylater, yaitu pembayaran yang sekilas mirip dengan kartu kredit, kini telah menjadi pilihan metode pembayaran yang menarik dan praktis bagi para pengguna yang memiliki anggaran terbatas (Bayu dan Sarah, 2020). RISED (2020) menuturkan bahwa intensitas masyarakat dalam menggunakan metode beli sekarang bayar nanti mengalami kenaikan di masa pandemi.



Gambar 1. Persentase penggunaan Shopee PayLater 2019-2021

Sumber: DSRResearch, 2021

Metode pembayaran paylater telah disediakan oleh sejumlah platform yang menyediakan layanan keuangan online, *e-commerce*, dan layanan e-wallet yang menyediakan diversifikasi produk pada bidang pembiayaan kredit. Shopee merupakan salah satu platform paylater yang mengalami peningkatan transaksi selama pandemi. Penelitian yang dilakukan oleh DSRResearch pada tahun 2021 menunjukkan adanya peningkatan penggunaan metode pembayaran Paylater di berbagai situs belanja online, hasil penelitian menunjukkan bahwa pada tahun 2019 hingga 2021 Shopee mengalami peningkatan persentase pengguna Shopee PayLater dari 34,8% (n = 347) pada tahun 2019 hingga meningkat menjadi 78,4% (n = 509) dan menjadikan Shopee PayLater sebagai pilihan nomor satu untuk menggunakan fitur pembayaran paylater.

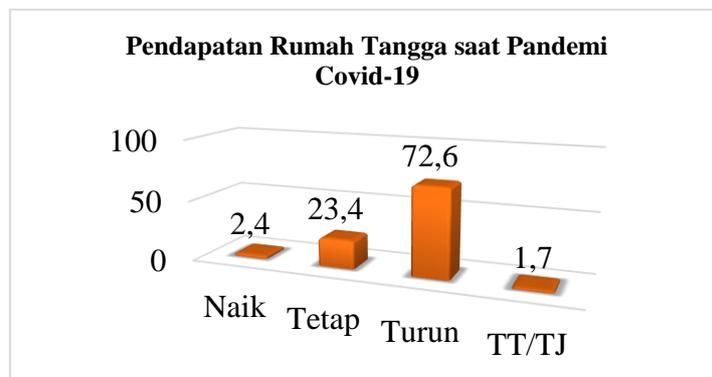
Dengan adanya kemudahan yang diberikan seperti kemudahan pada saat melakukan proses registrasi hingga proses transaksi yang tidak memerlukan waktu lama, seringkali pengguna terlena akan hal tersebut. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Davis (2018:701) bahwa kemudahan ialah sejauh mana seseorang berkeyakinan bahwa suatu sistem tidak rumit untuk digunakan dan pengguna tidak memerlukan banyak usaha untuk dapat menggunakan sistem tersebut. Sehingga hal itu dapat mengindikasikan munculnya perasaan senang atau *hedonic motivations* dari dalam diri pengguna, yang membuat para pengguna ingin menggunakan fitur Shopee PayLater secara terus menerus. *Hedonic Motivation* adalah motivasi bagi pengguna untuk berbelanja karena berbelanja itu sendiri merupakan suatu kesenangan, dan pengguna mungkin tidak memperhatikan kegunaan dari produk yang dibelinya (Kosyu et. al., 2014). Adanya hal tersebut mesti diimbangi dengan kondisi ekonomi atau pendapatan yang dimiliki, apakah kedepannya pengguna dapat memenuhi cicilan pembayaran dan bunga pinjaman yang sudah ditentukan atau tidak, terlebih lagi jika adanya keterlambatan pembayaran cicilan yang menyebabkan timbulnya denda.

Seperti yang dikemukakan oleh Yuliawan et al. (2022) mengemukakan bahwa faktor kemudahan tidak mempengaruhi keputusan pembelian di *e-commerce*. Lalu, Eviana & Saputra (2022) dalam jurnal Analisis faktor yang mempengaruhi minat penggunaan sistem pembayaran PayLater, yang menyatakan bahwa *facilitating conditions* dan *hedonic motivations* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menggunakan sistem pembayaran paylater. Hal tersebut berbanding terbalik dengan pendapatan dan bunga, dalam penelitian ini tidak terdapat pengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan sistem beli sekarang bayar nanti. Namun, Asja et al. (2021) menyatakan bahwa

pendapatan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem pembayaran paylater, dan Hilmi & Pratika (2021) mengemukakan bahwa suku bunga berpengaruh secara positif terhadap minat penggunaan sistem pembayaran paylater. Oleh karena itu, peneliti didorong untuk tetap *up to date* dengan menguji platform paylater tunggal, Shopee PayLater, di wilayah dan pengambilan sampel yang berbeda dan mengkombinasikan beberapa variabel dari penelitian sekarang untuk menunjukkan apakah ada perbedaan hasil dengan peneliti sebelumnya.

Berdasarkan fakta-fakta yang telah dijelaskan sebelumnya dan dirasa masih terdapat kesenjangan gap pada penelitian terdahulu, penulis akan menganalisis apa saja hal-hal yang berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menggunakan fitur PayLater pada aplikasi Shopee dengan judul “Analisis Pengaruh Minat Pengguna Fitur Paylater pada Aplikasi Shopee”

Permasalahan



Gambar 2. Pendapatan Rumah Tangga saat Pandemi Covid-19
 Sumber: Indikator Politik Indonesia, 2021

Indikator Politik Indonesia melakukan survei terhadap 1.200 responden yang menunjukkan bahwa 72,6% penduduk Indonesia pada Februari 2021 dengan hasil yaitu terjadi penurunan pada pendapatan rumah tangga, yang disebabkan dampak dari pandemic Covid-19. Hal ini merupakan kenaikan dari survei yang dilakukan pada tahun lalu yang mana pendapatan penurunan rumah tangga ada di persentase 66,6%. Lalu, 23,4% responden mengatakan bahwa pendapatan yang didapat tidak terpengaruh oleh pandemi, dan 2,4% responden mengatakan bahwa pendapatannya meningkat selama pandemi, dan 1,7% responden lainnya tidak menanggapi.

Akan tetapi penurunan pendapatan tersebut berbanding terbalik dengan penggunaan platform yang menyediakan fitur paylater, khususnya Shopee. Shopee PayLater justru menjadi layanan paylater yang paling banyak digunakan. Sebagaimana yang terlampir pada grafik-grafik sebelumnya, Shopee PayLater terus meningkat dari tahun 2019 hingga tahun 2021.

Tabel 1. Rentang suku bunga dan limit kredit pada beberapa platform PayLater

Fitur PayLater	Bunga/bulan	Tenor	Limit kredit
Shopee PayLater	2,95 %	1 – 12 bulan	Maks. Rp 50 juta
OVO PayLater	2,9 %	3 – 12 bulan	Maks. Rp 10 juta
Traveloka PayLater	2,14 – 4,78 %	1 – 12 bulan	Maks. Rp 50 juta
GoPayLater	Rp 25 ribu	Jatuh tempo di akhir bulan	Mulai Rp 500 ribu
Kredivo	0 – 2,95 %	1 – 12 bulan	Maks. Rp 30 juta

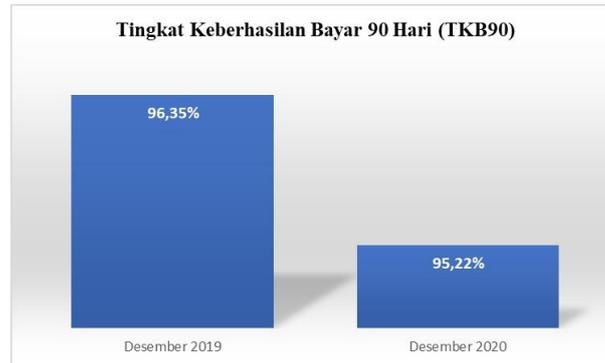
Sumber: Platform terkait

Persoalan tentang suku bunga kredit yang ditawarkan oleh Shopee PayLater juga tergolong cukup tinggi dibanding platform lain. Walaupun Shopee PayLater saat ini menjadi layanan paylater yang paling digemari, hal ini menjadi hal yang penting untuk diperhatikan karena dikhawatirkan pengguna Shopee PayLater akan berpindah hati ke alternatif pembayaran paylater lainnya karena terdapat kompetitor lain yang menawarkan suku bunga pinjaman lebih rendah dari Shopee PayLater.

Berdasarkan apa yang disampaikan pada penelitian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa meskipun pandemi sedang berlangsung, metode paylater sangat berkembang pesat. Oleh karena itu,

kehadiran paylater dipandang sebagai peluang yang dapat memberi keuntungan bagi banyak pihak yaitu masyarakat sebagai konsumen atau pengguna, platform penyedia paylater dan unit bisnis.

Namun di balik peluang besar tersebut, ada juga risiko besar dalam menggunakan fitur bayar nanti. Jika para pengguna memahami penggunaan paylater, pengguna akan terhindar dari hutang. Karena inklusi keuangan di Indonesia akan meningkat jika masyarakat menggunakannya dengan bijak (Setiawan, 2021).



Gambar 3. Tingkat Keberhasilan Bayar 90 Hari
Sumber : *Fintech Lending OJK*

OJK melaporkan pada tahun 2020, adanya penurunan tingkat keberhasilan pembayaran 90 hari (TKB90) sebesar 1,17% per tahun di *FinTech Lending*, yang berarti walaupun minat mengenai penggunaannya besar, tetapi karena sejumlah faktor penyebab rendahnya TKB90, nantinya tak hanya pengguna mendapatkan reputasi buruk tetapi juga peminjam menderita. Menyikapi fenomena kegagalan TKB90, maka penting bagi perusahaan terkait untuk melakukan review berkala terhadap metode pembayaran paylater sehingga menjadi acuan dan pertimbangan dalam mengembangkan alternatif pembayaran paylater menjadi menguntungkan bagi pihak-pihak terkait.

Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan menguji apakah faktor kemudahan mempengaruhi minat penggunaan fitur paylater pada aplikasi Shopee.
2. Untuk menganalisis dan menguji apakah faktor pendapatan mempengaruhi minat penggunaan fitur paylater pada aplikasi Shopee.
3. Untuk menganalisis dan menguji apakah faktor suku bunga mempengaruhi minat penggunaan fitur paylater pada aplikasi Shopee.
4. Untuk menganalisis dan menguji apakah faktor *hedonic motivations* mempengaruhi minat penggunaan fitur paylater pada aplikasi Shopee.

TINJAUAN PUSTAKA

Kemudahan (Effort Expectancy)

Venkatesh et al., (2012) mendefinisikan *effort expectancy* sebagai tingkat kemudahan terkait saat menggunakan sistem apapun. Ini berarti bahwa harapan usaha mengacu pada upaya yang diperlukan untuk menggunakan sistem, apakah itu sederhana atau rumit. Kemudahan penggunaan merupakan salah satu pertimbangan bagi pengguna layanan. Dapat disimpulkan jika Shopee PayLater mudah dimengerti, layanannya mudah digunakan pasti akan banyak digunakan oleh pelanggan.

Hedonic Motivations

Salah satu motivasi yang mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang ialah *hedonic motivations*. *Hedonic motivations* dinilai menjadi faktor penting pengguna suatu teknologi karena mempengaruhi minat beli atau pemakaian ulang. Penggunaan teknologi diyakini sangat dipengaruhi oleh motif hedonis (Venkatesh et al., 2012).

Hedonic motivation dianggap sebagai salah satu faktor utama saat menggunakan metode pembayaran Shopee PayLater. Jika seseorang memiliki *motivasi hedonic* dan senang menggunakan Shopee PayLater, maka seseorang akan merasa tertarik untuk menggunakan Shopee PayLater tanpa memikirkan hal-hal lain sebelum menggunakan Shopee PayLater, karena menggunakan Shopee PayLater memberikan rasa senang & gembira bagi penggunanya.

Pendapatan

Akhmad (2014) mengatakan bahwa meningkatnya pendapatan individu akan membuat individu tersebut menjadi lebih besar kemampuannya untuk membeli barang. Hal ini juga disampaikan oleh Dorman (2014) yaitu jika pendapatan konsumen meningkat, maka jumlah yang ingin dibeli kemungkinan besar akan meningkat pula pada sebagian besar tingkat harga.

Maka dari itu pendapatan merupakan hal penting yang memotivasi pengguna untuk melakukan transaksi melalui Shopee PayLater. Penurunan pendapatan rumah tangga berbanding terbalik dengan meningkatnya penggunaan Shopee PayLater, hal ini dinilai bahwa penggunaan fitur Shopee PayLater meningkat pada saat turunnya kondisi ekonomi masyarakat.

Suku Bunga

Menurut Sunariyah (2013:80), harga suatu pinjaman adalah tingkat bunga. Suku bunga dinyatakan sebagai persentase dari pinjaman pokok per unit waktu. Bunga adalah ukuran harga suatu sumber daya yang digunakan oleh seorang debitur yang harus dibayarkan kepada kreditur.

Dengan perbedaan perhitungan dan tinggi rendahnya suku bunga pinjaman pada beberapa platform, suku bunga dinilai menjadi pertimbangan seseorang dalam membuat keputusan untuk menggunakan suatu layanan pinjaman kredit. Sehingga suku bunga yang terdapat pada fitur Shopee PayLater dianggap menjadi faktor masyarakat dalam menggunakan fitur tersebut.

Behavioral Intention

Jogiyanto (2007) mendefinisikan *behavioral intention* sebagai kemauan atau minat individu untuk memenuhi sebuah perilaku. Sedangkan menurut Zaif (2019), minat adalah dorongan atau keinginan individu terhadap objek tertentu. Minat menggunakan Shopee PayLater adalah bentuk keinginan Pengguna untuk menggunakan atau menggunakan kembali produk atau layanan Shopee PayLater, yang dapat dipengaruhi oleh karakteristik produk atau layanan tergantung pada motivasi penggunaan yang ada.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan untuk meneliti penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Data yang dikumpulkan berupa data primer yang didapat dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada populasi penelitian yaitu pengguna Shopee PayLater di wilayah DKI Jakarta yang diambil sampel dengan kriteria yaitu berusia di atas 21 tahun sebanyak 100 sampel dengan skala likert 1-5. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling menurut kriteria tertentu untuk menentukan sampel mana yang sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Hasil pengumpulan data pada penelitian ini dianalisis dengan regresi linear berganda, yang sebelumnya telah diuji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas). Analisis regresi linear berganda dilakukan guna mengetahui besarnya pengaruh atau hubungan linier antara variabel bebas yaitu variabel kemudahan, pendapatan, suku bunga, dan *hedonic motivations* dengan variabel terikat yaitu minat menggunakan Shopee PayLater dan untuk memprediksi atau memprediksi nilai variabel terikat berdasarkan variabel bebas (Purnomo, 2016, hlm. 147).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Validnya suatu kuesioner jika dapat membuahkan hasil pengukuran yang tepat dan akurat sesuai dengan tujuan kuesioner. Pertanyaan dinilai valid jika r hitung diperoleh lebih dari r tabel. Untuk jumlah data atau $N = 30$, taraf signifikansi 0,05 dan uji dua arah, nilai r tabel sebesar 0,361. Jika nilai r hitung setiap item pertanyaan $> 0,361$, maka item tersebut dinyatakan valid. Namun, jika nilai r hitung $< 0,361$, item pertanyaan dianggap tidak valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui kestabilan atau konsistensi tanggapan responden terhadap pertanyaan angket selama pengujian berulang. Dalam penelitian ini, suatu pertanyaan dinyatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* > 0,6. Sebaliknya, jika *cronbach's alpha* < 0,6, item yang bersangkutan dinyatakan tidak reliabel.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan guna menentukan apakah variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi normal. Model regresi yang baik terdiri dari data yang terdistribusi normal atau mendekati normal. Dasar pengambilan keputusan dalam uji *Kolmogorov-Smirnov* adalah jika nilainya signifikan > 0,05 maka dikatakan berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilainya signifikan < 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal	Mean	0
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	1,69464251
	Absolute	0,068
Most Extreme Differences	Positive	0,063
	Negative	-0,068
Kolmogorov-Smirnov Z		0,683
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,74

Gambar 4. Hasil Uji Normalitas

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel diperoleh hasil nilai Asymp. Sig atau nilai signifikansi sebesar 0,740. Jika nilai signifikansi > 0,05 kemungkinan berdistribusi normal. Dari hasil uji normalitas diperoleh nilai 0,740 > 0,05 artinya data dikatakan berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan guna mengetahui ada tidaknya hubungan antar variabel bebas dalam model regresi. Model regresi dikatakan baik jika tidak memiliki korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antara variabel independen. Uji multikolinearitas menggunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance* untuk mengetahui terdapat atau tidaknya multikolinearitas antar variabel tersebut. Pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas adalah jika nilai tolerance > 0,1 maka dikatakan tidak terjadi multikolinearitas dan jika nilai VIF < 10, dikatakan tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas dilakukan sebagai berikut:

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kemudahan	0,992	1,009
Pendapatan	0,485	2,06
Suku Bunga	0,654	1,529
Hedonic Motivations	0,561	1,783

a. Dependent Variable: Minat

Gambar 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Sumber : Data diolah

Dari tabel di atas diperoleh bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai tolerance > 0,1 yaitu 0,992 pada variabel kemudahan (X1), 0,485 pada variabel pendapatan (X2), 0,654 pada variabel suku bunga (X3), dan 0,561 variabel *hedonic motivations* (X4). Selanjutnya didapatkan nilai VIF < 10 untuk keempat variabel bebas, sehingga dapat dikatakan tidak terdapat gejala multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas variabel dilakukan guna melihat apakah ada ketidaksamaan heteroskedastisitas untuk residual untuk semua pengamatan dalam model regresi. Untuk mengkonfirmasi hasil uji heteroskedastisitas variabel dapat juga dilakukan dengan menggunakan uji glejser dengan signifikansi yang menentukan > 0,05. Hasil pengujian glejser dapat dilihat pada tabel berikut:

Coefficients^a

Model	Sig.
Kemudahan	0,372
Pendapatan	0,163
Suku Bunga	0,389
Hedonic Motivations	0,108

a. Dependent Variable: Abs_Res

Gambar 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel diketahui bahwa nilai signifikansi untuk variabel kemudahan yaitu sebesar 0,372, pendapatan sebesar 0,163, suku bunga sebesar 0,389, dan *hedonic motivations* sebesar 0,108. Dapat dilihat bahwa 4 variabel di atas semuanya memiliki nilai signifikan > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak muncul gejala heteroskedastisitas variabel.

Analisis Regresi Berganda

Untuk mengukur pengaruh variabel independen yaitu kemudahan, pendapatan, suku bunga, dan *hedonic motivations* terhadap variabel dependen yaitu minat menggunakan Shopee PayLater maka digunakan analisis linear berganda. Hasil analisis regresi berganda dapat dilihat pada tabel berikut:

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4,323	2,135		2,025	0,046
Kemudahan	0,304	0,1	0,245	3,043	0,003
Pendapatan	0,276	0,125	0,255	2,212	0,029
Suku Bunga	0,063	0,083	0,075	0,758	0,45
Hedonic Motivations	0,195	0,069	0,305	2,845	0,005

a. Dependent Variable: Minat

Gambar 7. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda
Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel hasil olah data di atas menggunakan regresi linear berganda menunjukkan bahwa diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 4,323 + 0,304 X1 + 0,276 X2 + 0,063 X3 + 0,195 X4 + e$$

Dari persamaan regresi linear di atas dapat disimpulkan bahwa:

- Nilai konstanta adalah nilai variabel terikat (Y) yang tidak dipengaruhi oleh variabel bebas (X). Hasil uji regresi linear berganda menunjukkan nilai konstanta sebesar 4,323. Artinya satuan minat menggunakan Shopee PayLater (Y) adalah 4,323, tanpa pengaruh kemudahan (X1), pendapatan

- (X2) suku bunga (X3) *hedonic motivations* (X4).
- Koefisien regresi untuk variabel kemudahan (X1) menunjukkan nilai positif sebesar 0,304. Nilai koefisien yang positif menunjukkan hubungan satu arah antara kemudahan dan minat menggunakan Shopee PayLater. Dari sini dapat disimpulkan bahwa minat menggunakan Shopee PayLater juga akan meningkat seiring dengan meningkatnya kemudahan dan variabel tertentu lainnya.
 - Koefisien regresi untuk variabel pendapatan (X2) menunjukkan nilai positif sebesar 0,276. Nilai koefisien yang positif menunjukkan hubungan satu arah antara pendapatan dan minat menggunakan Shopee PayLater. Dari sini dapat menyimpulkan bahwa minat menggunakan Shopee PayLater juga akan meningkat seiring dengan peningkatan pendapatan dan variabel lainnya tetap konstan.
 - Koefisien regresi pada variabel tingkat suku bunga (X3) menunjukkan nilai positif sebesar 0,063. Nilai koefisien yang positif menunjukkan hubungan satu arah antara suku bunga dan minat menggunakan Shopee PayLater. Hal ini menunjukkan bahwa jika suku bunga naik dan variabel lainnya tetap konstan, minat menggunakan Shopee PayLater juga akan meningkat.
 - Koefisien regresi variabel *hedonic motivations* (X4) menunjukkan nilai positif sebesar 0,195. Nilai koefisien yang positif menunjukkan hubungan satu arah antara *hedonic motivations* dan minat menggunakan Shopee PayLater. Jika *hedonic motivations* meningkat dan variabel lain dianggap konstan, maka dapat disimpulkan bahwa minat menggunakan Shopee PayLater juga akan meningkat.

Uji Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan dengan guna melihat seberapa jauh pengaruh faktor kemudahan, pendapatan, suku bunga, dan *hedonic motivation* secara individu atau parsial.

Coefficients		
Variabel	t	Sig.
(Constant)	2,025	0,046
Kemudahan	3,043	0,003
Pendapatan	2,212	0,029
Suku Bunga	0,758	0,45
<i>Hedonic Motivations</i>	2,845	0,005

Gambar 8. Hasil Uji t (Parsial)

Sumber : Data diolah

Pada tabel di atas terdapat hasil dari perhitungan uji t yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

- H1: Kemudahan secara parsial berpengaruh terhadap minat menggunakan Shopee PayLater Berdasarkan hasil pengujian terlihat bahwa nilai t hitung sebesar 3,043 lebih besar dari t tabel ($3,043 > 1,985$) dan signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,003 < 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan secara parsial berpengaruh terhadap minat menggunakan Shopee PayLater dan menerima H1 dalam hipotesis uji-t penelitian ini.
- H2: Pendapatan secara parsial berpengaruh terhadap minat menggunakan Shopee PayLater Berdasarkan pengujian, ditemukan bahwa t hitung 2,212 lebih besar dari t tabel ($2,212 > 1,985$), dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,029 < 0,05$). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel pendapatan berpengaruh secara parsial terhadap minat menggunakan Shopee PayLater, sehingga H2 diterima oleh hipotesis uji-t dalam penelitian ini.
- H3: Suku bunga secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan Shopee PayLater Berdasarkan pengujian, ditemukan bahwa t hitung 0,758 lebih kecil dari t tabel ($0,758 < 1,985$), dengan signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,450 > 0,05$). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel suku bunga tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat menggunakan Shopee PayLater. Oleh karena itu, H3 tidak diterima untuk pengujian hipotesis dalam penelitian ini.
- H4: *Hedonic motivations* secara parsial berpengaruh terhadap minat menggunakan Shopee PayLater

Berdasarkan pengujian diperoleh t hitung sebesar 2,845 lebih besar dari t tabel ($2,845 > 1,985$) dan signifikansi kurang dari 0,05 ($0,005 < 0,05$). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel motivasi hedonis berpengaruh secara parsial terhadap minat menggunakan Shopee PayLater. Oleh karena itu, H4 diterima untuk pengujian hipotesis dalam penelitian ini.

2. Uji F (Simultan)

Berikut adalah hasil pengujian interaksi variabel kemudahan, pendapatan, suku bunga, dan *hedonic motivations* sebagai variabel independen terhadap minat penggunaan fitur paylater pada aplikasi Shopee sebagai variabel dependen. Berikut merupakan hasil dari uji F dalam penelitian ini:

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	180,68	4	45,17	15,093	,000 ^b
Residual	284,31	95	2,993		
Total	464,99	99			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Hedonic Motivations, Kemudahan, Suku Bunga, Pendapatan

Gambar 9. Hasil Uji F (Simultan)

Sumber : Data diolah

Hal ini terlihat dari hasil uji F dengan Fhitung $15,093 > Ftabel 2,47$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Karena H5 diterima oleh hipotesis uji-F, kita dapat menyimpulkan bahwa kemudahan, pendapatan, tingkat suku bunga, dan *hedonic motivations* secara simultan mempengaruhi minat menggunakan Shopee PayLater.

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk menganalisis seberapa besar variasi terikat atau variabel Y dapat dijelaskan oleh variabel bebas atau variabel X. Hal ini terlihat dari nilai koefisien determinasi (R) pada tabel hasil pengujian. Koefisien hasil determinasi dapat dilihat pada tabel berikut.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,623 ^a	0,389	0,363	1,72995

a. Predictors: (Constant), Hedonic Motivations, Kemudahan, Suku Bunga, Pendapatan

Gambar 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel dapat diketahui nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,363. Hal ini mengandung arti bahwa kemampuan variabel kemudahan (X1) pendapatan (X2) suku bunga (X3) dan *hedonic motivations* (X4) dalam mempengaruhi minat menggunakan Shopee PayLater sebesar 36,3% sedangkan sisanya yakni 63,7% adalah variabel independen lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap pengguna Shopee PayLater mengenai faktor kemudahan, pendapatan, suku bunga, dan *hedonic motivations* terhadap minat pengguna fitur paylater pada aplikasi Shopee. Berikut merupakan kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini.

1. Faktor kemudahan (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna fitur PayLater pada aplikasi Shopee. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin mudahnya Shopee PayLater untuk digunakan, maka hal tersebut akan menarik minat masyarakat untuk menggunakan aplikasi Shopee PayLater. Hal ini dikarenakan para pengguna menggunakan Shopee PayLater karena fitur-fitur yang disediakan mudah dipahami dan tidak rumit.

2. Faktor pendapatan (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna fitur PayLater pada aplikasi Shopee. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendapatan yang diterima menjadi salah satu faktor para pengguna untuk menggunakan Shopee PayLater. Fitur beli sekarang bayar nanti pada Shopee PayLater dapat membantu pengguna untuk memfasilitasi pemenuhan kebutuhan yang tidak dapat dipenuhi oleh pendapatan yang diterima saat ini.
3. Faktor suku bunga (X3) tidak berpengaruh terhadap minat pengguna fitur PayLater pada aplikasi Shopee. Hal ini mengungkapkan bahwa suku bunga tidak menjadi salah satu faktor para pengguna untuk menggunakan Shopee PayLater. Hal tersebut dikarenakan para pengguna merasa tidak keberatan dengan suku bunga yang dibebankan oleh Shopee PayLater.
4. Faktor *hedonic motivations* (X4) berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna fitur PayLater pada aplikasi Shopee. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi hedonis atau perasaan senang yang timbul pada saat pengguna menggunakan Shopee PayLater menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat pengguna Shopee Paylater.
5. Faktor kemudahan, pendapatan, suku bunga, dan *hedonic motivations* berpengaruh secara simultan terhadap minat pengguna fitur PayLater pada aplikasi Shopee. Hal ini membuktikan bahwa pengguna Shopee PayLater merasa adanya kemudahan dalam menggunakan Shopee PayLater, pengguna juga merasa bahwa Shopee PayLater dapat memudahkan pengguna dalam membantu memenuhi kebutuhan yang tidak dapat dipenuhi oleh pendapatan yang diterima saat ini. Selain itu, suku bunga yang dibebankan tidak memberatkan para pengguna Shopee PayLater karena dirasa masih terjangkau. Lalu, timbulnya perasaan senang atau *hedonic motivations* pada saat pengguna menggunakan Shopee PayLater membuat para pengguna akan terus berminat untuk menggunakan Shopee PayLater.

Pada proses penelitian ini, peneliti mengalami keterbatasan saat melakukan penelitian. Dengan kata lain, hasil data bersifat subjektif karena metode pengumpulan datanya hanya menggunakan kuesioner, dinilai lebih baik jika peneliti selanjutnya menambah metode wawancara sehingga hasil penelitian yang diperoleh lebih lengkap dan lebih valid lagi. Lalu peneliti hanya meneliti faktor kemudahan, pendapatan, suku bunga dan *hedonic motivations* terhadap minat menggunakan, oleh karena itu perlu diteliti juga faktor lain yang dapat mempengaruhi minat menggunakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adirinekso. (2021). Minat dan Penggunaan Fintech PayLater Pekerja Urban Pelanggan Traveloka dan GoJek Sebelum dan Selama Pandemi Covid-19 . *Journal of Management and Business Review*, 231-239.
- Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan Sistem Pembayaran Pay Later. (2022). *Vivi Eviana, Agung Joni Saputra.*
- Bayu, D. J. (2021, Februari 21). *Survei: Masyarakat yang Alami Penurunan Pendapatan Akibat Covid-19 Meningkat.* Diambil kembali dari databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/23/survei-masyarakat-yang-alami-penurunan-pendapatan-akibat-Covid-19-meningkat>
- DailySocial. (2021). *Shopee PayLater, Layanan PayLater Paling Banyak Shopee PayLater, Layanan PayLater Paling Banyak* . Indonesia: katadata.co.id.
- DSinnovate. (2021). *The Convergence of (Digital) Financial Services.* Indonesia: DailySocial.
- DSRESEARCH. (2019). *MOVING TOWARDS A NEW ERA IN INDONESIA'S FINANCIAL INDUSTRY.* Indonesia: DailySocial.
- DSRESEARCH. (2020). *Maintaining Growth during Pandemic.* Indonesia: DailySocial.
- Keuangan, O. J. (2021). *Statistik Fintech Lending Indonesia/ Indonesian Fintech Lending Statistics.* Indonesia: ojk.go.id.
- Nasional, S. (2020). *MITIGASI DAMPAK COVID-19: TARIK-MENARIK KEPENTINGAN EKONOMI DAN KESEHATAN.* Indonesia: Indikator Politik Indonesia.

Pengaruh *Perceived Benefit* dan *Habit* terhadap Minat Menggunakan QRIS

Nelza Chania¹⁾, Tetty Rimenda²⁾

¹⁾ Politeknik Negeri Jakarta, nelza.chania.ak18@mhs.w.pnj.ac.id, Jl. Prof. Dr. G.A Siwabessy, 16424, Depok, Indonesia

²⁾ Politeknik Negeri Jakarta, tetty.rimenda@akuntansi.pnj.ac.id, Jl. Prof. Dr. G.A Siwabessy, 16424, Depok, Indonesia

ABSTRACT

With current technological advances, it encourages the creation of new inventions in the form of increasingly sophisticated cashless payment instruments. In Indonesia, the cashless payment system is growing with the launch of a national standardized QR code payment system, namely the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). The purpose of launching QRIS is to make it easier and faster to change digital payments in Indonesia. This study aims to determine the effect of perceived benefit and habit on behavioral intention to use QRIS. This study uses primary data obtained from distributing questionnaires via google form to 100 respondents with purposive sampling technique. This research was conducted on QRIS users in DKI Jakarta aged 10 to 25 years. The data analysis technique in this study is multiple linear regression assisted by using the SPSS version 26.0 application. The results of this study indicate that the perceived benefit and habit partially or simultaneously affect the interest in using QRIS. The more users feel the benefits such as time saving, easy, efficient, and safe when using QRIS or the more users have the habit of using QRIS to complete transactions, the interest in using QRIS will increase. So that the maximum benefits felt by users and the user's habits in using QRIS have a positive effect on behavioral intention to use QRIS.

Keywords: Behavioral Intention to Use, Cashless Society, Habit, Perceived Benefit, QRIS.

ABSTRAK

Dengan adanya kemajuan teknologi saat ini mendorong terciptanya penemuan baru berupa alat pembayaran *cashless* yang semakin canggih. Di Indonesia, sistem pembayaran *cashless* semakin berkembang dengan diluncurkannya sistem pembayaran kode QR berstandar nasional yaitu *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS). Tujuan dari peluncuran QRIS adalah untuk mempermudah dan mempercepat dalam perubahan pembayaran digital di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor *perceived benefit* dan *habit* terhadap minat menggunakan QRIS. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari menyebarkan kuesioner melalui *google form* kepada 100 responden dengan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini dilakukan kepada pengguna QRIS di DKI Jakarta yang berusia 10 tahun hingga 25 tahun. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah regresi

¹⁾ Nelza Chania. E-mail: nelza.chania.ak18@mhs.w.pnj.ac.id

²⁾ Tetty Rimenda. E-mail: tetty.rimenda@akuntansi.pnj.ac.id

linear berganda yang dibantu dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 26.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived benefit* dan *habit* secara parsial maupun simultan memengaruhi minat menggunakan QRIS. Semakin pengguna merasakan manfaat seperti hemat waktu, mudah, efisien, dan aman ketika menggunakan QRIS atau pun semakin pengguna memiliki kebiasaan dalam menggunakan QRIS untuk menyelesaikan transaksi, maka minat dalam menggunakan QRIS akan menjadi semakin meningkat. Sehingga dengan adanya manfaat maksimal yang dirasakan oleh pengguna dan adanya kebiasaan pengguna dalam menggunakan QRIS berpengaruh positif terhadap minat menggunakan QRIS.

Kata-Kata Kunci: *Cashless Society*, *Habit*, Minat Menggunakan, *Perceived Benefit*, QRIS.

PENDAHULUAN

Dengan adanya perkembangan zaman, terdapat kemajuan teknologi yang mendorong perubahan dalam cara bertransaksi dengan terciptanya penemuan baru berupa alat pembayaran uang elektronik. Alat pembayaran ini membentuk sistem pembayaran yang mulanya menggunakan uang tunai menjadi non tunai (Hidayati, 2018). Sistem pembayaran non tunai pun semakin berkembang dengan diluncurkannya sistem pembayaran kode QR berstandar nasional. *Quick Response Indonesia Standar* (QRIS) merupakan sistem pembayaran *cashless* menggunakan QR Code yang telah distandarisasi oleh Bank Indonesia dengan memiliki manfaat untuk mempermudah dan mempercepat proses transaksi. Manfaat penggunaan merupakan salah satu pertimbangan seseorang dalam menggunakan teknologi yang mampu untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka. *Perceived benefit* atau persepsi manfaat merupakan manfaat yang dirasakan oleh pengguna seperti peningkatan kinerja dan kegunaan yang dirasakan dalam penggunaan alat elektronik (Harryanto et al., 2018). QRIS diluncurkan tentunya memiliki kelebihan dan manfaat, khususnya dalam hal mempermudah dan mempercepat proses transaksi. Dengan QRIS, meskipun Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) yang dimiliki oleh merchant dan konsumen berbeda, namun tetap dapat melakukan transaksi tersebut tanpa harus membuat akun baru pada PJSP yang sama, sehingga dapat mempermudah, menghemat waktu, efisien, dan aman dalam melakukan transaksi. Generasi Z yang merupakan generasi yang bergantung dengan segala sesuatu yang serba instan dan real time (Nuraeni, 2021), sehingga mereka akan lebih memilih produk atau jasa yang bila digunakan dapat memberikan manfaat untuk melakukan aktivitas menjadi lebih cepat dan instan.

Diluncurkannya QRIS merupakan salah satu bentuk program dari GNNT oleh Bank Indonesia (BI) yang diharapkan dapat membuat masyarakat semakin terbiasa bertransaksi secara non tunai dengan memanfaatkan teknologi seluler yang saat ini berkembang pesat. Saat ini masyarakat sudah banyak yang terbiasa menggunakan *cashless* dengan teknologi selulernya dalam menyelesaikan transaksi mereka. Menurut Suo et al. (2022), seiring pengguna memiliki kebiasaan dalam menggunakan teknologi seluler, maka keinginan pengguna untuk menggunakan layanan teknologi seluler yang serupa akan meningkat. Kebiasaan (*habit*) merupakan kecenderungan seseorang melakukan sesuatu secara otomatis karena telah dipelajari terus-menerus (Venkatesh et al., 2012). Populernya tren *cashless society* saat ini membuat masyarakat khususnya generasi Z yang cenderung mengikuti perkembangan tren pun mulai ikut memiliki kebiasaan baru dalam bertransaksi secara non tunai. Mereka lebih mudah untuk meninggalkan kebiasaan lamanya dalam bertransaksi tunai menjadi non tunai karena generasi Z cenderung memiliki pandangan mengenai keawatiran atau ketakutan tidak mau tertinggal oleh tren yang sedang terjadi. Generasi Z juga merupakan generasi yang melek teknologi karena generasi ini tumbuh bersamaan dengan pertumbuhan

teknologi dan sudah terbiasa bergantung dengan teknologi seluler. Sehingga lebih mudah untuk mencoba kebiasaan baru yang berhubungan dengan teknologi.

Berdasarkan data dari Bank Indonesia, selama 1 tahun terakhir dimulai dari bulan April 2021 hingga April 2022 terjadi kenaikan volume dan nominal transaksi pada uang elektronik, khususnya pada wilayah DKI Jakarta. Peningkatan ini berhubungan dengan fenomena perubahan sistem pembayaran yang awalnya tunai menjadi non tunai yang terjadi pada masyarakat. Kemudian, berdasarkan data perusahaan fintech Xendit, tren penggunaan dompet digital mengalami kenaikan pada tahun 2021 menjadi sebesar 43% dibandingkan tahun 2020 yang hanya sebesar 24%. Sedangkan, QRIS pada tahun 2021 dengan sebesar 7% berada pada posisi ke tiga di bawah dompet digital dan akun virtual. Dengan adanya peningkatan volume dan nominal transaksi pada uang elektronik dan tren penggunaan dompet digital seharusnya lebih dapat meningkatkan kebiasaan penggunaan QRIS pada masyarakat, karena saat ini QRIS sudah dapat digunakan di berbagai jenis aplikasi dompet digital maupun layanan perbankan digital. Dalam survei yang dilakukan oleh Litbang Kompas pada Januari 2022 juga menunjukkan bahwa hanya sebesar 16,1% masyarakat yang pernah menggunakan QRIS, sedangkan 43,8% tidak pernah menggunakan QRIS dan 40,1% lainnya tidak mengetahui tentang QRIS. Kemudian juga masih banyak masyarakat yang merasa sulit dengan penggunaan kode QR dan merasa kode QR tidak untuk pengguna seperti mereka. Hal tersebut diduga karena masyarakat belum familiar dan masih asing dalam menggunakan pembayaran dengan teknologi kode QR.

Berdasarkan permasalahan dari latar belakang yang telah dijabarkan, maka muncul pertanyaan pada penelitian ini, yaitu apakah *perceived benefit* dan *habit* secara parsial memiliki pengaruh dalam meningkatkan minat menggunakan QRIS. Serta, apakah *perceived benefit* dan *habit* secara simultan memiliki pengaruh dalam meningkatkan minat menggunakan QRIS. Sehingga, berdasarkan pertanyaan penelitian tersebut, tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bahwa faktor *perceived benefit* dan *habit* secara parsial dan simultan dapat berpengaruh meningkatkan minat dalam menggunakan QRIS.

TINJAUAN PUSTAKA

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan model penelitian yang dapat digunakan untuk menganalisis dan memperkirakan penggunaan dan penerimaan teknologi (Davis et al., 1989). David et al. (1989) mengatakan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* merupakan dua faktor utama yang memengaruhi perilaku penerimaan teknologi. *Perceived usefulness* merupakan kemungkinan terjadinya peningkatan kinerja dari calon pengguna ketika menggunakan teknologi tertentu. Kemudian, *perceived ease of use* merupakan harapan calon pengguna untuk dapat menggunakan sistem yang mudah atau sederhana.

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) yang dikembangkan oleh Venkatesh et al., (2012) menjelaskan bahwa minat dan perilaku seseorang dalam menggunakan suatu teknologi dipengaruhi oleh berbagai faktor. Terdapat tujuh faktor dalam teori ini, yaitu ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*), motivasi hedonis (*hedonic motivation*), nilai harga (*price value*), dan kebiasaan (*habit*).

Perceived Benefit

Perceived benefit merupakan manfaat atau keuntungan yang didapatkan seperti peningkatan dalam kinerja, produktivitas, dan efektivitas, serta kegunaan dalam bertransaksi yang dirasakan oleh pengguna

dalam penggunaan teknologi (Harryanto et al., 2018). Persepsi manfaat dari QRIS dapat dilihat ketika pengguna merasakan adanya peningkatan kinerja sewaktu menggunakannya. Miliani et al. (2013), mengatakan bahwa pengguna menggunakan suatu teknologi, seperti uang elektronik sebagai alat pembayarannya disebabkan oleh adanya persepsi manfaat dari pengguna yaitu menghemat waktu, kemudahan, efisien, dan lebih aman dibandingkan pembayaran tunai.

Habit

Menurut Venkatesh et al. (2012) dan Nuriska et al. (2018), kebiasaan (*habit*) didefinisikan sebagai penjelasan yang menggambarkan bagaimana kecenderungan bertindak spontan sebagai hasil dari pengalaman sebelumnya. Menurut Venkatesh et al. (2012), indikator dari *habit* yaitu rutinitas, kecanduan, dan keharusan. Rutinitas merupakan tingkatan di mana pengguna telah berpengalaman dan familiar dalam menggunakan teknologi. Sedangkan, kecanduan adalah tingkatan di mana pengguna telah mencapai titik kecanduan dalam menggunakan teknologi. Dan keharusan merupakan titik di mana pengguna secara otomatis merasa dirinya harus menggunakan teknologi ketika akan melakukan transaksi.

Minat Menggunakan

Minat dapat diasumsikan sebagai penanda untuk melihat faktor apa saja yang berpengaruh terhadap suatu perilaku dan seberapa besar upaya yang dilakukan untuk melakukan perilaku tersebut (Ajzen, 1991). Menurut Nuriska et al. (2018), minat menggunakan merupakan seberapa jauh pengguna akan menggunakan teknologi di masa mendatang. Menurut Venkatesh et al. (2012), minat menggunakan dapat diukur dengan melihat *intend to continue*, *always try to use*, dan *plan to continue*. *Intend to continue* merupakan tingkatan di mana pengguna menunjukkan minat untuk menggunakan teknologi di masa mendatang. Kemudian, *always try to use* adalah di mana pengguna terdorong untuk selalu mencoba menggunakan suatu teknologi di kehidupan sehari-hari. Sedangkan, *plan to continue* adalah titik di mana pengguna berencana untuk terus selalu menggunakan teknologi.

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) adalah penyatuan berbagai macam QR dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) menggunakan *QR Code*. *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) merupakan standar kode QR Nasional pembayaran di Indonesia yang diluncurkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI). Industri sistem pembayaran dan Bank Indonesia mengembangkan QRIS dengan tujuan untuk proses transaksi dengan kode QR bisa lebih cepat, mudah, dan aman.

Generasi Z

Berdasarkan *Center for Generational Kinetics* (2018), masyarakat generasi Z adalah masyarakat yang lahir setelah tahun 1996 dan seterusnya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan *Pew Research Center* (2019), yang menyatakan bahwa generasi Z adalah seseorang yang lahir mulai dari tahun 1997 hingga tahun 2012.

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Hardani (2020:240), mendefinisikan penelitian kuantitatif sebagai studi ilmiah yang terstruktur tentang bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Penelitian ini bermaksud untuk menganalisis pengaruh *perceived benefit* dan *habit* pada generasi Z terhadap minat masyarakat dalam menggunakan sistem pembayaran QRIS. Untuk pengambilan data akan menggunakan kuesioner kepada masyarakat generasi Z di DKI Jakarta. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan *non probability sampling*. *Non probability sampling* merupakan teknik dari pengambilan sampel yang tidak memberikan kemungkinan

yang sama kepada tiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2015:122). Metode yang dipilih untuk digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik dalam menentukan sampel dengan adanya pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2015:124) yang memungkinkan penulis untuk mempunyai pertimbangan dalam memilih anggota populasi yang dianggap sesuai dan tepat. Di mana pertimbangan tertentu pada penelitian ini yaitu responden merupakan pengguna QRIS di DKI Jakarta yang merupakan berusia 10-25 tahun. Jumlah sampel pada penelitian ini ditetapkan sebanyak 100 responden. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif dengan sumber data primer dan diperoleh melalui kuesioner dengan metode tertutup dan skala likert 1-5. Kemudian, metode pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode studi kepustakaan melalui pencarian informasi atau data dengan menelaah buku, laporan, jurnal-jurnal ilmiah, dan hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini, serta menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner (*google form*). Metode analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan melakukan uji instrumen data yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Kemudian melakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Selanjutnya, dilakukan uji regresi linear berganda, uji hipotesis yaitu uji t untuk parsial dan uji f untuk simultan, serta melakukan uji koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

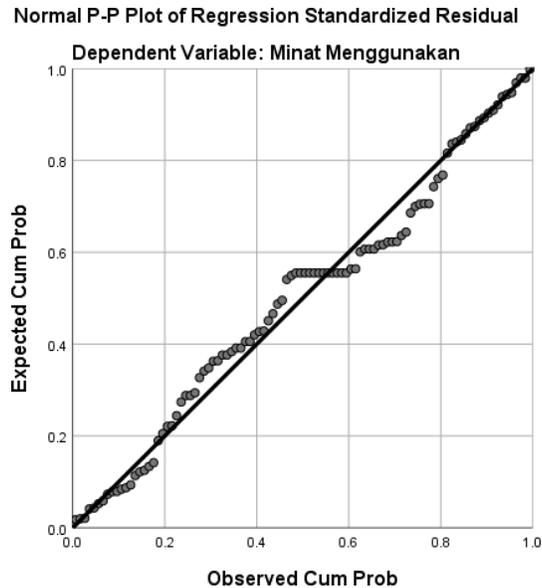
Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Hasil Uji Instrumen Data Uji instrumen data dilakukan terhadap sampel penelitian yang merupakan pengguna QRIS yang berusia 10-25 tahun dan berdomisili di DKI Jakarta. Uji instrumen data ini dilakukan untuk melihat kelayakan setiap pernyataan yang diajukan kepada responden. Pada hasil uji validitas kuesioner di atas, dapat dilihat bahwa dari seluruh pernyataan memiliki r hitung $>$ r tabel. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa dari seluruh pernyataan pada pertanyaan kuesioner ini dinyatakan valid dalam mengukur apa yang sedang diteliti. Kemudian pada hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan, dapat dilihat bahwa pada variabel *perceived benefit*, *habit*, dan minat menggunakan memiliki nilai *Cronbach Alpha* yang lebih besar dari 0,6. Sehingga, dengan melihat setiap variabel memiliki *Cronbach Alpha* $>$ *Cronbach Alpha Standar* maka dapat disimpulkan bahwa dari setiap item yang dipakai pada penelitian ini dapat dikatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dipakai dengan tujuan untuk melihat apakah distribusi data dari tiap variabel memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji grafik *normal probability plot* dan uji *Kolmogrov-Smirnov*. Berikut adalah hasil uji normalitas dengan menggunakan uji grafik *normal probability plot*:



Gambar 1. Grafik Normal Probability Plot

Sumber: data diolah menggunakan SPSS (2022)

Dapat dilihat pada gambar 1 menunjukkan bahwa data menyebar di sekitar garis dan mengikuti arah garis diagonal tersebut. Sehingga dapat dikatakan bahwa data dari penelitian ini terdistribusi normal dan dapat untuk digunakan. Kemudian, berikut adalah hasil uji normalitas dengan melakukan uji *One-Sample Kolmogrov-Smirnov*:

Tabel 1. One-Sample Kolmogrov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.37042370
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.086
	Negative	-.081
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.067 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: data diolah menggunakan SPSS (2022)

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat bahwa diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-Tailed) sebesar 0,067 yang berarti lebih besar dari 0,05. Sehingga dengan melihat nilai Asymp. Sig. (2-Tailed) tersebut, dapat dikatakan bahwa data penelitian ini terdistribusi normal dan layak untuk digunakan.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dipakai dengan tujuan untuk melihat apakah pada model regresi memiliki gejala atau masalah korelasi antara variabel independen atau tidak. Berikut adalah tabel dari hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini:

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

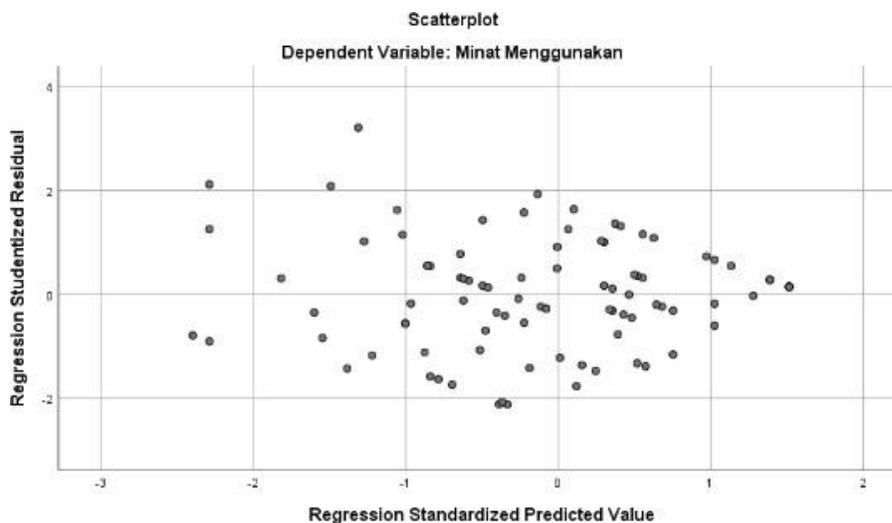
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Perceived Benefit	0.692	1.445
	Habit	0.692	1.445

Sumber: data diolah menggunakan SPSS (2022)

Berdasarkan tabel 4.7, dapat dilihat bahwa pada variabel *perceived benefit* dan *habit* memperoleh nilai *Tolerance* sebesar 0,692 dan nilai VIF sebesar 1,445. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel memperoleh nilai *Tolerance* yang lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF yang lebih kecil dari 10. Sehingga dari hasil nilai tersebut, dapat dikatakan bahwa data penelitian ini tidak memiliki gejala multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dipakai dengan tujuan untuk melihat apakah pada model regresi memiliki gejala atau masalah ketidaksamaan varian dari residual kepada semua pengamatan dalam model regresi. Model regresi dikatakan baik apabila model regresi tersebut tidak memiliki masalah atau gejala heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan grafik *scatter plot* dan dengan metode *Spearman's Rho*. Berikut adalah hasil dari uji normalitas penelitian ini:



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: data diolah menggunakan SPSS (2022)

Berdasarkan gambar 4.8 menunjukkan bahwa penyebaran titik-titik pada grafik *scatter plot* tidak membentuk pola tertentu. Di mana titik-titik data tersebut menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0. Dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Kemudian, berikut merupakan hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan metode *Spearman's Rho*:

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Correlations			X1	X2	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Perceived Benefit	Correlation Coefficient	1.000	.520**	.073
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.473
		N	100	100	100
	Habit	Correlation Coefficient	.520**	1.000	.047
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.644
		N	100	100	100
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.073	.047	1.000
		Sig. (2-tailed)	.473	.644	.
		N	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: data diolah menggunakan SPSS (2022)

Berdasarkan tabel 4.8, dapat dilihat bahwa pada variabel *perceived benefit* memperoleh nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0,473 dan variabel *habit* memperoleh nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0,644. Dapat dikatakan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Sig. (2-tailed) yang lebih besar dari nilai 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dan layak untuk dilakukan penelitian.

Analisis Regresi Linear Berganda

Uji regresi linier berganda dipakai dengan tujuan untuk menganalisis hubungan antara variabel bebas yang terdiri dari Perceived Benefit (X1) dan Habit (X2) dengan variabel terikat yaitu Minat Menggunakan (Y). Pengujian ini dilakukan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel bebas apakah berhubungan positif atau negatif terhadap variabel terikat. Berikut adalah tabel hasil uji dari regresi linier berganda pada penelitian ini:

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	4.182	2.000
	Perceived Benefit	0.273	0.067
	Habit	0.319	0.055

Sumber: data diolah menggunakan SPSS (2022)

Berdasarkan tabel 4.9, dapat dijabarkan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 4.182 + 0.273 X1 + 0.319 X2$$

Analisis hasil uji dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Hasil menunjukkan diperoleh nilai konstanta sebesar 4,182. Tanda positif menunjukkan adanya pengaruh searah antara variabel bebas dan variabel terikat. Di mana jika seluruh variabel bebas yaitu *perceived benefit* dan *habit* bernilai 0 atau tidak terdapat perubahan, maka nilai variabel terikat yaitu minat menggunakan adalah sebesar 4,182.
- Variabel *Perceived Benefit* (X1) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,273. Nilai koefisien tersebut bernilai positif yang berarti jika variabel *Perceived Benefit* mengalami peningkatan sebesar satu satuan maka Minat Menggunakan juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,273 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan. Nilai positif ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan atau pengaruh searah antara variabel *Perceived Benefit* dan variabel Minat Menggunakan. Di mana semakin pengguna merasakan

manfaat ketika menggunakannya, maka akan meningkatkan minat pengguna dalam menggunakan QRIS.

- c. Variabel *Habit* (X2) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,319 dan bernilai positif yang berarti terdapat hubungan searah antara *Habit* dan Minat Menggunakan. Jika variabel *Habit* mengalami peningkatan sebesar satu satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan, maka Minat Menggunakan juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,319. Hal ini menunjukkan bahwa jika pengguna semakin terbiasa dan memiliki kebiasaan dalam menggunakan QRIS, maka minat menggunakan QRIS juga akan mengalami peningkatan.

Uji Hipotesis

1. Uji T

Uji T (parsial) dipakai dengan tujuan untuk melihat apakah variabel bebas yaitu *perceived benefit* dan *habit* berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat yaitu minat menggunakan QRIS. Hasil dari pengujian hipotesis dengan uji t pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5 Hasil Uji T

Variabel	t	Sig.
Perceived Benefit	4.057	0.000
Habit	5.758	0.000

Sumber: data diolah menggunakan SPSS (2022)

Berdasarkan hasil uji t yang dapat dilihat pada tabel 5, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Hasil uji t pada variabel *perceived benefit*, didapatkan nilai t hitung sebesar 4,057 lebih besar dibandingkan nilai t tabel yaitu 1,98472 dan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, yang berarti variabel *perceived benefit* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat pengguna dalam menggunakan QRIS.
- b. Hasil uji t pada variabel *habit*, didapatkan nilai t hitung sebesar 5,758 lebih besar dibandingkan nilai t tabel yaitu 1,98472 dan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dari hasil pengujian ini dapat disimpulkan bahwa H2 diterima, yang berarti variabel *habit* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat pengguna dalam menggunakan QRIS.

2. Uji F

Uji F (simultan) dipakai dengan tujuan untuk melihat apakah variabel bebas yaitu *perceived benefit* dan *habit* berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat yaitu minat menggunakan QRIS. Hasil dari pengujian hipotesis dengan uji f pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6. Hasil Uji F

Variabel	F	Sig.
1 Regression	54.559	0.000

Sumber: data diolah menggunakan SPSS (2022)

Berdasarkan hasil uji f yang dapat dilihat pada tabel 6, menunjukkan bahwa diperoleh nilai f hitung sebesar 54,559 lebih besar dibandingkan nilai f tabel yaitu 3.0901867. Serta didapatkan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan H3 diterima, yang artinya bahwa variabel *perceived benefit* dan *habit* secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat pengguna dalam menggunakan QRIS.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R²) dipakai dengan tujuan untuk mengukur besarnya persentase kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel terikat. Berikut di bawah ini adalah tabel hasil uji koefisien determinasi pada penelitian ini:

Tabel 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R ²	Adjusted R ²
1	0.728 ^a	0.529	0.520

Sumber: data diolah menggunakan SPSS (2022)

Berdasarkan tabel 4.12 hasil uji koefisien determinasi tersebut, dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R²) dalam penelitian ini adalah sebesar 0,529 (52,9%). Hal ini menunjukkan jika minat masyarakat generasi Z di DKI Jakarta dalam menggunakan QRIS dipengaruhi oleh variabel *perceived benefit* dan *habit* sebesar 52,9%. Sedangkan sisanya sebesar 47,1% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dikemukakan dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Perceived Benefit* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menggunakan QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna merasa bahwa penggunaan QRIS dapat menghemat waktu dengan hanya perlu memindai satu kode QR saja maka pembayaran akan diproses dengan cepat dan seketika. Pengguna juga merasa lebih mudah dan efisien dalam bertransaksi menggunakan QRIS karena hanya dengan satu kode QR saja dapat digunakan di seluruh aplikasi pembayaran baik bank maupun non bank. Serta pengguna merasa lebih aman karena QRIS telah dijamin dan diawasi langsung oleh Bank Indonesia. Semakin pengguna merasakan adanya manfaat seperti kemudahan, hemat waktu, efisien, dan aman ketika menggunakan QRIS, maka minat menggunakan QRIS juga akan meningkat.
2. *Habit* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menggunakan QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa rutinitas dari masyarakat generasi Z di DKI Jakarta sudah terbiasa dan sering menggunakan QRIS. Dengan semakin terbiasa menggunakan QRIS membuat masyarakat menjadi semakin kecanduan dalam menggunakannya sehingga secara otomatis muncul adanya rasa keharusan untuk menggunakan QRIS dalam bertransaksi yang akhirnya membuat minat menggunakan QRIS juga akan mengalami peningkatan.
3. *Perceived Benefit* dan *Habit* secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menggunakan QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa apabila QRIS memiliki manfaat yang maksimal, maka pengguna akan merasa senang dalam menggunakannya dan menjadi semakin terbiasa menggunakannya sehari-hari, sehingga dengan adanya manfaat yang dirasakan dan semakin terbiasanya dalam menggunakan QRIS akan membuat minat menggunakan QRIS pun meningkat. Berdasarkan hasil koefisien determinasi, variabel *perceived benefit* dan *habit* memberikan pengaruh terhadap minat menggunakan QRIS sebesar 52,9%, sementara sisanya sebesar 47,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel penelitian ini.

KETERBATASAN

Penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan, yaitu penelitian ini hanya menggunakan faktor *perceived benefit* dan *habit* saja, sedangkan masih banyak faktor lainnya yang dapat memengaruhi minat menggunakan QRIS. Kemudian, pada penelitian ini hanya mencakup responden pengguna QRIS yang berusia 10-25 tahun di wilayah DKI Jakarta, serta responden pada penelitian ini hanya sebanyak 100 responden sehingga masih kurang dalam menggambarkan keadaan pengguna QRIS yang sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, 179-211.
- Bank Indonesia. (2022, Mei 20). Statistik Sistem Pembayaran dan Infrastruktur Pasar Keuangan (SPIP) April 2022. Diakses Juli 7, 2022. <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/spip/Documents/SPIP-APRIL-2022.zip>Center for Generational Kinetics. (2018). *The State of Gen Z 2018*. Retrieved from <https://genhq.com/wp-content/uploads/2018/10/State-of-Gen-Z-2018.pdf>
- Davis, F. D. (1989) Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13, 319-340.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology a Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, Vol. 35, No. 8, hal. 982-1003.
- Dimock, M. (2019). Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. Retrieved from Pew Research Center: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- Hardani, H. A. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu Group.
- Harryanto, Muchran, M., & Ahmar A. S. (2018). Application of TAM model to the use of information technology. *International Journal of Engineering & Technology*, 7 (2.9), 37-40.
- Hidayati, Nisaulfathona. (2018). Analisis Pengaruh Instrumen Pembayaran Non-Tunai Terhadap Stabilitas Sistem Keuangan DI Indonesia. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*.
- Litbang Kompas. (2022). *Pembayaran Tunai Masih Diminati dalam Ekosistem Digital*. Retrieved from Kompas: <https://epaper.kompas.id/product/arsip-kompas/20220213>
- Miliani, L., Purwanegara, M. S., & Indriani, M. T. D. (2013). Adoption Behavior of E-Money Usage. *Information Management and Business Review* Vol. 5, No. 7, hal. 369-378, Juli 2013.
- Nuraeni. (2021). Trend mahasiswa milenial dan perpustakaan: Studi kasus di Perpustakaan UIN Mataram. *Indonesian Journal of Academic Librarianship* Vol. 4, No. 3, Juni 2021, hal. 9-16.
- Nuriska, A., Asakdiyah, S., & Setyawan, R. R. (2018). Factors Affecting Behavioral Intention in Using Go-Pay with The Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 Model (UTAUT2). *Muhammadiyah International Journal of Economics and Business* Vol. 1, No. 2, hal. 107-114.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suo, W. J., Goi, C. L., & Goi, M. T. (2022). Factors Influencing Behavioural Intention to Adopt the QR-Code Payment: Extending UTAUT2 Model. *International Journal of Asian Business and Information Management (IJABIM)*, 13 (2).
- Venkatesh, V., & David, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science* 46(2):186-204. <http://dx.doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, Xin. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, Vol. 36, No. 1, 157-178.
- Xendit. (2021, Juni 29). *QRIS payments usage and trends in 2021* . Diakses Juni 16, 2022. <https://www.xendit.co/en/blog/qr-is-payments-usage-and-trends/>

ANALISIS PENGARUH *PERFORMANCE EXPECTANCY* DAN *EFFORT EXPECTANCY* TERHADAP MINAT PENGGUNAAN APLIKASI JAGO MILIK PT. BANK JAGO TBK.

Rafikha Azzhari Lesmana¹⁾ Fathir Ashfath²⁾

¹⁾Rafikha Azzhari Lesmana, rafikha.azzharilesmana.ak18@mhs.wpnj.ac.id

²⁾Fathir Ashfath, fathirashfath@gmail.com

ABSTRACT

The phenomenon of digital transformation has made many business actors shift their business activities to digital ones. The same applies to the banking sector. The presence of digital banks in this era of digital transformation, offers access to banking services more easily, quickly and efficiently. Jago application by Bank Jago has proven to be an application that is in great demand by the public according to a survey conducted by Populix, an institution that provides research & data collection services for business people. Determining the success of a system is how from the user's point of view. Technology acceptance can be described by UTAUT2 model. In this study, the variables of performance expectancy and effort expectation were taken. The purpose of this study was to analyze the effect of performance expectancy and effort expectancy on interest in using the Jago application belonging to PT. Bank Jago Tbk. This study uses primary data with data collection techniques of non-probability purposive sampling. This study took a sample of 100 respondents domiciled in Jabodetabek. This study uses linear regression analysis data analysis method with the help of SPSS 26.0. The results of the study indicate that effort expectancy have a significant and significant effect on interest in using. Meanwhile, performance expectancy have an effect but not significant on interest in using. In addition, it was also found that performance expectancy and effort expectancy simultaneously had a significant and significant effect on interest in using the Jago application owned by PT. Bank Jago Tbk.

Keywords: *digital bank; jago; technology acceptance; UTAUT2; performance expectancy; effort expectancy; behavioral intention to use.*

ABSTRAK

Fenomena transformasi digital telah membuat banyak pelaku usaha mengalihkan kegiatan usahanya menjadi berbasis digital. Begitu pula dengan sektor perbankan. Kehadiran bank digital di era transformasi digital ini, menawarkan akses ke layanan perbankan dengan lebih mudah, cepat dan efisien. Aplikasi Jago milik Bank Jago terbukti menjadi aplikasi yang banyak diminati masyarakat menurut survey yang dilakukan Populix, salah satu lembaga penyedia jasa riset & pengumpulan data bagi pebisnis. Penentu keberhasilan suatu sistem adalah bagaimana dari sisi penerimaan penggunaannya. Penerimaan teknologi dapat dijelaskan dengan model UTAUT2. Dalam penelitian ini mengambil variabel *performance expectancy* dan *effort expectancy*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *performance expectancy* dan *effort expectancy* terhadap minat penggunaan aplikasi Jago milik PT. Bank Jago Tbk. Penelitian ini menggunakan data primer dengan teknik pengambilan data *non probability purposive sampling*. Penelitian

¹ Rafikha Azzhari Lesmana, rafikha.azzharilesmana.ak18@mhs.wpnj.ac.id

² Fathir Ashfath, fathirashfath@gmail.com

ini mengambil sampel 100 responden pengguna Jago berdomisili Jabodetabek. Penelitian ini menggunakan metode analisis data analisis regresi linear dengan SPSS 26.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *effort expectancy* berpengaruh dan signifikan terhadap minat penggunaan. Sedangkan *performance expectancy* berpengaruh namun tidak signifikan terhadap minat penggunaan. Selain itu, ditemukan pula hasil bahwa *performance expectancy* dan *effort expectancy* secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi Jago milik PT. Bank Jago Tbk.

Kata-Kata Kunci: bank digital; Jago; penerimaan teknologi; UTAUT2; *performance expectancy*; harapan kerja; *effort expectancy*; harapan usaha; *behavioral intention to use*; minat penggunaan.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Digitalisasi merupakan sebuah fenomena di era revolusi industri 4.0 ini yang telah merubah pola kebiasaan masyarakat dan hal ini tidak dapat dicegah. Transformasi digital secara tidak langsung memajukan penggunaannya dengan akses ke segala macam hal dengan cepat, dan secara perlahan menyebabkan perubahan pola kebiasaan konsumen (Romdhoni et al., 2017). Di era dimana teknologi sedang berkembang dengan pesatnya ini, sebuah perusahaan dituntut untuk menyesuaikan model bisnisnya mengikuti keinginan dan *demand* para konsumen (Ricky Oktavenus, 2019). Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi dibidang perbankan relatif lebih pesat (Cuesta et al., 2015). Perbankan kini saling bersaing dalam memberikan pelayanan yang terbaik untuk meningkatkan kepuasan pengguna. Hal ini lambat laun menyebabkan hadirnya sebuah inovasi yaitu bank digital. Bank digital memungkinkan akses ke layanan perbankan dengan lebih mudah, cepat dan efisien hanya melalui *smartphone*. Salah satu bank digital yang sedang mengalami perkembangan pesat adalah Bank Jago dengan aplikasi miliknya yakni aplikasi Jago.

Bank Jago dalam menghadapi transformasi digital ini, terus mengembangkan aplikasi Jago, *mobile banking*-nya. Hal ini dibuktikan dengan peningkatan jumlah pengguna aktif pada Maret 2022 meningkat 71% menjadi 2,3 juta pengguna dibandingkan akhir 2021 yang tercatat 1,4 juta nasabah. Hal ini mendorong dana pihak ketiga (DPK) tumbuh 340% menjadi Rp4,21 triliun dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya. Aplikasi Jago juga terbukti menjadi aplikasi yang banyak diminati masyarakat menurut survey yang dilakukan Populix, salah satu lembaga penyedia jasa riset dan pengumpulan data bagi pebisnis.

Keputusan untuk mengadopsi suatu sistem teknologi informasi perusahaan ada ditangan manajerial, tetapi keberhasilan penggunaan teknologi tersebut tergantung pada penerimaan dan penggunaan setiap individu pemakainya. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan sistem bagi para pengguna, dapat digunakan model teori *technology acceptance*.

Technology acceptance merupakan tingkat penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi. Terdapat banyak model *technology acceptance* yang dapat digunakan. Salah satu model penerimaan teknologi yang terbaru yaitu UTAUT2 (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*), teori ini merupakan perluasan dari teori sebelumnya, yaitu UTAUT yang dikemukakan Venkatesh et al (2003). Model UTAUT merupakan perkembangan dengan penambahan beberapa variabel (Venkatesh et al., 2012). Model UTAUT lama dibangun oleh Venkatesh, dkk (2003) sebagai gabungan (*unified*) dari delapan model penerimaan yang sudah ada. Setelah melalui pengujian lebih lanjut, ditemukan empat konstruk utama yang memainkan peran penting sebagai determinan langsung dari *behavioral intention* dan *use behavior* yaitu, *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions*. Sedangkan yang lain ditemukan tidak signifikan sebagai determinan langsung dari *behavioral*

intention. Sampai saat ini UTAUT sudah dikembangkan kembali dari konteks organisasi menjadi konteks konsumen individu yang diberi nama Model UTAUT2 di mana *habit*, *hedonic motivation* dan *price value* ditambahkan sebagai konstruksi baru (Venkatesh et al., 2012).

Model UTAUT2 dapat digunakan untuk mengukur penerimaan *mobile banking*, utamanya pada *behavioral intention* dan *use behavior*. *Performance expectancy* merupakan konstruk UTAUT2 yang ditujukan untuk mengukur tingkat kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan suatu sistem akan membantu seseorang tersebut dalam mencapai kinerja pekerjaannya. Aspek dalam penerimaan teknologi model UTAUT2 yang lain adalah *effort expectancy*. *Effort expectancy* adalah tingkat kemudahan yang terkait dengan penggunaan teknologi oleh konsumen (Venkatesh et al., 2012). Yakni tentang sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan bebas dari usaha.

Variabel yang diambil dalam penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana penerimaan teknologi oleh pengguna Aplikasi Jago di Jabodetabek. Model UTAUT2 dapat menjadi instrumen yang berguna bagi para manajer untuk menilai dan menganalisa bagaimana keberhasilan suatu teknologi *mobile banking* dalam menarik calon penggunanya dan juga dapat memberikan kontribusi untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik terhadap penerimaan dan penggunaan *mobile banking* di Jabodetabek.

Penelitian yang dilakukan oleh (Rema & Setyohadi, 2016) menyatakan bahwa *performance expectancy* tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi *m-banking*. Dan penelitian yang dilakukan oleh (Sari & Cristiana, 2022) juga mendapatkan bahwa *effort expectancy* tidak mempengaruhi minat penggunaan aplikasi *m-banking* di era pandemi, hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh (Pisheila Pratiwi, 2012), yang mana didapatkan bahwa *effort expectancy* tidak mempengaruhi minat penggunaan aplikasi *m-banking* baik secara parsial ataupun simultan, namun penelitian yang dilakukan oleh (Shafly, 2020) menemukan bahwa *performance expectancy* dan *effort expectancy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Berdasarkan adanya fenomena dan gap penelitian diatas, peneliti ingin melakukan penelitian tentang analisis penerimaan teknologi *mobile banking* pengguna aplikasi Jago, sehingga disusunlah penelitian ini dengan judul “**Analisis Pengaruh Performance Expectancy dan Effort Expectancy Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Jago milik PT. Bank Jago Tbk.**”

Rumusan Masalah

Minat konsumen dalam menggunakan aplikasi keuangan digital terus mengalami peningkatan. Menurut survey yang dilakukan Bank Indonesia pengguna transaksi digital pada pertengahan tahun 2022 ini sudah sebanyak 21 juta pengguna. Hal ini dapat dikarenakan pandemi Covid-19 dalam tiga tahun terakhir yang memaksa masyarakat mengurangi mobilitas. Pengguna bank digital pun juga terus mengalami peningkatan, Pada tahun 2021 sendiri, jumlah pengguna Bank Digital sudah sebanyak 47 Juta pengguna (Finder.com, 2021). Hal ini ditandai dengan meningkatnya jumlah pengguna aplikasi Jago milik Bank Jago meningkat 71% menjadi jumlah pengguna aktif pada Maret 2022 menjadi 2,3 juta pengguna dibandingkan akhir 2021 yang tercatat 1,4 juta nasabah. Dibalik minat penggunaan aplikasi Jago yang tinggi ini tentunya ada peran bagaimana persepsi mempengaruhi bagaimana pengadaptasian sistem teknologi informasi yang baru.

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh *performance expectancy* terhadap minat penggunaan aplikasi Jago milik PT. Bank Jago Tbk.?
2. Bagaimana pengaruh *effort expectancy* terhadap minat penggunaan aplikasi Jago milik PT. Bank Jago Tbk.?
3. Bagaimana pengaruh *performance expectancy* dan *effort expectancy* terhadap minat penggunaan aplikasi Jago milik PT. Bank Jago Tbk.?

Tujuan

Berdasarkan permasalahan dan pertanyaan penelitian diatas, tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh *performance expectancy* secara parsial mempengaruhi minat penggunaan aplikasi Jago milik PT. Bank Jago Tbk.
2. Untuk menganalisis pengaruh *effort expectancy* secara parsial mempengaruhi minat penggunaan aplikasi Jago milik PT. Bank Jago Tbk.
3. Untuk menganalisis pengaruh *performance expectancy* dan *effort expectancy* secara simultan mempengaruhi minat penggunaan aplikasi Jago milik PT. Bank Jago Tbk.

TINJAUAN PUSTAKA

Performance Expectancy

Performance expectancy merupakan konstruk UTAUT yang ditujukan untuk mengukur tingkat kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan suatu sistem akan membantu seseorang tersebut dalam mencapai kinerja pekerjaannya. (Mutlu & Der, 2017) mengatakan bahwa *performance expectancy* adalah variabel yang dapat disebut sebagai kemampuan untuk memperoleh manfaat yang signifikan setelah menggunakan sebuah sistem. Menurut (Venkatesh et al., 2012) *performance expectancy* atau harapan akan kinerja adalah sejauh mana penggunaan suatu teknologi akan memberikan manfaat bagi konsumen dalam melakukan aktivitas tertentu.

Bank Jago melalui Aplikasi Jago nya memiliki *jargon* #SelangkahLebihJago membuat kampanye tentang kolaborasi perbankan digital dengan ekosistem digital di Aplikasi Jago. Yaitu melalui Aplikasi Jago pengguna dapat melakukan integrasi transaksi dengan beragam Fintech yang sudah terintegrasi dengan Bank Jago. Seperti Gojek, bibit, carsome, BFI Finance dan lain-lain. Hal ini tentunya diharapkan akan memberikan manfaat efektivitas dan efisiensi kerja pengguna aplikasi Jago

Effort Expectancy

Aspek dalam penerimaan teknologi model UTAUT2 yang lain adalah *effort expectancy*. *Effort expectancy* adalah tingkat kemudahan yang terkait dengan penggunaan teknologi oleh konsumen (Venkatesh et al., 2012). Harapan usaha adalah tentang sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan bebas dari usaha. (Jogiyanto, 2017) berpendapat harapan usaha adalah parameter untuk mengukur bahwa dengan menggunakan suatu teknologi pengguna yakin sudah tidak perlu mengeluarkan usaha lebih lagi, karena teknologi telah membuat suatu pekerjaan itu menjadi lebih mudah digunakan dan teknologi tersebut juga mudah dioperasikan.

Dalam hal ini, Bank Jago memberikan kemudahan melalui aplikasi Jago miliknya. Dimana dengan aplikasi Jago pengguna mendapatkan layanan perbankan layaknya bank konvensional maupun syariah tanpa perlu keluar rumah, yakni hanya melalui *smartphone*. Aplikasi Jago juga

dilengkapi dengan sistem informasi teknologi yang mudah dipahami dan dipelajari oleh masyarakat. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakan. Sebaliknya, jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya.

Minat Penggunaan

Teori penerimaan teknologi UTAUT2 menghubungkan faktor-faktor sosial dan individu kepada *behavioral intention* atau minat penggunaan suatu teknologi. Suatu teknologi informasi akan digunakan apabila pengguna memiliki minat menggunakan sistem informasi tersebut, dikarenakan keyakinan seseorang menggunakan suatu sistem dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya (Venkatesh et al., 2012). Secara teoritis, minat penggunaan adalah suatu *rasa keinginan* yang timbul dari dalam diri seseorang untuk menggunakan suatu sistem, yang akan menjadi pertimbangan perilaku dalam menggunakan sistem tersebut (Rahmadi, 2016). Sehingga, jika seorang individu menilai adanya kemudahan, kebermanfaatan, risiko, dan kepercayaan, yang dirasa dan dicapai dari penggunaan teknologi tersebut, di saat itulah akan mendatangkan minat penggunaannya lagi.

Minat dalam menggunakan aplikasi bank digital didefinisikan sebagai tingkat keinginan individu untuk menggunakan layanan aplikasi bank digital sebagai alat pembayaran. Tentang bagaimana keinginan dari dalam diri, yang dipengaruhi oleh faktor eksternal, seperti contohnya persepsi kebermanfaatan dan kemudahan memberikan dorongan untuk menggunakan teknologi perbankan digital, dalam penelitian ini aplikasi Jago milik Bank Jago.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner. Teknik pengambilan data menggunakan *non probability purposive sampling* yang mana peneliti sengaja mempertimbangkan sendiri pemilihan anggota populasi yang dinilai cocok untuk menjadi sumber informasi bagi penelitian yang akan dilakukan. Metode pengumpulan data penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang disusun melalui *gform*. Peneliti mengambil sampel 100 responden pengguna Jago dengan golongan usia 17-40 tahun yang berdomisili Jabodetabek.

Penelitian ini menggunakan metode analisis data analisis regresi linear dengan SPSS 26.0 sebagai alat bantu. Analisis regresi linier berganda dapat didefinisikan sebagai relasi garis antara dua variabel atau lebih yaitu variabel independent dengan variabel dependent. Uji yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Pada penelitian ini menggunakan uji normalitas *Kolmogorov Smirnov*. Syarat suatu model regresi dikatakan terdistribusi normal adalah nilai signifikansi > 0.05 .

Tabel 1. Hasil Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.20957101
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.057
	Negative	-.055
Test Statistic		.057
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 diolah dari SPSS 26.0

Berdasarkan tabel 1 diperoleh hasil nilai *Asymp. Sig* atau nilai signifikansi sebesar 0.200. Dari hasil uji normalitas diperoleh nilai $0.200 > 0.05$ maka data tersebut dinyatakan berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinieritas ditujukan dalam rangka mengukur relasi antara setiap variabel independent pada model regresi. Pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas adalah jika nilai *tolerance* > 0.1 dan *VIF* < 10 maka dikatakan tidak terdapat multikolinearitas.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
Performance expectancy	0.503	1.988
Effort expectancy	0.503	1.988

Sumber: Data diolah dari SPSS 26.0

Dari tabel 2. didapatkan bahwa seluruh variabel bebas memiliki nilai *tolerance* > 0.1 . Selain itu, juga diperoleh nilai *VIF* sebesar < 10 pada kedua variabel bebas sehingga dapat dikatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan dalam model regresi. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan menggunakan uji glejser dengan pengambilan keputusan nilai signifikansi $> 0,05$.

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas – Uji Glesjer

Model	Sig.
Performance expectancy	0.697
Effort expectancy	0.222

Sumber: Data diolah dari SPSS 26.0

Berdasarkan tabel 3. dapat diketahui bahwa nilai signifikansi untuk variabel *performance expectancy* atau harapan kerja sebesar 0.697 dan *effort expectancy* atau *effort expectancy* sebesar 0.222

Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengukur pengaruh variabel independen yaitu *performance expectancy* dan *effort expectancy* terhadap variabel dependen yaitu minat penggunaan aplikasi Jago milik PT. Bank Jago Tbk. maka digunakan analisis linear berganda dengan bantuan program SPSS 26.

Tabel 4. Hasil Regresi Linear Berganda

Unstandardized Coefficients			
Model	Variabel	B	Std. Error
1	(Constant)	13.164	2.086
	X1	0.120	0.088
	X2	0.326	0.093

Sumber: Data diolah dari SPSS 26.0

Berdasarkan tabel 4. di atas ditunjukkan bahwa hasil olah data menggunakan regresi linear berganda diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 13.164 + 0.120 X1 + 0.326 X2 + e$$

Keterangan :

1. Nilai konstanta merupakan besarnya nilai variabel dependen (Y) tanpa adanya pengaruh variabel independen (X). Hasil uji regresi linear berganda menunjukkan nilai konstanta sebesar 13.164 yang artinya besar satuan minat penggunaan aplikasi Jago (Y) adalah 13.164 tanpa adanya pengaruh variabel lain.
2. Koefisien regresi untuk variabel *performance expectancy* (X1) atau β_1 sebesar 0.120. Hal ini dapat diartikan bahwa apabila *performance expectancy* mengalami kenaikan sebesar 0.120 dan variabel lain dianggap tetap, maka minat penggunaan juga akan meningkat sebesar 0.120.
3. Koefisien regresi untuk variabel *effort expectancy* (X2) atau β_2 sebesar 0.326. Hal ini dapat diartikan bahwa apabila *effort expectancy* mengalami kenaikan sebesar 0.326 dan variabel lain dianggap tetap, maka minat penggunaan juga akan meningkat sebesar 0.326.

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinansi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variasi dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen yang dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi (R) pada tabel hasil uji.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinansi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.547 ^a	.299	.285	2.23223	2.123
a. Predictors: (Constant), X2, X1					
b. Dependent Variable: Y					

Sumber: Data diolah dari SPSS 26.0

Berdasarkan tabel 5. dapat diketahui nilai R square sebesar 0.299. Hal ini mengandung arti bahwa kemampuan variabel *performance expectancy* dan *effort expectancy* dalam mempengaruhi keputusan penggunaan Bank Jago sebesar 29.9% sedangkan sisanya yakni 70.1% adalah faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

UJI T Parsial dan F Simultan

Tabel 6 Hasil Uji T Parsial dan F Simultan

No.	Hipotesis	Status	Keputusan
1.	H1: <i>Performance Expectancy</i> Memiliki Pengaruh Terhadap Minat penggunaan Aplikasi Jago Milik Bank Jago	(t hitung) 1.366 > 1.290 (t tabel)	H1 diterima
2.	H2: <i>Effort Expectancy</i> Memiliki Pengaruh Terhadap Minat penggunaan Aplikasi Jago Milik Bank Jago	(t hitung) 3.495 > 1.290 (t tabel)	H2 diterima
3.	H3 : <i>Performance Expectancy</i> dan <i>Effort Expectancy</i> Secara Simultan Memiliki Pengaruh Terhadap Minat penggunaan Aplikasi Jago milik PT. Bank Jago Tbk.	(f hitung) 20.693 > 3.090 (f tabel)	H3 diterima

Sumber: Data diolah dari SPSS 26.0

PEMBAHASAN

Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap Minat Penggunaan

Berdasarkan hasil uji statistik, maka dapat diambil keputusan bahwa hipotesis satu yang menyatakan “*performance expectancy* memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi Jago milik PT. Bank Jago Tbk.” diterima. Namun dalam hal ini variabel *performance expectancy* berpengaruh tidak signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi Jago. Hal ini sejalan dengan penelitian (Gunawan, 2014) yang menemukan bahwa persepsi akan harapan manfaat tidak berpengaruh secara langsung terhadap minat, melainkan berpengaruh secara tidak langsung melalui sikap. Responden menuntut akan manfaat lebih atas pengadaptasian teknologi bank digital untuk menarik minat penggunaan aplikasi Jago. Dimana pengguna ingin merasakan adanya efektifitas dan efisiensi dalam berbagai segi, mulai dari waktu, biaya, tenaga dan pikiran dalam penggunaan sistem yang diterapkan dalam proses penggunaan aplikasi online (Setyarko, 2016). Dengan menggunakan aplikasi Jago pengguna mendapatkan kemanfaatan yang lebih terintegrasi dengan ekosistem digital, sesuai dengan jagonnya #SelangkahLebihJago.

Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap Minat Penggunaan

Berdasarkan hasil uji statistik, maka dapat diambil keputusan bahwa hipotesis dua yang menyatakan “*effort expectancy* memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi Jago milik PT. Bank Jago Tbk.” diterima. Artinya, variabel *effort expectancy* berpengaruh positif dan sangat signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi Jago. Responden dominan merupakan golongan produktif, dengan pekerjaan yang beragam tentunya menuntut akan kemudahan dalam penggunaan aplikasi. Beralih menggunakan bank digital yang baru ada beberapa tahun belakangan ini, alih-alih bank konvensional yang sudah ada sejak lama tentunya membutuhkan sebuah keputusan yang matang dengan mempertimbangkan banyak aspek, baik kelebihan maupun kekurangannya. (Abrilia & Tri, 2020) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa sebuah layanan keuangan harus memberikan kemudahan dalam penggunaannya. Hal ini berarti menurut responden pada aplikasi Jago, Bank Jago memberikan petunjuk dan arahan yang mudah untuk dimengerti *user*. Melalui fitur-fitur yang tersedia pada Aplikasi Jago, Bank Jago berusaha untuk memberikan manfaat, kemudahan dan keamanan kepada para penggunanya.

Pengaruh *Performance Expectancy* dan *Effort Expectancy* terhadap Minat Penggunaan

Berdasarkan hasil uji statistik, maka dapat diambil keputusan bahwa hipotesis tiga yang menyatakan “*Performance Expectancy* dan *Effort Expectancy* Secara Simultan Memiliki Pengaruh Terhadap Minat penggunaan Aplikasi Jago milik PT. Bank Jago Tbk.” diterima. Hal ini menunjukkan bahwa bagaimana pengguna merasakan manfaat dan kemudahan dengan adanya sistem perbankan digital dapat menimbulkan minat penggunaan, dalam penelitian ini menimbulkan minat penggunaan aplikasi Jago. Melalui aplikasi Jago, nasabah dapat mengelola keuangan menjadi lebih mudah, kolaboratif, efektif serta efisien, sehingga pengguna dapat lebih berfokus dalam menjalani kegiatan sehari-harinya. Dalam hal ini, efisiensi kerja merupakan faktor yang ditekankan oleh Bank Jago. Dengan fitur personalisasi, pengguna dapat mengatur aplikasi sesuai selera personal. Bank Jago dikembangkan untuk menjadi pionir keuangan digital di Indonesia. Melalui fitur-fitur yang tersedia pada Aplikasi Jago, Bank Jago berusaha untuk memberikan manfaat, kemudahan dan keamanan kepada para penggunanya. Fitur Kantong Jago, yaitu fitur agar Keuangan pengguna bisa menjadi lebih teratur dan sehat, yakni dengan melalui membuat anggaran, tersedia juga fitur Kantong Nabung yang bisa menjadi solusi untuk pengguna menabung dengan membuat ‘pos tabungan’ sesuai dengan tujuannya. Fitur Rencanakan yang memberikan kemudahan bagi penggunanya yang ingin mengatur auto debet atas pembayaran

sejumlah tagihan yang sama setiap bulannya. Untuk segi keamanan, Bank Jago memiliki beberapa fitur unggulannya, yaitu, Fitur autentikasi dua faktor, fitur yang memastikan bahwa pengguna adalah satu-satunya orang yang bisa mengakses akun tersebut. Fitur autentikasi *biometric* yaitu sistem *log in* dengan menggunakan sidik jari pengguna. Pendaftaran perangkat terhubung dan notifikasi yaitu sebuah fitur untuk memantau aktivitas apa saja yang terjadi pada perangkat yang tersambung, jadi pengguna bisa langsung menghapus akses apabila ada aktivitas yang mencurigakan pada suatu perangkat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. *Performance expectancy* berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi Jago maka hipotesis satu diterima. Namun *performance expectancy* berpengaruh tapi tidak secara signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi Jago. Hal ini berarti dalam pengadaptasian suatu sistem pembayaran digital, dalam penelitian ini aplikasi Jago, seseorang mempertimbangkan aspek harapan akan kerja yang akan ia rasakan, namun bukan merupakan aspek yang besar yang akhirnya menimbulkan minat dalam menggunakan aplikasi tersebut.
2. *Effort expectancy* berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi Jago maka hipotesis dua diterima. Hal tersebut berarti semakin besar kemudahan yang pengguna rasakan saat menggunakan aplikasi Jago maka minat penggunaan akan semakin naik, begitu pula sebaliknya semakin kecil kemudahan yang pengguna rasakan saat menggunakan aplikasi Jago maka minat penggunaan akan semakin menurun.
3. *Performance expectancy* dan *effort expectancy* berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi Jago milik Bank Jago maka hipotesis tiga diterima. Hal tersebut berarti semakin besar efektifitas dan efisiensi kerja dan kemudahan yang pengguna rasakan saat menggunakan aplikasi Jago maka minat penggunaan akan semakin naik, begitu pula sebaliknya semakin kecil efektifitas dan efisiensi kerja dan kemudahan yang pengguna rasakan saat menggunakan aplikasi Jago maka minat penggunaan akan semakin menurun.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N. D., & Tri, S. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(3), 1006–1012.
- Cuesta, C., Ruesta, M., Tuesta, D., & Urbiola, P. (2015). The digital transformation of the banking industry. *Digital Economy Watch*, August 2015, 1–10. www.bbva-research.com
- Finder.com. (2021). *Pengguna Bank Digital di Indonesia Diproyeksi Capai 748 Juta pada 2026*. <https://databoks.katadata.co.id/>. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/07/pengguna-bank-digital-di-indonesia-diproyeksi-capai-748-juta-pada-2026>
- Gunawan, A. (2014). Aplikasi Technology Acceptance Model Pada Minat Nasabah Untuk Menggunakan Internet Banking. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 3(2). <https://doi.org/10.21831/nominal.v3i2.2695>
- Jogiyanto. (2017). *Sistem Informasi Keberlakuan*.
- Mutlu, M., & Der, A. (2017). Unified theory of acceptance and use of technology: The adoption of mobile messaging application. *Megatrend Revija*, 14(1), 169–186. <https://doi.org/10.5937/megrev1701169m>
- Pisheila Pratiwi, D. (2012). *Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan pengalaman terhadap perilaku penggunaan*.
- Rahmadi, N. A. B. (2016). Metodologi Penelitian Ekonomi. *Febi Uin-Su Press*.
- Rema, Y. O. L., & Setyohadi, D. B. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan mobile

- banking studi kasus : BRI Cabang Bajawa. *Seminar Riset Teknologi Informasi*, 114–122.
- Ricky Oktavenus. (2019). Analisis Pengaruh Transformasi Digital Dan Pola Perilaku Konsumen Terhadap Perubahan Bisnis Model Perusahaan Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(5), 44–48.
- Romdhoni, A. H., Tho'in, M., & Wahyudi, A. (2017). Sistem Ekonomi Perbankan Berlandaskan Bunga (Analisis Perdebatan Bunga Bank Termasuk Riba Atau Tidak). *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 13(01). <https://doi.org/10.29040/jap.v13i01.190>
- Sari, S. P., & Cristiana, S. (2022). Penerapan Model UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Pada Masa Pandemi Berbasis Data *Prosiding HUBISINTEK, March 2020*, 698–706. <http://ojs.udb.ac.id/index.php/HUBISINTEK/article/view/1450><http://ojs.udb.ac.id/index.php/HUBISINTEK/article/download/1450/1171>
- Setyarko, Y. (2016). ANALISIS PERSEPSI HARGA, PROMOSI, KUALITAS LAYANAN, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SECARA ONLINE. *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*.
- Shafly, N. A. (2020). Penerapan Model UTAUT2 Untuk Menjelaskan Behavioral Intention Dan Use Behavior Penggunaan Mobile Banking Di Kota Malang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). CONSUMER ACCEPTANCE AND USE OF INFORMATION TECHNOLOGY: EXTENDING THE UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178.

Pengaruh *Financial Attitude*, Literasi Keuangan, dan *Risk Tolerance* terhadap Keputusan Investasi di Aplikasi Bibit (Studi Kasus Generasi Milenial Jabodetabek)

Sarah Al-Qibthya¹⁾, Mia Andika Sari²⁾

¹⁾Politeknik Negeri Jakarta, Sarah Al-Qibthya, sarah.al-qibthya.ak.18@mhs.pnj.ac.id

²⁾Politeknik Negeri Jakarta, Mia Andika Sari, mia.andikasari@akuntansi.pnj.ac.id

ABSTRACT

As technology advances, investing could have been done online, such as investing in online mutual funds. The surge in mutual fund investors in Indonesia has made many mutual fund platforms present, one of which is the Bibit application, which is a mutual fund-based fintech application with the most investors compared to other fintech applications. The millennial generation was chosen because the majority of mutual fund investors in Indonesia and also in Bibit application are that generation. This study aims to analyze the effect of financial attitudes, literacy and risk tolerance on investment decisions of the millennial generation of Bibit application in Jabodetabek. The sample used in this study were 100 respondents. This research method is quantitative associative and the data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The data collection technique used non-probability sampling with a purposive sampling approach. The results of the analysis show that financial attitudes, financial literacy and risk tolerance partially have a significant effect on investment decisions. In addition, financial attitudes, financial literacy and risk tolerance simultaneously have a significant effect on investment decisions.

Keywords: *Financial Attitude; Financial Literacy; Risk Tolerance; Mutual Fund; Investment Decision.*

ABSTRAK

Semakin majunya teknologi membuat investasi dapat dilakukan secara *online*, seperti berinvestasi di reksadana *online*. Melonjaknya investor reksadana di Indonesia membuat banyak *platform* reksadana hadir, salah satunya Aplikasi Bibit yang menjadi aplikasi *fintech* berbasis reksadana dengan investor terbanyak dibanding aplikasi *fintech* lainnya. Generasi milenial dipilih karena mayoritas investor reksadana di Indonesia dan juga di Aplikasi Bibit adalah generasi tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *financial attitude*, literasi keuangan dan *risk tolerance* terhadap keputusan investasi investor generasi milenial Aplikasi Bibit di Jabodetabek. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini ada sebanyak 100 responden. Metode penelitian ini adalah asosiatif kuantitatif dan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Teknik pengumpulan data menggunakan *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Hasil analisis menunjukkan bahwa *financial attitude*, literasi keuangan dan *risk tolerance* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan investasi. Selain itu

¹ Sarah Al-Qibthya. E-mail: sarah.al-qibthya.ak18@mhs.pnj.ac.id

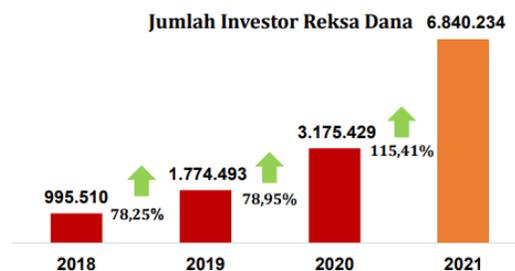
financial attitude, literasi keuangan dan *risk tolerance* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan investasi.

Kata-Kata Kunci: Literasi Keuangan; Sikap Keuangan; Toleransi Risiko; Reksadana; Keputusan Investasi.

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Salah satu dampak positif dari digitalisasi di dunia terutama pada sektor ekonomi adalah adanya kemudahan dalam berinvestasi secara *online* lewat aplikasi. Selain itu, saat ini sudah banyak *financial technology (fintech)* yang ada di Indonesia. Banyak perusahaan yang bertanding dalam menciptakan aplikasi saham dan reksadana *online* terbaik yang dapat memudahkan investor untuk berinvestasi dengan efisien dan dapat diakses dari mana saja. Terlebih dari data Otoritas Jasa Keuangan, jumlah Agen Penjual Reksa Dana (APERD) selama 5 tahun sejak dari tahun 2017 hingga 2021 terus mengalami tren kenaikan. Sebelumnya pada tahun 2017 hanya ada 36 APERD dan pada tahun 2021 sudah ada 76 APERD. Tren kenaikan APERD ini juga sejalan dengan tren kenaikan jumlah investor reksa dana di Indonesia yang dilihat dari data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI). Sejak tahun 2018 hingga 2021 jumlah investor reksa dana di Indonesia terus mengalami kenaikan yang dapat dilihat di gambar berikut:



Gambar 1. Tren Kenaikan Jumlah Investor Reksa Dana 2018-2021
Sumber: Kustodian Sentral Efek Indonesia (2021)

Selanjutnya melihat dari demografi investor reksa dana pada data KSEI, yang mendominasi sebagai investor di reksa dana merupakan kelompok yang berumur ≤ 30 tahun dan kelompok yang berumur 31 tahun – 40 tahun. Kelompok ≤ 30 tahun ada sekitar 60% dan kelompok yang berumur 31 tahun – 40 tahun sekitar 21%.



Gambar 2. Demografi Investor Individu Tahun 2021
Sumber: Kustodian Sentral Efek Indonesia (2021)

Kelompok-kelompok umur tersebut sedang berada di usia produktif dan menurut Badan Pusat Statistik (BPS) kelompok-kelompok tersebut merupakan generasi milenial yang lahir antara tahun 1981 - 1996. Sehingga generasi milenial juga lebih terbuka terhadap informasi-informasi terkait digitalisasi sektor keuangan. Terlebih *financial technology* sebagai tempat transaksi reksadana *online* telah banyak bermunculan di Indonesia. Seperti Aplikasi Bibit yang merupakan salah satu dari sekian banyak *platform* transaksi reksadana yang hadir di Indonesia.

Aplikasi Bibit adalah *platform* transaksi reksadana yang sangat dikenal oleh khalayak umum karena fitur-fiturnya yang sangat memudahkan investor sebagai pengguna dan juga iklan Aplikasi Bibit banyak dapat ditemui di berbagai media sosial. Berdasarkan Katadata.com (2021) juga menyatakan bahwa *platform* ini 90% penggunaannya merupakan generasi milenial.

Investasi merupakan hal yang penting dan bermanfaat bagi individu. Dengan berinvestasi maka seseorang dapat mendapat keuntungan di kemudian hari serta menjaga nilai modalnya dari gerusan inflasi dan berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya ada berapa faktor yang dapat mempengaruhi individu dalam mengambil keputusan investasi seperti *financial attitude*, literasi keuangan dan *risk tolerance*. Oleh karena itu dalam penelitian-penelitian terdahulu juga ditemukan *gap-gap* penelitian seperti pada jurnal penelitian Utsman (2021) *financial attitude* dapat berpengaruh terhadap keputusan investasi. Akan tetapi hal tersebut bertolak belakang dengan hasil di dalam jurnal penelitian Atmaningrum, dkk. (2021). Kemudian berdasarkan faktor literasi keuangan, pada penelitian yang dilakukan oleh Utsman (2021) literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan investasi akan tetapi hal tersebut bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Khairunizam (2019). Terakhir, berdasarkan faktor *risk tolerance*, pada penelitian Utsman (2021) dinyatakan bahwa *risk tolerance* berpengaruh terhadap keputusan investasi. Akan tetapi hal tersebut bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan Salvatore & Esra (2020).

RUMUSAN MASALAH

Pada saat pandemi yang menyebabkan inflasi meningkat dan pendapatan turun justru terjadi lonjakan investor reksadana di Indonesia. Selain itu padahal indeks literasi keuangan di Indonesia dilihat dari data Survei Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021-2025 oleh Otoritas Jasa Keuangan pada sektor pasar modal masih rendah dan hanya sebesar 5%. Selain itu berdasarkan data dari Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (2018), 52,7% generasi milenial adalah pekerja swasta yang mana peneliti mengasumsikan bahwa pendapatan generasi milenial minimal sebesar Upah Minimum Regional (UMR) di Jabodetabek tahun 2022 yaitu sekitar Rp 4,6 Juta. Padahal Jabodetabek merupakan kota-kota metropolitan yang besar di mana gaya hidup pada perkotaan biasanya tinggi sehingga menyebabkan pengeluaran di kota-kota tersebut juga tinggi. Dengan demikian, peneliti tertarik untuk melihat apakah ada pengaruh *financial attitude* yang merupakan pandangan terkait keuangan terhadap keputusan investasi ataukah generasi milenial hanya mencoba-coba dalam berinvestasi tanpa adanya landasan *financial attitude* tersebut. Selain itu, apakah literasi keuangan dan *risk tolerance* juga dimiliki generasi milenial dan berpengaruh terhadap keputusan investasi investor di Aplikasi Bibit. Terlebih pada penelitian-penelitian terdahulu telah ditemukan *empirical gap* yang merupakan perbedaan-perbedaan hasil dalam penelitian atas faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan investasi. Adanya *empirical gap* tersebut juga menjadikan alasan kuat bagi peneliti untuk dapat meneliti ulang pengaruh variabel *financial attitude*, literasi keuangan, dan *risk tolerance* terhadap keputusan investasi investor milenial Aplikasi Bibit di Jabodetabek.

TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang dan rumusalan masalah yang sudah dijelaskan di atas sebelumnya, maka adapun tujuan penelitiannya ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui *Financial attitude* berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Investasi investor milenial di Aplikasi Bibit di Jabodetabek.
2. Untuk mengetahui Literasi Keuangan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Investasi investor milenial di Aplikasi Bibit di Jabodetabek.
3. Untuk mengetahui *Risk Tolerance* berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Investasi investor milenial Aplikasi Bibit di Jabodetabek.
4. Untuk mengetahui *Financial attitude*, Literasi Keuangan dan *Risk Tolerance* berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Investasi investor milenial di Aplikasi Bibit di Jabodetabek.

2. TINJAUAN LITERATUR

Teori Perilaku yang Direncanakan (*Planned Behavior Theory*)

Teori ini adalah teori yang dicetuskan oleh Ajzen (1991) berdasarkan pengembangan dari Teori *Reasoned Action* yang dikemukakan oleh Ajzen dan Fishbein (1975) yang memiliki konstruk baru yaitu persepsi kendali perilaku. Menurut Ashidiqi & Arundina dalam Salisa (2021), teori ini menjelaskan perilaku individu dapat diprediksi berdasarkan minat untuk melakukan perilaku. Minat tersebut pun dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu sikap, norma subjektif, dan kendali perilaku yang didukung oleh tujuan atas perilakunya. Sehingga teori ini mendasari pengaruh *Financial Attitude* terhadap keputusan investasi.

Financial Attitude

Menurut Tang (1995) *financial attitude* merupakan pandangan, pendapat, dan penilaian pribadi seseorang mengenai keuangan dan berperan besar pada manajemen serta keputusan terkait keuangan seseorang. Menurut Pankow (2003) *Financial attitude* merupakan keadaan pikiran, pendapat, dan penilaian pribadi yang berdasarkan tendensi psikologis terkait keuangan.

Teori Utilitas (*Expected Utility Theory*)

Teori utilitas yang diharapkan atau *expected utility theory* merupakan teori yang dicetuskan oleh Neumann & Morgenstern (1947). *Expected utility theory* merupakan sebuah pendekatan pengambilan keputusan rasional yang menyatakan bahwa manusia mengambil keputusan berdasarkan pertimbangan keuntungan maksimal yang diperoleh dari keputusan yang diambil. Terkait dengan teori ini, investor sebagai pembuat keputusan harus memiliki pengetahuan atau informasi, keyakinan, dan keterampilan mengenai analisis *return* yang diharapkan dan *risk* atas *asset* yang mau dipilih untuk dimasukkan ke dalam portfolio investasi. Sehingga teori ini mendasari pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan investasi.

Literasi Keuangan

Organisasi untuk Kerjasama Ekonomi dan Pembangunan (OECD) dalam Zahida (2021) menjelaskan bahwa literasi keuangan adalah pengetahuan tentang konsep serta bakat, dorongan, dan kepercayaan diri untuk memakai pemahaman dan ilmu terkait ekonomi untuk membuat keputusan keuangan yang bijaksana untuk meningkatkan kesejahteraan keuangan masyarakat dan memungkinkan mereka untuk terlibat dalam kehidupan ekonomi. Literasi keuangan individu dinilai berdasarkan pengetahuan dan penerapannya pada aspek pengetahuan keuangan secara umum, tabungan, asuransi dan investasi.

Teori Prospek (*Prospect Theory*)

Prospect theory adalah teori yang dikemukakan oleh Kahneman dan Tversky (1979). Teori ini menjelaskan bahwa seorang individu dalam membuat keputusan dalam kondisi yang tidak pasti, tidak selalu dilandasi perilaku rasional seperti keterlibatan emosi. Seperti pada investor yang memiliki tingkat keberanian atau ketakutan dalam menghadapi risiko yang berbeda-beda di setiap alternatif investasi. Sehingga teori ini mendasari pengaruh *risk tolerance* terhadap keputusan investasi.

Risk Tolerance

Menurut Kannadhasan dalam Covey (2022) mendefinisikan *risk tolerance* sebagai kesiapan investor dalam menerima penurunan nilai investasi dan kerugian yang berbeda dari yang diekspektasikan. Sedangkan Juniantasari (2021) mendefinisikan *risk tolerance* sebagai kesiapan dan besar kemauan investor untuk menerima risiko yang mungkin terjadi di masa depan pada alternatif investasi yang sudah terpilih.

Keputusan Investasi

Menurut Ilham, dkk. (2020:19) keputusan investasi adalah dana yang sudah disisihkan untuk dipakai agar mendapat keuntungan dengan nilai yang lebih besar dari sejumlah nominal yang telah dipakai untuk berinvestasi kelak di kemudian hari. Keputusan investasi juga merupakan proses yang berkesinambungan dan berjalan secara terus-menerus sampai mencapai tujuan dan keuntungan yang sudah diharapkan.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kuantitatif di mana jenis tersebut dapat digunakan antar dua variabel atau lebih. Objek penelitian ini meliputi tiga variabel independen dalam penelitian ini yaitu *financial attitude*, literasi keuangan, dan *risk tolerance*. Penelitian ini memakai data primer bersumber dari 100 sampel yang diambil dengan metode *purposive sampling* sehingga memiliki kriteria yaitu Warga Negara Indonesia yang sudah berinvestasi di Aplikasi Bibit setidaknya selama 3 bulan dan berkelahiran pada tahun 1981-1996. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda yang diolah dengan SPSS 26.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Instrumen Data

Uji instrumen data pada sebuah penelitian yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui *item-item* pada kuesioner dapat diandalkan atau tidak dalam mengukur sebuah variabel yang digunakan dalam sebuah penelitian untuk meminimalisir bias yang terjadi (Hardono dkk., 2020:116). Dalam penelitian ini uji instrumen dilakukan dengan data primer yang diambil dari 30 sampel. Responden dalam uji instrumen ini merupakan generasi milenial kelahiran tahun 1981-1996.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Indikator	r-hitung	Cronbach's Alpha
	X1.1	0.816	0.882

<i>Financial attitude</i>	X1.2	0.709	
	X1.3	0.877	
	X1.4	0.779	
	X1.5	0.549	
	X1.6	0.671	
Literasi Keuangan	X2.1	0.680	0.876
	X2.2	0.795	
	X2.3	0.501	
	X2.4	0.598	
	X2.5	0.652	
	X2.6	0.501	
	X2.7	0.737	
	X2.8	0.598	
	X2.9	0.538	
	X2.10	0.440	
<i>Risk Tolerance</i>	X3.1	0.512	0.808
	X3.2	0.594	
	X3.3	0.712	
	X3.4	0.534	
	X3.5	0.631	
	X3.6	0.597	
Keputusan Investasi	Y1.1	0.730	0.813
	Y1.2	0.785	
	Y1.3	0.626	
	Y1.4	0.728	
	Y1.5	0.615	

Sumber: Data diolah, 2022

Setiap *item* pada penelitian dikatakan valid apabila hasil *r*-hitungnya lebih besar daripada *r*-tabel yang mana nilai *r*-tabel pada penelitian ini adalah 0,361. Kemudian sebuah variabel dinyatakan reliabel apabila hasil nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6. Dapat dilihat pada tabel 1, seluruh item memiliki *r*-hitung lebih besar daripada 0,361 dan setiap variabel memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih besar daripada 0,6 maka, dinyatakan bahwa kuesioner penelitian ini valid dan reliabel sehingga dapat digunakan pada penelitian yang sebenarnya.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji ini dilakukan karena uji asumsi klasik merupakan syarat sebelum dilakukannya analisis regresi dan untuk memenuhi syarat tersebut sebelumnya data harus lolos dalam uji normalitas, multikolinieritas dan heteroskedastisitas.

Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan Uji Kolmogorov-Smirnov untuk mengetahui apakah data primer yang terkumpul terdistribusi normal atau tidak.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

	<i>Unstandardized Residual</i>
N	100
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,8

Sumber: Data diolah, 2022

Dapat dilihat pada tabel 2 di atas hasil dari *Asymp. Sig.* sebesar 0,8. Nilai tersebut sudah memenuhi syarat dari uji normalitas Kolmogorov-Smirnov di mana nilai signifikansi harus lebih besar dari 0,05. Sehingga dinyatakan bahwa data primer terdistribusi normal.

Hasil Uji Multikolinearitas

Dalam model regresi baik, tidak boleh ada korelasi antara dua atau lebih variabel independen untuk itu uji multikolinearitas dilakukan untuk memeriksa apakah ada korelasi atau tidak.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

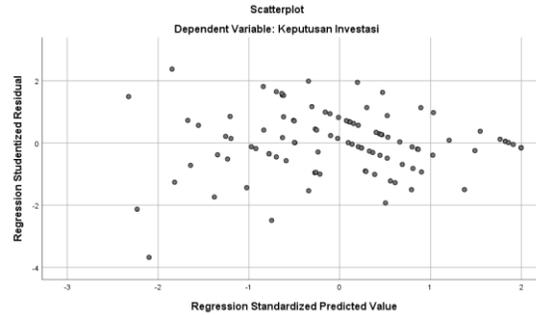
Variabel	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	VIF
<i>Financial Attitude</i>	0,695	1,439
Literasi Keuangan	0,500	1,998
<i>Risk Tolerance</i>	0,568	1,760

Sumber: Data diolah, 2022

Dapat dilihat pada tabel 3 bahwa setiap variabel independen yang ada di penelitian ini memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10 yang berarti syarat dari uji multikolinearitas sudah terpenuhi. Sehingga dinyatakan bahwa variabel di penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Suatu model regresi dikatakan baik apabila hasil datanya tidak mengalami heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini dilakukan dengan mengamati grafik Scatter-Plot dengan tujuan untuk mengetahui apakah ada ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.



Gambar 3. Hasil Grafik Scatter-Plot
Sumber: Data diolah, 2022

Dapat dilihat pada gambar 3, titik-titik pada grafik tidak berkumpul pada satu angka serta menyebar di atas dan bawah angka 0 yang berarti syarat dari uji heteroskedastisitas ini sudah terpenuhi. Sehingga dinyatakan bahwa data di penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen dalam penelitian ini yaitu, *financial attitude*, literasi keuangan dan *risk tolerance* terhadap variabel keputusan investasi memiliki arah hubungan yang positif atau negatif. Selain itu uji ini dilakukan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen tanpa pengaruh variabel independen.

Tabel 4. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model		<i>Unstandardized Residual</i>	
		B	<i>Std. Error</i>
1	<i>(Constant)</i>	1,654	2,012
	<i>Financial Attitude</i>	0,247	0,087
	Literasi Keuangan	0,235	0,047
	<i>Risk Tolerance</i>	0,147	0,067

Sumber: Data diolah, 2022

Dapat dilihat pada tabel 4 bahwa masing-masing nilai koefisien dari variabel *financial attitude*, literasi keuangan dan *risk tolerance* memiliki nilai positif sehingga dapat dinyatakan bahwa setiap variabel independen di penelitian ini memiliki arah hubungan positif terhadap variabel keputusan investasi. Selain itu pada tabel 4 terlihat bahwa nilai variabel dependen keputusan investasi pada penelitian tanpa pengaruh dari variabel independen memiliki nilai sebesar 1,654.

Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji T (Parsial)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen pada penelitian ini memiliki pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap variabel dependen keputusan investasi atau tidak.

Tabel 5. Hasil Uji T (Parsial)

Variabel	T	Sig.
<i>Financial attitude</i>	6,750	0,000
Literasi Keuangan	10,144	0,000
<i>Risk Tolerance</i>	7,355	0,000

Sumber: Data diolah, 2022

Dapat dilihat pada tabel 5 bahwa nilai T-hitung atas setiap variabel independen penelitian ini memiliki nilai lebih besar daripada t-tabel yang sudah ditentukan berdasarkan 100 sampel yang digunakan yaitu sebesar 1,985. Selain itu, nilai signifikansi setiap variabel independen pada penelitian ini memiliki nilai 0,00. Syarat untuk dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen adalah nilai signifikansi pengolahan harus lebih kecil daripada 0,05. Oleh karena itu, dari hasil ini dinyatakan bahwa setiap variabel independen pada penelitian ini berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap variabel keputusan investasi.

Hasil Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel *financial attitude*, literasi keuangan dan *risk tolerance* secara bersama-sama terhadap variabel keputusan investasi.

Tabel 6. Hasil Uji F Simultan

Variabel	F	Sig.
1 <i>Regression</i>	43,790	0,000

Sumber: Data diolah, 2022

Dapat dilihat pada tabel 6 bahwa hasil F-hitung sebesar 43,790. Angka tersebut telah memenuhi syarat uji F yaitu F-hitung harus lebih besar daripada F-tabel, di mana pada penelitian ini nilai F-tabel dengan 100 sampel adalah 2,70. Selain itu nilai signifikansi pada tabel 6 di atas juga memiliki nilai 0,00. Syarat untuk dapat dikatakan bahwa seluruh variabel berpengaruh signifikan adalah nilai signifikansi pengolahan harus lebih kecil daripada 0,05. Oleh karena itu, dari hasil ini dinyatakan bahwa seluruh variabel independen pada penelitian ini berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Uji ini dilakukan untuk memperkirakan seberapa besar persentase seluruh variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen dan untuk presentase sisanya menjelaskan bahwa variabel dependen dipengaruhi oleh variabel yang tidak digunakan dalam penelitian.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R ²	Adjusted R ²
1	0,760	0,578	0,565

Sumber: Data diolah, 2022

Dapat dilihat pada tabel 7 bahwa nilai adjusted R² adalah 0,565. Hal tersebut berarti seluruh variabel independen dalam penelitian ini yaitu *financial attitude*, literasi keuangan dan *risk tolerance* memiliki pengaruh sebesar 56,5% terhadap variabel dependennya yaitu keputusan investasi.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data beserta analisis yang sudah dilakukan adapun kesimpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. *Financial attitude* dapat mempengaruhi keputusan investasi secara parsial dan signifikan, serta memiliki hubungan yang positif searah. Hasil ini menunjukkan apabila pandangan terkait keuangan seseorang semakin positif, maka juga akan positif menambah pengambilan keputusan investasi
2. Literasi keuangan dapat mempengaruhi keputusan investasi secara parsial dan signifikan serta memiliki hubungan yang positif searah. Hasil ini menunjukkan apabila individu memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi maka akan membuat pengambilan keputusan dalam berinvestasi juga tinggi.
3. *Risk tolerance* dapat mempengaruhi keputusan investasi secara parsial dan signifikan serta memiliki hubungan positif searah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi toleransi risiko yang dimiliki oleh investor, akan semakin mempengaruhi pengambilan keputusan dalam berinvestasi.
4. *Financial attitude*, literasi keuangan, dan *risk tolerance* dapat mempengaruhi keputusan investasi secara bersama-sama (simultan) dan signifikan.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini juga ada beberapa saran untuk beberapa pihak yaitu sebagai berikut.

1. Untuk calon investor sebaiknya meningkatkan literasi keuangan sebelum berinvestasi, dan terus mengikuti berita terkait ekonomi di Indonesia. Serta selalu memilih *platform* investasi *online* yang sudah diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).
2. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan beberapa variabel lain seperti *herding behavior*, *overconfidence*, *mental accounting*, dan lain-lain. Serta memperluas cakupan populasi penelitian dan mengganti objek penelitian seperti memilih aset kripto.

DAFTAR PUSTAKA

- Adityandani, W., & Haryono, N. A. (2019). Pengaruh demografi, financial attitude, financial knowledge, dan suku bunga terhadap perilaku menabung masyarakat Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(2), 316-326.
- Atmaningrum, S., Kanto, D. S., & Kisman, Z. (2021). Investment Decisions: The Results of Knowledge, Income, and Self-Control. *Journal of Economics and Business*. 4(1).
- Covey, C. (2022). Impact of Risk Perception and Risk Tolerance on Investment Portfolio Decisions

- Hardono, dkk., "Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif". CV. Pustaka Ilmu Group: Yogyakarta, 2020.
- Ilham, R., Fachrudin, K. A., Sinurat, M., & Khaddafi, M. (2020). *Manajemen Investasi: (Legal Investment Versus Fake Investment)*. Sukabumi: CV. Jejak.
- KSEI. (2021). *Statistik Pasar Modal Indonesia - Desember 2021*. Jakarta: KSEI.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021 - 2025*. Jakarta: OJK.
- Pankow, D. (2003). Financial Values, Attitudes, and Goals. 1-4.
- Pradhana, R. W. (2018). Pengaruh financial literacy, cognitive bias, dan emotional bias terhadap keputusan investasi (Studi pada investor Galeri Investasi Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(3), 108-117
- Salvatore, T., & Esra, M. A. (2021). Pengaruh Overconfidence, Herding, Regret Aversion, Dan Risk Tolerance Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Investor. *Jurnal Manajemen*, 10(1), 48-56.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Salisa, N. R. (2021). Faktor yang Mempengaruhi Minat Investasi di Pasar Modal: Pendekatan Theory of Planned Behaviour (TPB). *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 9(2), 182
- Tang, T. P. (1995). The development of a short money ethic scale: Attitudes toward money and pay satisfaction revisited. *Personality and Individual Differences*. 19, 809-816.
- Utsman, M. A. (2021). Analisis Pengaruh Risk Tolerance, Financial attitude, Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Investasi Saham Syariah (Studi Kasus: Investor Millennial). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2).

Persepsi Investor Milenial Dalam Intensi Pemilihan Saham Perbankan *Bluechip* (LQ45)

Fadil Muhamad¹⁾, Tetty Rimenda²⁾

¹⁾Program Studi Keuangan Perbankan dan Terapan, fadil.muhamad.ak18@mhs.w.pnj.ac.id, Politeknik Negeri Jakarta, Kampus UI, 16411, Depok, Indonesia

²⁾Politeknik Negeri Jakarta, tetty.rimenda@akuntansi.pnj.ac.id, Politeknik Negeri Jakarta, Kampus UI, 16411, Depok, Indonesia

ABSTRACT

This study aims to examine the perceptions that encourage young investors to choose stocks as an investment vehicle. banking bluechip stocks (LQ45) which became one of the leading stocks in the capital market. Volume of bluechip stocks (LQ45) in the capital market which is only around 20% or it can be said to be lower than other stocks. The presence of this bluechip stock is a solution for investors in investing in the long term to prepare for the possibilities that could happen. Millennial investors are the majority in the capital market today with the number of registered members reaching 7,489,337 people to date. Therefore, the phenomenon of millennial investors is important to study in order to find out the cause of the increase in trading volume of bluechip (LQ45) in the capital market. This study uses data analysis methods Partial Least Squares-Structural Equation Modeling analysis techniques (SEM-PLS) with the help of the SmartPLS application version 3. This study uses primary data to 120 respondents with the criteria of having had investment learning and stock trading before. This type of research is descriptive using quantitative methods using a Likert scale. The results showed that the perception of risk, return, and company value significantly influence the intention of millennial investors in choosing bluechip stocks (LQ45). With the perception of risk is the thing that has the greatest influence (dominant) compared to return and nilai perusahaan with the highest coefficient value.

Keywords: Risk persepsion, Return persepsion, Company value, Intention, and Bluechip Bank Shares (LQ45)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti persepsi yang mendorong para investor muda dalam memilih saham sebagai sarana investasi. Adapun studi kasus dilakukan pada saham perbankan bluechip (LQ45) yang menjadi salah satu saham unggulan yang ada di pasar modal. Volume perdagangan saham perbankan bluechip (LQ45) di pasar modal yang hanya berkisar diangka 20% atau dapat dikatakan lebih rendah dibandingkan saham-saham lain. Kehadiran saham bluechip ini merupakan sebuah solusi untuk para investor dalam melakukan investasi dalam jangka panjang guna mempersiapkan kemungkinan yang bisa saja terjadi. Investor milenial merupakan mayoritas di pasar modal saat ini dengan angka anggota yang terdaftar mencapai 7.489.337 orang sampai saat ini. Oleh karena itu, fenomena investor milenial ini menjadi penting untuk diteliti agar mengetahui penyebab tidak meningkatnya volume perdangan saham perbankan bluechip (LQ45) di pasar modal. Penelitian ini menggunakan metode analisis data Partial Least Squares-Structural Equation Modeling analysis techniques (SEM-PLS) dengan bantuan aplikasi SmartPLS versi 3. Penelitian ini menggunakan data primer kepada 120 responden dengan kriteria telah memiliki pembelajaran investasi dan bertransaksi saham sebelumnya. Jenis penelitian yang dilakukan adalah deskriptif dengan menggunakan metode kuantitatif menggunakan skala Likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi

risiko, return, dan nilai perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap intensi investor milenial dalam memilih saham perbankan bluechip (LQ45). Dengan persepsi risiko merupakan hal yang paling besar pengaruhnya (dominan) dibanding return dan nilai perusahaan dengan nilai perusahaan koefisien tertinggi.

Kata-Kata Kunci: Persepsi risiko, Persepsi return, Persepsi nilai perusahaan, Intensi, dan Saham Perbankan Bluechip (LQ45).

¹ Corresponding author. E-mail: fadil.muhamad.ak18@mhs.wpnj.ac.id

1. PENDAHULUAN

Setiap investor memiliki persepsi tentang apa yang dilihat, dipikirkan, dan disarankan. Hal tersebut menjadi bukti bahwa persepsi menentukan apa yang akan dilakukan oleh seorang investor untuk menjalankan berbagai kepentingannya baik untuk dirinya sendiri, maupun orang lain. Persepsi inilah yang menjadi pembeda antara investor satu dengan yang lainnya. Persepsi sendiri berasal dari kongkritasi pemikiran, kemudian menciptakan sebuah konsep atau pemikiran atau ide yang berbeda satu dengan yang lainnya meskipun objek yang dipandang sama dalam hal ini risiko, return, dan nilai perusahaan pada saham (Rahmadhani, 2015).

Perbedaan persepsi pada investor milenial yang pertama dan paling terlihat dari sisi toleransinya terhadap sebuah risiko yang akan dihadapi, Penelitian yang dilakukan oleh (Hikmah, 2020) menyatakan bahwa persepsi akan sebuah risiko di instrumen investasi khususnya saham akan mempengaruhi intensi seorang investor dalam melakukan investasi. Dalam dunia investasi khususnya saham terdapat tiga jenis investor yang biasa disebut Risk Taker, Risk Averter dan Moderat (bareksa.com). Risk Taker merupakan tipe investor yang berani mempertaruhkan dana atau modalnya ke dalam suatu sarana investasi yang memiliki resiko tinggi. Seorang risk taker dapat bergerak secara agresif dalam menempatkan modal besar yang dimiliki ke dalam instrumen dengan tingkat resiko tinggi sesaat setelah melakukan analisa sebelumnya (Rivan, 2020). Tipe risk taker ini biasanya tidak menyalurkan dana atau modalnya ke dalam saham bluechips atau saham LQ45, namun sebaliknya mereka lebih memilih menempatkan dana yang dimiliki ke dalam saham startup dan lainnya (Monica, 2019). Sementara untuk investor dengan tipe risk averter adalah seorang investor yang biasanya merupakan investor muda dan pemula dengan kecenderungan menghindari sarana investasi dengan resiko tinggi. Investor dengan tipe risk averter lebih memilih untuk menempatkan dana atau modalnya pada instrument investasi dengan return pasti dan rutin seperti saham bluechip atau LQ45 (Putri, 2020). Saham bluechip lebih direkomendasikan kepada investor dengan tipe risk averter karena saham LQ45 atau saham bluechip merupakan saham yang dikeluarkan oleh perusahaan besar, terkenal dan telah terbukti dalam kemampuannya menghasilkan laba dan pembagian deviden secara rutin (Husnan, 2015:23).

Namun perdagangan saham bluechip di pasar modal mengalami penurunan dalam jangka waktu tiga tahun terakhir, hal ini menunjukkan bahwa minat para investor untuk memiliki bluechip (LQ45) masih rendah. Namun penurunan saham bluechip pada sektor keuangan cenderung mengalami peningkatan dalam tiga tahun terakhir. Saham perbankan merupakan saham yang mendominasi dan paling menarik di sektor keuangan bagi investor (William, 2015). Oleh karena itu, untuk meningkatkan intensi memilih Saham Perbankan Bluechip (LQ45) khususnya saham perbankan dilakukan penelitian terhadap faktor-faktor yang mendorong intensi pemilihan saham perbankan yang termasuk ke dalam kategori bluechip (LQ45) khususnya bagi para investor milenial. Karena investor milenial memiliki jumlah masa yang mendominasi pasar modal. Diduga terdapat tiga persepsi yang akan mempengaruhi intensi pemilihan saham perbankan yang termasuk ke dalam kategori bluechip (LQ45) ini, diantaranya adalah persepsi risiko, return, dan nilai perusahaan. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengukur apakah persepsi risiko, return, dan nilai

perusahaan pada saham perbankan *bluechip* (LQ45) dapat mempengaruhi intensi berinvestasi para investor milenial.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Prospect Theory

Teori prospek diketahui sebagai konsep untuk menghindari dari sebuah risiko kerugian yang bisa saja muncul, dimana jika seseorang dihadapkan oleh dua pilihan dengan satu dihadapkan pada keuntungan potensial dan yang lainnya dalam hal kemungkinan kerugian, pilihan pertama yang akan dipilih. Selanjutnya dalam Tversky & Kahneman, (1986) bahwa jika seorang dihadapkan pada pilihan yang memiliki risiko yang mengarah kepada keuntungan, seorang individu yang lebih memilih untuk menghindari dari risiko disebut dengan *risk averse*, individu *risk averse* lebih memilih solusi yang mengarah pada utilitas yang diharapkan memiliki risiko yang lebih rendah tetapi dengan tingkat kepastian yang lebih tinggi

Theory Planned Behavior

Theory.Planned Behavior pertama.kali dikembangkan oleh.Ajzen.pada tahun 1988 untuk mengatasi kekurangan pada teori tindakan beralasan atau biasa dikenal dengan theory of reasoned action. Teori perilaku terencana (theory planned behavior) berdasarkan pada asumsi.jika manusia merupakan makhluk yang rasional dan menggunakan informasi yang mungkin untuknya, secara sistematis. Theory planned behavior mengarahkan kepada teori yang mengatakan bahwa perilaku adalah suatu fungsi dari sebuah informasi atau keyakinan yang terlihat mengenai perilaku tersebut.

Seorang individu bisa memiliki berbagai.macam keyakinan terhadap suatu perilaku, namun jika berhadapan pada suatu kejadian tertentu, hanya sebagian kecil dari keyakinan yang dimiliki tersebut yang timbul untuk mempengaruhi.perilaku. Dari Sebagian kecil keyakinan inilah yang menonjol dalam mempengaruhi perilaku individu. Tujuan individu dalam berperilaku didasari oleh tiga jenis pertimbangan yakni attitude.toward.behavior, subjective.norm, dan perceived.behavioral.control (Ajzen, 1991).

Signalling Theory

Menurut Graham dan Megginson (2010:493) teori signal merupakan teori yang menjelaskan tentang bagaimana seorang investor memiliki informasi yang sama dengan manajer suatu perusahaan tentang prospek perusahaan. Namun pada realitanya seorang manajer seringkali memiliki informasi yang lebih baik daripada para pemegang saham atau investor, hal ini disebut asimetris (tidak sejalan). Informasi yang tidak simetris merupakan suatu keadaan dimana tidak semua investor atau pemegang saham mendapatkan informasi tersebut. Fenomena tersebut akan terlihat jika manajemen tidak secara utuh menyampaikan semua informasi yang dimiliki tentang perusahaan, maka umumnya pasar akan merespon informasi tersebut sebagai suatu signal terhadap kejadian yang akan berdampak kepada nilai perusahaan perusahaan, nilai perusahaan saham , dan tercermin di harga saham perusahaan tersebut.

Intention to invest

Intention to invest membutuhkan sebuah proses yang memerlukan keterampilan yang cukup bagi para pelaku investasi yang terhubung langsung kepada kemampuan seorang investor dalam menerima dan mempelajari suatu informasi tentang keuangan dan non-keuangan, menerapkan pengetahuan tentang investasi baik secara fundamental dan teknikal, dan persepsi tentang return dan risiko yang akan diterima (Septyanto, 2013). Situasi tersebut akan berbanding lurus dengan tujuan investasi yang dilakukan oleh investor berdasarkan tingkat return yang diinginkan. Perbedaan pandangan ini disebabkan investor yang mempunyai pilihan berbeda berdasarkan return maupun risiko.

3. METODELOGI PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi risiko, *return*, dan nilai perusahaan terhadap intensi pemilihan saham perbankan *bluechip* (LQ45). Pada bagian sebelumnya berisikan teori-teori terkait studi yang akan dilakukan. Bagian ini akan menjelaskan secara rinci mengenai metode penelitian yang digunakan.

Data Penelitian

Jenis data penelitian ini merupakan data kuantitatif dengan sumber data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara *online* kepada responden. Pengambilan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan Teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria yaitu, investor milenial dengan rentang kelahiran 1980-2002 berdomisili Jabodetabek, serta pernah bertransaksi saham dan mendapatkan pembelajaran investasi saham sebelumnya.

Instrumen

Skala pengukuran penelitian ini persepsi risiko, *return*, dan nilai perusahaan. Responden diminta untuk memberikan jawaban terhadap pertanyaan yang mereka setuju, tidak setuju, atau netral berdasarkan persepsi mereka. Kuesioner dalam penelitian ini dibagi menjadi 3 bagian, bagian pertama berisikan tentang pertanyaan penyaringan. Bagian kedua berisikan tentang pertanyaan profil responden dalam bentuk demografi. Bagian ketiga berisikan berisikan 26 pertanyaan yang ditujukan untuk mengukur persepsi risiko, *return*, nilai perusahaan dan intensi pemilihan saham perbankan *bluechip* (LQ45). Setiap variabel diukur menggunakan skala likert, dimana pengukuran mulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju).

Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini analisis data memakai teknik pendekatan analisis kuantitatif dengan mengadopsi Partial Least Square (PLS). PLS adalah metode analisis yang kuat karena tidak bertumpu pada banyaknya pendapat, Abdullah (2015). Keistimewaan dari metode PLS ini antara lain data tidak harus berdistribusi normal multivariat, ukuran sampel tidak harus besar, dan PLS selain digunakan untuk memverifikasi teori yang ada, tetapi juga dapat digunakan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar variabel laten. Berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan, maka dalam penelitian ini analisis data statistik inferensial. Statistik inferensial, (statistik induktif atau statistik probabilitas, merupakan teknik statistik yang digunakan untuk melakukan analisis data sampel dan hasilnya ditetapkan untuk populasi, Sugiyono (2013). Analisis SEM adalah metode yang melakukan kombinasi antara analisis faktor dengan analisis kolerasi. Proses pengolahan data pada penelitian ini menggunakan aplikasi SmartPLS 3. Dan berikut merupakan langkah-langkah analisis data menggunakan SEM-PLS: Pada SEM-PLS memiliki dua tahapan yaitu *outer* model dan *inner* model. Outer model merupakan pengujian validitas serta reliabilitas guna menunjukkan bagaimana variabel manifest merepresentasi variabel laten untuk diukur. Nilai *outer loading* harus $>0,70$ dan *Average Variance Extracted* (AVE) harus $>0,5$ untuk membuktikan validitas. *Composite reliability* harus $> 0,7$ dan Alpha Cronbach harus $> 0,7$ untuk menunjukkan reabilitas. Sedangkan *inner* model dilakukan dengan tujuan untuk menjelaskan bagaimana pengaruh variabel laten terhadap variabel laten dependen yang diuji dengan menggunakan koefisien jalur dengan *bootstrapping* (*resampling method*).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

Penelitian melakukan riset terhadap 151 responden melalui penyebaran kuesioner secara online, setelah itu menyisihkan 31 responden yang tidak memahami tentang Return On Asset (ROA), Price to Earning Ratio (PER), dan Price to Book Value (PBV) pada saham sehingga didapatkan 120 responden. Data

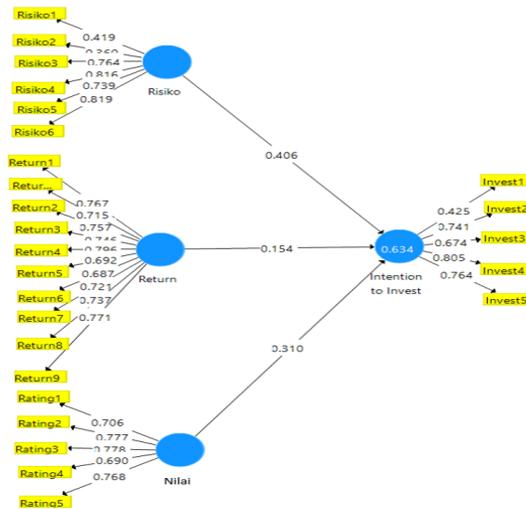
demografi responden ditemukan bahwa (68%) dan (32%) lainnya adalah laki-laki. Sementara untuk usia responden didominasi oleh 17-23 tahun (59%), dengan mayoritas bertempat tinggal di DKI Jakarta (40%). Sebanyak (49%) responden memiliki pendidikan terakhir SMA/ sederajat dan mayoritas masih berstatus mahasiswa/ pelajar (50%). Dengan penghasilan paling banyak sebesar Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000 perbulannya (36%), sehingga mereka sudah pernah melakukan transaksi saham minimal sekali (55%).

Studi ini dilakukan terhadap persepsi investor milenial dalam intensi pemilihan saham perbankan bluechip (LQ45), sehingga data yang akan diolah merupakan data dari responden yang memahami tentang investasi saham secara keseluruhan yaitu sebanyak 120 responden.

Hasil Uji SEM-PLS

1. Outer Model Evaluation

Evaluasi outer model dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas penelitian. Pengujian ini meliputi *convergent validity*, dan *composit reliability*. *Convergent validity* diukur dengan menggunakan parameter *outer loading*. Ukuran refleksif individual dapat dikatakan berkolerasi jika nilai lebih dari 0,7 dengan konstruk yang ingin diukur (Ghozali and Latan, 2015).



Gambar 1 Pengujian Model Pengukuran

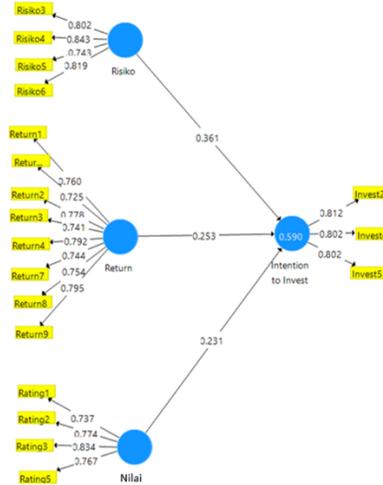
Dari hasil analisis model pengukuran diatas, diketahui bahwa manifest atau observed variabel merepresentasi variabel laten untuk diukur. *Convergent validity* diukur dengan menggunakan parameter *outer loading*. Ukuran refleksif individual dapat dikatakan berkolerasi jika nilai perusahaan lebih dari 0,7 dengan konstruk yang ingin diukur (Ghozali and Latan, 2015). Dari hasil analisis model pengukuran diatas, diketahui bahwa terdapat beberapa variabel manifest yang nilai perusahaan factor loading nya < 0,7 sehingga untuk memenuhi rule of thumb nya, maka variabel manifest yang nilai perusahaan nya < 0.4 harus di drop dari model. Berikut adalah nilai perusahaan loading factor seluruh variabel:

Table 1 Nilai Loading Factor Seluruh Variabel

Variabel	Indikator	Outer Loading		Keterangan
		Tahap 1	Tahap 2	
<i>Intention to Invest</i>	Intention1	0.4253		Drop
	Intention2	0.7405	0.8123	Valid

	Intention3	0.6740	Drop	
	Intention4	0.8046	0.8022	Valid
	Intention5	0.7644	0.8019	Valid
Persepsi Nilai perusahaan	Nilai 1	0.7058	0.7371	Valid
	Nilai 2	0.7775	0.7735	Valid
	Nilai 3	0.7783	0.8336	Valid
	Nilai 4	0.6902	Drop	
	Nilai 5	0.7677	0.7667	Valid
Persepsi Return	Return1	0.7671	0.7595	Valid
	Return2	0.7565	0.7779	Valid
	Return3	0.7464	0.7410	Valid
	Return4	0.7958	0.7923	Valid
	Return5	0.6923	Drop	
	Return6	0.6873	Drop	
	Return7	0.7205	0.7443	Valid
	Return8	0.7370	0.7541	Valid
	Return9	0.7711	0.7950	Valid
	Return10	0.7150	0.7250	Valid
Persepsi Risiko	Risiko1	0.4194	Drop	
	Risiko2	0.3603	Drop	
	Risiko3	0.7643	0.8023	Valid
	Risiko4	0.8160	0.8429	Valid
	Risiko5	0.7386	0.7425	Valid
	Risiko6	0.8192	0.8189	Valid

Berdasarkan tabel bahwa nilai perusahaan factor loading pada tahap 2 semua variabel manifest > 0.7 , maka tidak ada yang di keluarkan atau di drop. Artinya semua item secara valid mampu merefleksikan masing-masing variabel. Sehingga semua variabel manifest telah memenuhi kaidah-kaidah model pengukuran dan bisa dilanjutkan untuk pengujian selanjutnya. setelah melakukan estimasi ulang dengan mendrop beberapa variabel yang berada dibawah 0,7. Maka hasilnya dapat dilihat pada gambar 4.9 berikut:



Gambar 2 Pengujian Model Pengukuran Tahap 2

2. Composit Reliability

Selain melihat nilai perusahaan dari factor loading konstruk sebagai uji validitas, dalam model pengukuran juga dilakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi dan ketepatan instrumen dalam mengukur suatu konstruk. Dalam SEM-PLS dengan menggunakan SmartPLS 3, untuk mengukur reliabilitas suatu konstruk dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan Cronbach's Alpha dan Composite reliability. Namun, penggunaan Cronbach's Alpha untuk menguji reliabilitas suatu konstruk akan memberikan nilai perusahaan yang lebih rendah (under estimate) sehingga pada penelitian ini lebih memilih untuk menggunakan Composite Reliability. Berikut adalah hasil uji reliabilitas dan validitas setiap konstruk:

Table 2 Validitas dan Reliabilitas Konstruk

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
<i>Intention to Invest</i>	0.7304	0.8472	0.6488
Persepsi Nilai perusahaan	0.7830	0.8600	0.6061
Persepsi Return	0.8966	0.9169	0.5799
Persepsi Risiko	0.8156	0.8784	0.6440

Dari tabel 4.4 terlihat bahwa nilai perusahaan semua variabel dalam pengujian reliabilitas baik menggunakan Cronbach's Alpha ataupun Composite Reliability nilai perusahaannya > 0.7. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel yang diujikan valid dan juga reliabel, sehingga dapat dilanjutkan untuk menguji model struktural.

3. Inner Model Evaluation

Untuk memprediksi hubungan diantara variabel laten maka perlu dilakukan sebuah evaluasi terhadap model struktural (inner model). Dalam melakukan evaluasi terhadap model struktural perlu diperhatikan besar persentase varian yang akan dijelaskan adalah dengan memperhatikan nilai perusahaan R-Square untuk konstruk laten endogen, dan AVE untuk prediktabilitas dengan menggunakan prosedur re-sampling seperti jackknifing dan bootstrapping untuk mendapatkan stabilitas dari perkiraan.

Table 3 Nilai *R-Square Adjusted* Variabel Endogen

	R Square	R Square Adjusted
<i>Intention to Invest</i>	59.02%	57.96%

Dapat dilihat pada tabel 4.6 bahwa nilai perusahaan R-Square Adjusted yang diberikan terhadap *intention to invest* dari variabel persepsi risiko, return, dan nilai perusahaan adalah 57.96%, sehingga dapat diberikan interpretasi bahwa variabilitas *Intention to Invest* yang dapat dipaparkan oleh variabilitas konstruk persepsi risiko, return, dan nilai perusahaan yaitu sebesar 57.96% sementara itu untuk sisanya 42.04% diuraikan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Table 4 Path Coefficient Pengukuran Signifikansi

Hipotesis	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>	Keterangan
Persepsi Nilai perusahaan -> <i>Intention to Invest</i>	0.2310	0.1100	21.001	0.0361*	Signifikan
Persepsi Return -> <i>Intention to Invest</i>	0.2525	0.1422	17.752	0.0763*	Signifikan
Persepsi Risiko -> <i>Intention to Invest</i>	0.3608	0.1196	30.179	0.0026*	Signifikan

Keterangan: *) signifikan alpha 10% (t-hitung > t tabel 1,645)

Penelitian ini menggunakan uji signifikansi 10% bukan 5% karena dalam penelitian ini untuk menghasilkan adanya variabel yang signifikan jika menggunakan signifikansi 5% tidak menemukan variabel yang signifikan karena p value > 0,05 karena lebih besar makanya hasilnya tidak signifikan oleh karena itu menggunakan tingkat signifikansi 10%. Berdasarkan hasil path coefficient yang terdapat pada tabel diatas yaitu menunjukkan bahwa seluruh hipotesis signifikan. Risiko signifikan terhadap *Intention to Invest* dengan nilai perusahaan probabilitas (0.026) lebih kecil dari alpha 10% dan besar coef 0.3608 paling besar pengaruhnya terhadap *Intention to Invest*. Return signifikan terhadap *Intention to Invest* dengan nilai perusahaan probabilitas (0.0763) lebih kecil dari alpha 10% dan besar coef 0.2525 pengaruhnya positif terhadap *Intention to Invest*. Nilai perusahaan signifikan terhadap *Intention to Invest* dengan nilai perusahaan probabilitas (0.0361) lebih kecil dari alpha 10% dan besar coef 0.2310 pengaruhnya positif terhadap *Intention to Invest*.

PEMBAHASAN

Penelitian ini menguji persepsi risiko, return, dan nilai perusahaan terhadap intensi pemilihan saham perbankan bluechip pada investor milenial. Berdasarkan hasil uji yang dilakukan ditemukan bahwa persepsi risiko berpengaruh secara signifikan terhadap intention to invest. Hal ini menandakan bahwa para investor milenial menilai perusahaan bahwa saham perbankan bluechip (LQ45) memiliki tingkat risiko yang rendah sehingga dapat dijadikan sarana investasi dalam jangka panjang. Hasil ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Braley (2012) yang menyatakan bahwa risiko dalam investasi adalah faktor yang sangat penting dalam melakukan penempatan pada instrument investasi, sama seperti return dari hasil melakukan investasi. Para investor milenial menilai perusahaan bahwa tingkat risiko yang ada pada saham perbankan bluechip ini sangat cocok untuk mereka yang menginginkan sebuah sarana investasi untuk jangka panjang tanpa harus memantau setiap hari agar dapat mempersiapkan cadangan keuangan dimasa yang akan datang. Hal tersebut menimbulkan intensi para investor milenial untuk memiliki saham perbankan bluechip (LQ45)

Persepsi return berpengaruh secara signifikan terhadap intention to invest. Hal ini menandakan bahwa para investor milenial menilai perusahaan bahwa saham perbankan bluechip (LQ45) memiliki tingkat return yang tinggi sehingga dapat dijadikan sarana investasi yang menguntungkan dimasa depan. Hasil ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Wicaksono (2017) yang menyatakan bahwa dalam investasi adalah faktor return merupakan tujuan utama seorang investor dalam melakukan investasi dengan juga mempertimbangkan risiko yang akan dihadapi. Para investor milenial menilai perusahaan bahwa tingkat return yang ada pada saham perbankan bluechip ini sangat cocok untuk mereka yang menginginkan sebuah sarana investasi untuk jangka panjang karena pertumbuhan harga serta dividen yang ditawarkan saham perbankan bluechip (LQ45) ini cukup tinggi dibandingkan saham-saham lain. Hal tersebut menimbulkan intensi para investor milenial untuk memiliki saham perbankan bluechip (LQ45).

Persepsi nilai perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap intention to invest. Hal ini menandakan bahwa para investor milenial menilai perusahaan bahwa saham perbankan bluechip (LQ45) memiliki tingkat nilai perusahaan yang tinggi sehingga dapat dipastikan bahwa saham tersebut merupakan saham terbaik dikelasnya. Namun hasil ini tidak selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayat (2017) yang menyatakan bahwa dalam memilih saham para investor hanya mempertimbangkan faktor return dan risk sementara untuk faktor lainnya cenderung tidak mempengaruhi keputusan para investor dalam memilih saham. Pada penelitian ini para investor milenial menilai perusahaan bahwa tingkat nilai perusahaan yang ada pada saham perbankan bluechip (LQ45) ini merupakan cerminan tentang bagaimana kinerja saham di pasar modal. Hal tersebut menimbulkan intensi para investor milenial untuk memiliki saham perbankan bluechip (LQ45).

5. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah persepsi investor milenial mengenai risiko, return, dan nilai perusahaan pada saham perbankan bluechip (LQ45) menimbulkan intensi dalam pemilihan sarana investasi untuk jangka panjang.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. (2015). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta: AswajaPressindo
- Adyarta, Kartika Dewi. (2016). Pengaruh Kepemimpinan Transformasional dan Quality Product Training Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Dengan Motivasi Sebagai Variabel Intervening, Universitas Diponegoro, http://eprints.undip.ac.id/51192/1/VERSI_JURNAL_DEWI_PDF.
- Agus Harjito dan Martono. 2012. Manajemen Keuangan. Edisi ke-2. Ekonisia, Yogyakarta
- Ajzen, I. (2005). Attitudes, Personality and behavior 2nd ed. New York: Open University Press
- Ajzen, I. (2015). "Consumer attitudes and behavior: The theory of planned behavior applied to food consumption decisions". Rivista di Economia Agraria, Anno LXX,

- Ajzen, Icek, 2015, The Theory of Planned Behavior is alive and well, and not ready to retire: a commentary on Sniehotta, Preseau, and Araújo-Soares. *Health Psychology Review*, Taylor and FrancisBimo, W., & Fransiska, A. S. (2021, Juli 1). Gamifikasi dan Korelasinya dengan Minat Mengunjungi Ulang Pada Marketplace. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 17.
- Hartono,Jogiyanto. 2016. Teori Portofolio dan Analisis Investasi. Edisi Kesepuluh.Yogyakarta
- I Made Sudana. 2019. Manajemen Keuangan Teori dan Praktik. Surabaya: Airlangga University Press.
- Jogiyanto. (2014). Analisis dan Desain Sistem Informasi, Sistem Informasi : Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis. Yogyakarta: Andi Offset.
- Mirawati, Ni Made, I Made Wardana, I Putu Gede Sukaatmadja. 2015. Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Persepsi Kontrol Keperilakuan Terhadap Niat Siswa SMK di Kota Denpasar Untuk Menjadi Wirausaha. Denpasar : E Journal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana Volume.05.No.7 Tahun 2016
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sweeney, J.C & Trongmateerut. 2012. The Influence of Subjective Norms on Whistleblowing: A Cross Cultural Investigation. *Journal of Bussiness Ethics*, Vol.112, No.3, Hal: 437-451.
- Tversky, A., dan D. Kahneman. (1988). Rational choice and the framing of decisions. *Decision making: Descriptive, normative, and perspective interactions*. Cambridge University Press
- Wedayanti, Giantari. 2016. Peran Pendidikan Kewirausahaan Dalam Memediasi Pengaruh Norma Subyektif Terhadap Niat Berwirausaha. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No.1, 2016: 533 - 560 ISSN: 2302-8912.

Pengaruh *Habit* Dan *Trust* Dalam Minat Menggunakan ShopeePay Pada Pembelanjaan *Online* (Studi Kasus Pada Aplikasi Shopee)

Ardianti Nurinda Aprillia¹⁾, Tetty Rimenda²⁾

¹⁾ Politeknik Negeri Jakarta, ardianti.nurindaaprillia.ak18@mhs.pnj.ac.id, Depok, 16425, Depok, Indonesia

²⁾ Politeknik Negeri Jakarta, tetty.rimenda@akuntansi.pnj.ac.id, Depok, 16425, Depok, Indonesia

ABSTRACT

The development of the times created a variety of very sophisticated information technology. One of them is a payment method that can now be non-cash or Cashless. ShopeePay is an electronic money service feature that is used as a non-cash payment method on the Shopee application. The purpose of this study is to determine whether the Habits and Trust factors can affect consumer interest in using ShopeePay for online shopping. In this study using primary data by distributing questionnaires boldly and has obtained 100 respondents. With the respondent criteria needed are digital wallet users in online shopping, domiciled in DKI Jakarta, at least 17 years old to more than 45 years old. Data analysis in this study used regression analysis. The results show that the Habit and Trust factors have a significant effect on the interest in using ShopeePay for online shopping. Consumers who are accustomed to using ShopeePay because of their frequent online shopping routines. And Consumers trust ShopeePay to maintain a reputation, have a good quality website and become a competent and honest company. Based on the characteristics, this research is dominated by users 17 -22 years old who are gen Z. Gen Z is a generation born with developed technology so that they are familiar with online transactions.

Keywords: Interest in Using, Online Shopping, ShopeePay

ABSTRAK

Perkembangan zaman menciptakan berbagai teknologi informasi yang sangat canggih. Salah satunya adalah metode pembayaran yang kini sudah bisa non tunai atau *Cashless*. ShopeePay adalah fitur layanan uang elektronik yang digunakan sebagai metode pembayaran non tunai pada aplikasi Shopee. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah faktor *Habit* dan *Trust* dapat mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan ShopeePay pada pembelanjaan *Online*. Pada penelitian ini menggunakan data primer dengan menyebar kuesioner secara daring dan telah memperoleh 100 responden. Dengan kriteria responden yang dibutuhkan adalah pengguna dompet *digital* dalam berbelanja *Online*, berdomisili di DKI Jakarta, berusia minimal 17 tahun hingga lebih dari 45 tahun. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi. Diperoleh hasil bahwa faktor *Habit* dan *Trust* berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan ShopeePay pada pembelanjaan *Online*. Konsumen terbiasa menggunakan ShopeePay karena rutinitas belanja online yang cenderung sering. Dan Konsumen mempercayai ShopeePay dapat menjaga reputasi, memiliki kualitas website yang baik dan menjadi perusahaan yang

¹ Ardianti Nurinda Aprillia. E-mail: ardianti.nurindaaprillia.ak18@mhs.pnj.ac.id

² Dr. Tetty Rimenda, S.E., M.Si. E-mail: tetty.rimenda@akuntansi.pnj.ac.id

kompeten dan jujur. Berdasarkan karakteristik usia, penelitian ini didominasi oleh pengguna 17-22 tahun yang merupakan gen Z. Gen Z merupakan generasi yang lahir dengan teknologi yang sudah berkembang sehingga sudah terbiasa dengan transaksi secara *Online*.

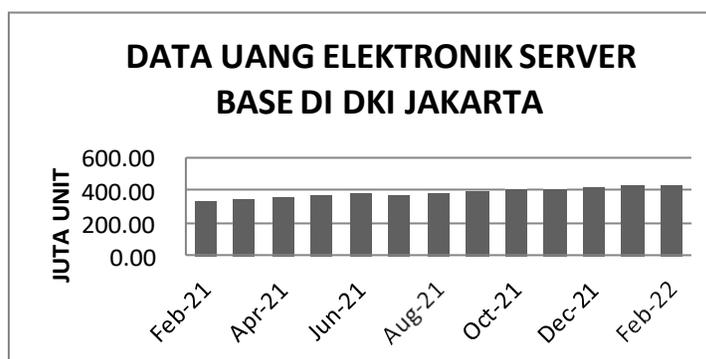
Kata-Kata Kunci: Belanja *Online*, Minat Menggunakan, ShopeePay

PENDAHULUAN

Semakin berkembangnya zaman dan canggihnya teknologi yang dapat merubah sistem tradisional menjadi modern, salah satu contohnya adalah perkembangan sistem pembayaran. Kebiasaan baru saat ini terjadi, tidak sedikit masyarakat kini memilih menggunakan pembayaran non tunai saat bertransaksi. Pemerintah melalui bank indonesia (BI) sebagai bank sentral negara Indonesia telah mencanangkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) pada 14 Agustus 2014. Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) diciptakan agar sistem pembayaran aman dan lancar serta mendorong sistem keuangan nasional agar dapat bekerja secara efektif dan efisien. Pemerintah semakin menggencarkan gerakan tersebut dengan meminta masyarakat mengurangi pembayaran tunai apalagi pada masa pandemi lalu.

Untuk mendukung Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT), Bank Indonesia menghadirkan 2 jenis uang elektronik yaitu berbasis *chip* dan berbasis aplikasi atau *server*. Uang elektronik berbasis *chip* adalah uang elektronik berbentuk kartu seperti e-Money, Flazz, Brizzi dll. Sedangkan uang elektronik berbasis aplikasi atau *server* tidak berbentuk fisik melainkan berbentuk aplikasi atau bisa disebut dengan dompet *digital* seperti Go-Pay, Ovo, Dana, ShopeePay, LinkAja dan masih banyak jenis lainnya.

Menurut data yang dipublikasi oleh Bank Indonesia, terlihat adanya kenaikan pada uang elektronik berbasis *server* pada 1 tahun terakhir dimulai sejak Februari 2021 hingga Februari 2022. Kenaikan uang elektronik berbasis server berkaitan dengan fenomena peralihan metode berbelanja *Offline* menjadi *Online*, fenomena tersebut dituliskan dalam statistika *e-commerce* tahun 2021 yang dipublikasi oleh Badan Pusat Statistik DKI Jakarta. Namun terdapat gap penelitian dimana penggunaan dompet digital pada *e-commerce* masih berada diposisi ketiga, hal tersebut dituliskan dalam laporan statistika *e-commerce* tahun 2021.



Gambar 1 Data Uang Elektronik Server Base DKI Jakarta
Sumber : www.bi.go.id

Shopee merupakan salah satu *e-commerce* yang ada di Indonesia dan digunakan oleh masyarakat. Salah satu keistimewaan Shopee adalah telah memiliki dompet digital tersendiri yang dapat digunakan konsumen sebagai metode pembayaran yaitu ShopeePay. Dengan adanya ShopeePay seharusnya konsumen bisa merubah kebiasaan untuk beralih metode pembayaran dari tunai ke non tunai. *Habit* adalah rutinitas atau kebiasaan yang dilakukan secara reguler dan biasanya otomatis (Clear, 2018). ShopeePay juga telah memiliki izin beroperasi dan diawasi oleh Bank Indonesia, sehingga konsumen

tidak perlu ragu untuk menggunakan ShopeePay sebagai metode pembayaran saat berbelanja. Kepercayaan (*Trust*) adalah faktor kunci dan fondasi dalam mengembangkan bisnis pada transaksi *Online* (Khatimah & Halim, 2014). Oleh karena itu, pada penelitian ini menggunakan variabel *habit* dan *trust* yang digunakan untuk mengetahui minat konsumen dalam menggunakan ShopeePay. Berdasarkan hasil dari penelitian (Bezhovski, 2016) mengatakan bahwa dengan berkembangnya teknologi yang canggih dapat mendukung transaksi seluler dan membuat konsumen nyaman dan mengembangkan kepercayaan serta kebiasaan mereka dalam menggunakan sistem pembayaran seluler.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang telah diuraikan diatas, terdapat pertanyaan pada penelitian ini adalah apakah faktor *Habit* dan *Trust* berpengaruh secara parsial untuk meningkatkan minat penggunaan ShopeePay dalam aplikasi Shopee. Dan apakah faktor *Habit* dan *Trust* berpengaruh secara simultan untuk meningkatkan minat penggunaan ShopeePay dalam aplikasi Shopee. Berdasarkan pertanyaan tersebut maka tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui bahwa faktor *Habit* dan *Trust* dapat mempengaruhi secara parsial dan simultan untuk meningkatkan minat penggunaan ShopeePay dalam aplikasi Shopee.

TINJAUAN PUSTAKA

Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT)

Teori *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* atau UTAUT adalah model penerimaan teknologi yang dirumuskan oleh (Venkatesh et al, 2003). UTAUT dapat menunjukkan penjelasan yang sangat kuat pada niat individu dalam menerima suatu teknologi informasi (IT), serta cocok untuk menjelaskan dan memprediksi perilaku seseorang terkait dengan penggunaan sistem informasi (SI). Model UTAUT 2 dikembangkan pada tahun 2012 yang terdiri dari 7 variabel independen yakni *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *social influence*, *Facilitating Conditions*, *hedonic motivation*, *price value*, *Habit*. Dan terdapat 2 variabel dependen, yaitu *Behavioral Intention* dan *use behavior*. Dalam penelitian ini menggunakan 1 variabel independen yaitu *Habit* dan 1 variabel dependen yakni *Behavioral Intention* sebagai indikator untuk mengukur minat masyarakat dalam menggunakan ShopeePay.

HABIT

Habit adalah kecenderungan seseorang untuk melakukan perilaku secara otomatis karena belajar dari pengalaman menurut (Venkatesh et al, 2003). Namun menurut (Clear, 2018) *Habit* adalah rutinitas atau kebiasaan yang dilakukan secara reguler dan biasanya otomatis. Menurut (Venkatesh et al, 2003) terdapat 3 dimensi *Habit* yakni kebiasaan, pengalaman dan rutinitas. Pada penelitian ini menggunakan 3 dimensi *Habit* tersebut. Kebiasaan diartikan sebagai kecenderungan seseorang dalam melakukan sesuatu secara otomatis berdasarkan pengalaman sebelumnya. Konsumen yang sudah memiliki pengalaman berbelanja di Shopee menggunakan ShopeePay maka akan terbentuk suatu kebiasaan. Semakin banyak seseorang berinteraksi dalam periode waktu tertentu dalam menggunakan suatu teknologi maka akan menjadi rutinitas untuk menggunakan teknologi tersebut. Rutinitas dapat diukur berupa periode waktu seperti harian, bulanan dan tahunan. Kebiasaan konsumen berbelanja menggunakan metode pembayaran ShopeePay dapat dilihat melalui riwayat transaksi pada fitur ShopeePay. Semakin sering konsumen menggunakan ShopeePay maka semakin terbiasa pula konsumen menggunakan metode *cashless*.

TRUST BUILDING MODEL (TBM)

Kepercayaan sangat penting untuk hubungan berbisnis terutama dalam bisnis berbentuk *Online*. *Trust Building Model (TBM)* yang diusulkan oleh (Mc Knight et al, 2002) digunakan untuk menjelaskan bagaimana konsumen dapat mempercayai penjual secara *Online* dan menjelaskan tentang niat perilaku konsumen setelah kepercayaan dibangun. Pada teori ini terdapat dua antecedent yakni jaminan struktural

web dan dua faktor khusus vendor yaitu kualitas mengenai situs yang dirasakan dan reputasi dari situs yang dirasakan. Selain itu terdapat dua dimensi kepercayaan terhadap vendor yaitu keyakinan mempercayai pada vendor web dan niat percaya kesediaan untuk bergantung pada vendor web.

Dalam penelitian ini menggunakan tiga dimensi dari *Trust Building Model* (TBM) yaitu reputasi vendor yang dirasakan, kualitas situs yang dirasakan dan keyakinan mempercayai vendor web. Menurut (Chang et al, 2013) menyebutkan reputasi adalah sejauh mana konsumen percaya bahwa penjual jujur dan peduli dengan pelanggannya. Reputasi dapat diukur melalui pengalaman langsung atau berbentuk komunikasi dalam memberikan informasi mengenai tindakan perusahaan. Selain reputasi, Kualitas informasi situs web dan desain dapat meningkatkan rasa kepercayaan konsumen. Kualitas bagaimana situs web tersebut memberikan informasi yang tepat untuk membantu konsumen dalam menentukan produk yang akan dibeli. Keyakinan mempercayai vendor web didukung dengan reputasi yang baik dan kualitas web yang mengesankan. Shopee dan ShopeePay harus memberikan kualitas situs web yang dapat mengesankan dan dipercaya oleh konsumen dengan memberikan desain web yang menarik, memberikan jaminan barang akan sampai dengan baik, dan bertanggungjawab atas kesalahan yang mungkin terjadi. Dengan hal tersebut membuat konsumen mau melakukan transaksi karena web dinilai kompeten.

SHOPEEPAY

Shopee merupakan salah satu *e-commerce* yang ada di Indonesia dan digunakan oleh masyarakat. Pada tahun 2015 Shopee hadir dengan berkantor pusat di Singapura yang dimiliki oleh Sea Limited. Shopee telah memiliki dompet digital tersendiri yang dapat digunakan konsumen sebagai metode pembayaran yaitu ShopeePay. ShopeePay merupakan fitur layanan uang elektronik yang diluncurkan oleh PT. Airpay International Indonesia digunakan sebagai pilihan metode pembayaran *Online* pada platform Shopee. Tak hanya itu, ShopeePay digunakan sebagai tempat untuk menampung pengembalian dana atau retur jika pesanan dibatalkan namun telah dibayar. Berdasarkan penjelasan yang ada pada web Shopee, fitur ShopeePay memiliki banyak keuntungan untuk konsumen. Seperti mengisi saldo dapat dilakukan dengan transfer bank, semakin banyak konsumen menggunakan ShopeePay maka akan berpengaruh pada produk perbankan seperti *Mobile Banking*. Karena mengisi saldo menggunakan *Mobile Banking* dikenakan biaya admin Rp. 500/transaksi.

BEHAVIORAL INTENTION

Behavioral Intention adalah niat perilaku seseorang dalam menggunakan sesuatu untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dalam hal ini, ShopeePay dapat memudahkan konsumen untuk melakukan pembayaran pada saat melakukan belanja *Online* pada aplikasi Shopee. Sebagai variabel dependen, dalam penelitian ini menggunakan indikator frekuensi waktu penggunaan. Terdapat 3 frekuensi waktu penggunaan ShopeePay yaitu dimasa yang akan datang, akan selalu menggunakan sehari-hari dan menggunakan ShopeePay sesering mungkin. Menurut (Mc Knight et al, 2002) *Behavioral Intention* memiliki 3 niat perilaku spesifik yaitu mengikut saran dari vendor web, mau berbagi informasi pribadi dengan vendor dan membeli barang dan jasa dari vendor.

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang bersumber dari data primer dan sekunder. Metode pengambilan sampel dengan *purposive sampling* berjumlah 100 responden pengguna shopeepay di DKI Jakarta. Pengambilan data primer melalui penyebaran kuesioner secara online yang disebar secara bebas di instagram dan twitter. Kuesioner diukur dengan skala likert 1-5, kemudian data diolah menggunakan alat bantu SPSS versi 26. Pada penelitian ini menggunakan variabel independen *habit* dan *trust* serta variabel dependen *behavioral intention* untuk mengukur minat

menggunakan shopeepay. Metode analisis data pada penelitian ini melakukan uji instrumen uji data, uji asumsi klasik dan uji analisis linear berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Pada Penelitian ini, responden perempuan lebih dominan dengan persentase sebesar 85% dan memiliki rentang umur paling dominan 17-22 tahun sebesar 77%. Berdasarkan hasil karakteristik responden menurut pekerjaan, mahasiswa dan pegawai swasta memiliki persentase terbanyak. Namun, berdasarkan pendapatan yang paling mendominasi adalah responden yang memiliki pendapatan < Rp. 2.00.00. Dengan pendapatan yang terbatas mahasiswa lebih suka berbelanja *Online* menggunakan ShopeePay karena bisa mendapatkan *voucher* gratis ongkir dan potongan harga yang dapat menghemat kebutuhan mereka. Mayoritas responden sudah menggunakan selama 1-2 tahun, diduga salah satunya karena efek pandemi covid-19 yang membuat masyarakat melakukan belanja *Online* dan mengurangi penggunaan uang tunai. Dan sekarang hal tersebut menjadi kebiasaan konsumen untuk selalu menggunakan ShopeePay pada saat berbelanja secara *Online*.

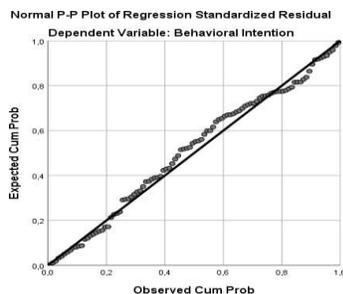
Uji Validitas dan Reliabilitas

Dilakukan uji instrumen data karena dalam penelitian ini setiap variabel diukur dengan pernyataan dalam suatu instrumen (kuesioner). Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan untuk mengetahui seluruh item yang digunakan dalam kuesioner dinyatakan valid. Dengan dasar pengambilan keputusan jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel maka data dinyatakan valid. Untuk uji reliabilitas dilakukan kepada seluruh item pernyataan dengan dasar pengambilan keputusan jika nilai *cronbach's alpha* > 0,06 maka data dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

- Uji Normalitas

Pada penelitian ini menggunakan grafik *probability plot* dan uji *one-sample kolmogrov smirnov* untuk mengetahui data terdistribusi normal atau tidak.



Gambar 2 *Probability Plot*
Sumber : Output SPSS 26

Dapat dilihat pada grafik p-plot bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal atau mengikuti garis diagonal dan tidak menyebar jauh dari garis diagonal. Maka dapat dinyatakan bahwa data pada penelitian ini terdistribusi normal. Untuk lebih menguatkan bahwa data benar terdistribusi normal, peneliti menyajikan uji statistik Kolmogorov-smirnov dibawah ini.

Tabel 1 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		
		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>		100
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	2,22262192
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	,071
	<i>Positive</i>	,051
	<i>Negative</i>	-,071
<i>Test Statistic</i>		,071
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		,200 ^{c,d}
<i>a. Test distribution is Normal.</i>		

Sumber : Output SPSS 26

Untuk menyatakan data terdistribusi normal, pada tabel kolmogorov-smirnov dapat dilihat dari tingkat signifikansi yaitu jika tingkat signifikansi $> 0,05$ maka data dinyatakan terdistribusi normal. Dapat dilihat pada tabel di atas bahwa *Asymp. Sign* atau tingkat signifikansi sebesar 0,200 maka dinyatakan terdistribusi normal.

- **Uji Multikolinearitas**

Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas adalah jika nilai tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 maka dinyatakan tidak terdapat multikolinearitas.

Tabel 2 Uji Multikolinearitas

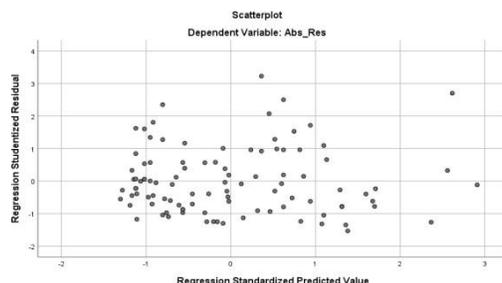
Variabel	<i>Collinearity Statics</i>	
	<i>Tolerance</i>	VIF
<i>Habit (X1)</i>	0,647	1,545
<i>Trust (X2)</i>	0,647	1,545

Sumber : Output SPSS 26 (Data diolah)

Diketahui bahwa nilai *Tolerance* $> 0,1$ yaitu 0,647 dan nilai *Variance Inflation Factor* < 10 yakni 1,545 maka dinyatakan bahwa data tidak terdapat gejala multikolinearitas.

- **Uji Heteroskedastisitas**

Pada penelitian ini menggunakan grafik *scatterplot* dan uji glejser untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan dalam model regresi. Ciri-ciri jika tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada grafik *scatterplot* sebagai berikut :



Gambar 3 Grafik Scatterplot
Sumber : Output SPSS 26

Berdasarkan gambar dapat terlihat bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas karena titik menyebar di atas dan dibawah dan tidak membentuk pola. Namun untuk menguatkan hasil bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dapat dilakukan menggunakan uji glejser. Dengan dasar pengambilan keputusan jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual $> 0,05$ maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Tabel 3 Uji Glejser

Variabel	Signifikansi
<i>Habit</i> (X1)	0,283
<i>Trust</i> (X2)	0,917

Sumber : Output SPSS 26 (Data diolah)

Dapat dilihat pada tabel 4.5 bahwa nilai signifikansi variabel *Habit* sebesar $0,283 > 0,05$ dan variabel *Trust* sebesar $0,917 > 0,05$. Maka dinyatakan bahwa untuk pengaruh *Habit* dan *Trust* terhadap minat menggunakan ShopeePay tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur pengaruh variabel independen yaitu *Habit* dan *Trust* terhadap variabel dependen yaitu minat menggunakan ShopeePay.

Tabel 4 hasil uji Analisis regresi linear

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	1,776	1,703
	<i>Habit</i>	,260	,063
	<i>Trust</i>	,353	,062

Sumber : Output SPSS 26 (data diolah)

Dari hasil pengolahan data menggunakan regresi linear berganda pada tabel 4.6 didapatkan persamaan sebagai berikut :

$$Y = 1,776 + 0,260 X_1 + 0,353 X_2 + e$$

Maka hasil dari uji analisis regresi dapat dinyatakan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta adalah besarnya nilai variabel dependen (Y) tanpa ada pengaruh dari variabel independen (X). Diketahui bahwa nilai konstanta sebesar 1,776 yang berarti besar satuan minat menggunakan ShopeePay adalah 1,776 tanpa ada pengaruh dari *Habit* (X1) dan *Trust* (x2).

2. Dilihat dari tabel di atas bahwa nilai koefisien regresi variabel *Habit* (X1) adalah positif sebesar 0,260. Nilai koefisien yang positif dapat menunjukkan bahwa terdapat hubungan searah antara *Habit* dan Minat menggunakan ShopeePay. Dengan begitu, dapat disimpulkan bahwa jika *Habit* mengalami kenaikan dan variabel lain tetap, maka minat menggunakan ShopeePay juga akan meningkat.
3. Selanjutnya, koefisien regresi variabel *Trust* (X2) juga menunjukkan nilai positif sebesar 0,353. Hal ini dapat disimpulkan bahwa apabila *Trust* mengalami kenaikan dan variabel lain tetap, maka minat menggunakan ShopeePay juga akan meningkat.

Uji Hipotesis

Uji T (Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh *Habit* dan *Trust* secara parsial.

Tabel 5 Hasil Uji T

Variabel	t	Sig.
<i>Habit</i>	4,115	,000
<i>Trust</i>	5,685	,000

Sumber : Output SPSS 26 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, untuk H1 diperoleh nilai t hitung sebesar 4,115 lebih besar jika dibandingkan dengan t tabel yaitu $4,115 > 1,985$. Dan diperoleh nilai signifikansi lebih kecil daripada 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian, H1 diterima dalam hipotesis uji t pada penelitian ini. Untuk H2 diperoleh t hitung sebesar 5,685 lebih besar jika dibandingkan dengan t tabel yaitu $5,685 > 1,985$. Diperoleh nilai signifikansi lebih kecil daripada 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka, H2 diterima dalam hipotesis uji t pada penelitian ini.

Uji F (Simultan)

Uji f dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X) secara simultan terhadap variabel dependen (Y).

Tabel 6 Hasil Uji F

Variabel		F	Sig
1	<i>Regression</i>	59,526	,000 ^b

Sumber : Output SPSS 26 (data diolah)

Didapatkan hasil bahwa F hitung $59,526 > F$ tabel 3,09. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *Habit* dan *Trust* berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan ShopeePay sehingga H3 dapat diterima pada hipotesis uji F.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui berapa besar variabel independen dapat mempengaruhi perubahan variabel dependen.

Tabel 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,742 ^a	,551	,542	2,245

Sumber : Output SPSS 26

Diketahui nilai *R square* sebesar 0,551. Hal ini memiliki arti bahwa variabel *Habit* dan *Trust* mampu mempengaruhi minat menggunakan ShopeePay sebesar 55,1%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 44,9% adalah faktor-faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

PEMBAHASAN

Habit berpengaruh terhadap minat menggunakan ShopeePay.

Berdasarkan hasil dari uji t dinyatakan bahwa *Habit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan ShopeePay. Dengan hasil responden dalam penelitian ini didominasi pengguna berusia 17-22 tahun yang merupakan generasi Z. Menurut artikel (Kontan, 2022) mengatakan bahwa generasi Z tumbuh di dunia yang sangat berhubungan dengan *smartphone* dan teknologi. Karena sudah terbiasa hidup dengan teknologi yang canggih maka untuk menggunakan aplikasi belanja *Online* dan juga metode pembayaran non-tunai cukup mudah untuk beradaptasi.

Faktor lain yang menjadi pendukung konsumen terbiasa menggunakan ShopeePay saat berbelanja *Online* adalah karena efek terjadinya pandemi covid-19 lalu. Dimana masyarakat mengubah cara berbelanja yang semula *Offline* menjadi *Online*. Kebiasaan konsumen menggunakan ShopeePay dipengaruhi dengan penawaran. Penawaran yang sering diberikan oleh pihak Shopee jika konsumen menggunakan metode pembayaran ShopeePay adalah mendapatkan *voucher* gratis ongkir atau *cashback* berupa koin yang dapat digunakan saat berbelanja lagi. Bahkan terkadang Shopee melakukan penjualan barang dengan metode *flash sale* dimana konsumen dapat membeli barang dengan harga murah.

Hasil dari penelitian ini didapatkan bahwa mahasiswa atau pelajar dengan rata-rata penghasilan < Rp. 2.000.000. Mereka yang terbiasa menggunakan ShopeePay saat berbelanja karena dapat menghemat uang saku atau pengeluaran. Karena jika dibandingkan, harga barang yang ada pada *Offline store* lebih mahal daripada harga di Shopee dan lebih hemat lagi menggunakan ShopeePay dengan adanya penawaran yang ditawarkan. Hasil penelitian dari (Pratama, 2020) juga mengatakan bahwa dengan adanya *Online* shop konsumen memiliki keuntungan dan dampak positif diantaranya mendapatkan harga barang yang lebih murah, dapat membandingkan harga dari satu toko ke toko lain dan lebih praktis.

Trust berpengaruh terhadap minat menggunakan ShopeePay.

Berdasarkan hasil pengujian dari hipotesis uji t dinyatakan bahwa *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan ShopeePay. Berdasarkan hasil dari penelitian (Szumski, 2020) kepercayaan menjadi dampak serius pada alasan pengguna metode pembayaran digital. Rasa percaya tumbuh karena Shopee dan ShopeePay mampu memberikan jaminan keamanan pembayaran untuk konsumen sehingga konsumen yang semula tidak percaya saat ini sudah mulai tumbuh rasa percaya. Mayoritas responden pada penelitian ini dipenuhi oleh generasi z dimana generasi tersebut sudah terbiasa dengan teknologi. Rasa khawatir akan dana yang hilang saat disimpan pada ShopeePay sangat kecil. Karena mereka mengerti alur untuk melaporkan jika terjadi suatu masalah dengan metode pembayaran ShopeePay. Sehingga mereka tahu bagaimana cara agar dana mereka dapat kembali.

Menurut (Alana & Kabadayy, 2014) kualitas layanan adalah prediktor penting dari kepercayaan merek. Seperti ShopeePay yang memberikan layanan dalam menyelesaikan pembayaran dengan baik akan menimbulkan rasa aman untuk konsumen bertransaksi. Dari konsumen yang merasa aman tersebut maka ShopeePay akan dianggap telah memberikan layanan yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen. Rasa puas yang terdapat pada diri konsumen akan menyebar kepada orang lain dengan begitu konsumen yang merasa puas membantu ShopeePay dalam mengiklankan produk. Dari timbulnya rasa kepercayaan dalam diri konsumen akan membuat konsumen merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan metode pembayaran ShopeePay saat berbelanja.

Habit dan Trust berpengaruh terhadap minat menggunakan ShopeePay

ShopeePay sebagai salah satu metode pembayaran pada aplikasi Shopee memberikan solusi kemudahan untuk konsumen dalam penyelesaian pembayaran. Konsumen menjadi terbiasa menggunakan ShopeePay karena pasca pandemi covid-19 yang merubah cara berbelanja konsumen menjadi *Online*. Hal tersebut juga mengubah metode pembayaran konsumen menjadi non-tunai. Karena berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa lama waktu penggunaan ShopeePay didominasi selama 1 tahun – 2 tahun konsumen menggunakan ShopeePay.

Selain *Habit* yang berpengaruh terhadap minat menggunakan ShopeePay, faktor kepercayaan juga berpengaruh terhadap minat menggunakan ShopeePay. Dimana konsumen percaya bahwa ShopeePay mampu menjaga reputasi dan mampu bekerja sesuai teknis yang berlaku. Dengan itu, konsumen tidak takut jika menggunakan ShopeePay sebagai metode pembayaran saat berbelanja. Konsumen menjadi percaya jika barang mereka akan sampai walaupun menggunakan metode pembayaran menggunakan ShopeePay. Dimana sistem ShopeePay adalah bayar terlebih dahulu baru barang akan sampai.

Jika semakin banyak konsumen yang percaya dengan sistem pembayaran ShopeePay maka akan mempengaruhi posisi ShopeePay yang semula berada diposisi ketiga. Dan dapat mengurangi sistem pembayaran COD karena sistem pembayaran COD dapat merugikan penjual saat barang yang telah dikirim namun tidak diterima oleh pembeli. Ada beberapa penjual sudah menghapus metode pembayaran COD pada tokonya. Jika menggunakan ShopeePay seolah memberikan jaminan pembayaran kepada penjual.

Berdasarkan hasil uji f pada disimpulkan bahwa *Habit* dan *Trust* berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan ShopeePay sehingga H3 dapat diterima. Dengan begitu, dapat meningkatkan penggunaan ShopeePay saat berbelanja *Online* di aplikasi Shopee. Dan dapat membantu pemerintah untuk membuat program GNNT menjadi sukses.

KESIMPULAN

1. *Habit* terdiri dari 3 dimensi yakni kebiasaan, pengalaman, dan rutinitas berpengaruh positif dan signifikan untuk meningkatkan minat penggunaan ShopeePay dalam aplikasi Shopee. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan teori UTAUT yang sangat cocok untuk menjelaskan dan memprediksi perilaku pengguna shopeepay dalam penggunaan sistem informasi. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa setelah terjadinya pandemi covid-19 selama 2 tahun lalu berefek kepada perubahan cara berbelanja dan metode pembayaran masyarakat. Yang semula masyarakat berbelanja *Offline* sekarang menjadi terbiasa *Online* dan menggunakan pembayaran menggunakan ShopeePay.
2. *Trust* yang terdiri dari 3 dimensi yaitu persepsi reputasi, kualitas website dan mempercayai web berpengaruh positif dan signifikan untuk meningkatkan minat penggunaan ShopeePay dalam aplikasi Shopee. Sesuai dengan teori *Trust Building Model*, shopeepay mampu membangun rasa kepercayaan konsumen. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki rasa kepercayaan saat bertransaksi menggunakan ShopeePay. Mayoritas pada penelitian ini berusia 17-22 tahun dimana pengguna lebih percaya untuk bertransaksi secara *Online*. Konsumen juga percaya bahwa ShopeePay adalah perusahaan yang kompeten dan dapat dipercaya.
3. *Habit* dan *Trust* berpengaruh secara simultan atau bersamaan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan untuk meningkatkan minat penggunaan ShopeePay dalam aplikasi Shopee. Dengan begitu, shopeepay mampu membuat konsumen terbiasa menggunakan shopeepay dan

menumbuhkan rasa kepercayaan konsumen. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa konsumen merasa puas karena ShopeePay dapat dipercaya saat digunakan sebagai metode pembayaran. Dan menjadi terbiasa untuk menggunakan ShopeePay dimasa yang akan datang.

KETERBATASAN

Pada penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu hanya menggunakan variabel *Habit* dan *Trust*. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel lain yang diduga dapat mempengaruhi minat menggunakan ShopeePay. Salah satunya variabel promosi, dimana konsumen lebih senang menggunakan dompet digital jika terdapat penawaran khusus. Dan terdapat keterbatasan pada wilayah pengambilan sampel, disarankan untuk penelitian selanjutnya tidak hanya mengambil sampel pada pengguna ShopeePay di DKI Jakarta saja. Hal tersebut berguna untuk menambah jangkauan penelitian agar penelitian lebih berkembang. Serta peneliti selanjutnya dapat mengambil objek dompet digital yang merupakan produk dalam negeri terlebih dahulu untuk diteliti. Hal tersebut berguna untuk memajukan aktivitas UMKM Indonesia sehingga tidak kalah saing dengan produk *import*.

DAFTAR PUSTAKA

- Alan, A. K., & Kabadayi, E. T. (2014). Quality antecedents of brand *Trust* and behavioral intention. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 150, 619-627.
- Bezovski, Z. (2016). The future of the mobile payment as electronic payment system. *European Journal of Business and Management*, 8(8), 127-132.
- BI. (2022, April 13). *Uang Elektronik Server Based*. Dipetik April 15, 2022, dari <https://www.bi.go.id/id/search.aspx#k=uang%20elektronik%20server%20based>
- BPS. (2021, Desember). *Laporan Statistik E-commerce 2021*. Dipetik April 1, 2022, dari <https://www.bps.go.id/publication/2021/12/17/667821e67421afd2c81c574b/statistik-e-commerce-2021.html>
- Chang, M. K., Cheung, W., & Tang, M. (2013). Building *Trust Online*: Interactions among *Trust* building mechanisms. *Information & management*, 50(7), 439-445.
- Clear, J. (2018). *Atomic Habits: An easy & proven way to build good Habits & break bad ones*. Penguin.
- Khatimah, H., & Halim, F. (2014). Consumers' intention to use e-money in Indonesia based on *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT). *American-Eurasian Journal of Sustainable Agriculture*, 8(12), 34-40.
- McKnight, D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). The impact of initial consumer *Trust* on intentions to transact with a web site: a *Trust* building model. *The journal of strategic information systems*, 11(3-4), 297-323.
- Pratama, G. (2020). Analisis Transaksi Jual Beli *Online* Melalui Website Marketplace Shopee Menurut Konsep Bisnis di Masa Pandemic Covid 19. *Ecopreneur: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(2), 21-34.
- Szumski, O. (2020). Technological *Trust* from the perspective of digital payment. *Procedia Computer Science*, 176, 3545-3554.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS quarterly*, 425-478.

Virdita Ratriani. (2022, Januari 15). *lifestyle.kontan.co.id*. Dipetik Agustus 10, 2022, dari <https://lifestyle.kontan.co.id/news/ini-beda-generasi-millennial-generasi-x-y-alpha-dan-baby-boomers-1>

Evaluasi Pelaksanaan Program Zakat Sahabat Guru Indonesia di Global Zakat-ACT (Studi Kasus ACT Jakarta Barat)

Ambar Winarsih¹⁾, Abdillah²⁾

¹⁾Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Jakarta, ambar.winarsih.ak18@mhs.wpnj.ac.id, Depok, 16425, Kota Depok, Indonesia

²⁾Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Jakarta, abdillahpnj@gmail.com, Depok, 16425, Kota Depok, Indonesia

ABSTRACT

This research aims to evaluate the SGI zakat program which is given specifically for honorary teachers with underprivileged economies in Global Zakat-ACT Jakarta Barat. Sahabat Guru Indonesia was formed to coincide with National Teacher's Day, which was on November 25, 2019 with the activities provided were assistance in living expenses and soft skills training activities in the world of education. This research method is evaluative-descriptive with data analysis techniques in this study, namely qualitative techniques with data collection carried out through interviews, field observations, and documentation. The evaluation model used in this study is the Pietrzak evaluation model (Input, Process, Outcome). The results showed that the evaluation of inputs consisting of 3 elements was quite appropriate and adequate, although there were still shortcomings and needed to be improved both from the HR element and infrastructure. The evaluation of the process is quite good and directed according to the SOP, although there are obstacles experienced both from the implementer and beneficiary side. Finally, it is known that the SGI program has not succeeded in achieving its final goal, but has been able to have a positive impact on its recipients.

Keywords: *Evaluation, SGI's Program, Honorary, and Zakat..*

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengevaluasi program zakat SGI yang diberikan khusus untuk guru honorer dengan ekonomi prasejahtera di Global Zakat-ACT Jakarta Barat. Sahabat Guru Indonesia dibentuk bertepatan dengan Hari Guru Nasional, yaitu pada tanggal 25 November 2019 dengan kegiatan yang diberikan adalah bantuan biaya hidup dan kegiatan pelatihan softskill dalam dunia pendidikan. Metode penelitian ini adalah evaluative-deskriptif dengan teknik analisis data pada penelitian ini yaitu teknik kualitatif dengan pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi lapangan, dan dokumentasi. Model evaluasi yang digunakan pada penelitian ini adalah model evaluasi Pietrzak (Input, Process, Outcome). Hasil penelitian menunjukkan evaluasi input yang terdiri dari 3 unsur sudah cukup sesuai dan memadai, meskipun masih terdapat kekurangan dan perlu ditingkatkan baik dari unsur SDM ataupun sarana prasarana. Evaluasi proses sudah cukup baik dan terarah sesuai SOP, meskipun terdapat hambatan yang dialami baik dari sisi pelaksana ataupun penerima manfaatnya. Terakhir, evaluasi outcome diketahui program SGI belum berhasil mencapai tujuan akhirnya, namun sudah bisa memberikan dampak positif bagi penerimanya.

Kata-Kata Kunci: Evaluasi, Program SGI, Honorer, dan Zakat.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Guru dalam islam menduduki posisi yang mulia. Hal tersebut dikarenakan, Allah memberikan karunia sebuah ilmu kepada seorang guru, agar dengan ilmu tersebut dapat menjadi perantara bagi manusia yang lain untuk memperoleh ilmu yang dimilikinya. Tugas guru tidak hanya sebatas memberikan ilmu yang dimilikinya, akan tetapi guru juga memberikan ajaran serta mendidik dalam kebaikan, agar para muridnya dapat tumbuh menjadi seseorang yang beradab (Ningrum, 2020).

Direktorat Jenderal Peningkatan Mutu Pendidik, Kemdiknas, atau sekarang disebut Kemendikbud menggolongkan guru menjadi 5 (lima) golongan yakni, Guru PNS, Guru Bantu, Guru Honorer Daerah, Guru Tetap, dan Guru Tidak Tetap. Dengan adanya penggolongan tersebut maka mengakibatkan adanya perbedaan pada besar gaji, tunjangan, maupun fasilitas yang di terima oleh masing-masing guru. Khususnya guru honorer, mereka mendapatkan honorarium yang masih rendah dan mengakibatkan masih belum dapat terpenuhinya kebutuhan, upah tersebut diberikan secara sukarela dari Bantuan Operasional Sekolah yang besarnya dimulai dari Rp 150.000 – Rp 1.300.000 per bulannya sesuai dengan kebijakan Pemerintah Daerahnya (Kurniawan I, 2011)

Di dalam Undang Undang No.14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen di pasal 14 dan 15, dikatakan bahwa Guru berhak mendapatkan penghasilan di atas kebutuhan hidup dan jaminan kesejahteraan sosial (RI, 2005). Namun kenyataannya, masih banyak ditemui berita mengenai guru honorer yang terus berjuang dalam ketidakpastian perihal status kepegawaiannya dan pembayaran gaji yang sering kali terlambat diberikan. Hal tersebut mengakibatkan tidak sedikit guru honorer yang hidup dalam kesulitan dan belum sejahtera dikarenakan upah yang diberikan masih relative kecil dan kurang sesuai dengan dedikasi yang telah mereka berikan. Sehingga, masih banyak guru honorer yang hidup dalam kemiskinan.

Dalam ajaran Islam, upaya untuk mengentaskan permasalahan kemiskinan adalah dengan melakukan distribusi pendapatan dan pemerataan ekonomi melalui sistem zakat. Di Indonesia terdapat 1 Badan Amil Zakat dan beberapa Lembaga Amil Zakat yang memberikan kontribusinya untuk membantu permasalahan terkait guru honorer. Akan tetapi, beberapa LAZ tersebut masih menjadikan program untuk guru honorer bersifat insidental atau hanya dilakukan di waktu-waktu tertentu dengan penerima manfaatnya yang tidak tetap. Namun, di antara LAZ lainnya, terdapat salah satu LAZ yang menghadirkan program zakat regular untuk para guru honorer, yaitu LAZ Global Zakat yang merupakan anak dari Lembaga Aksi Cepat Tanggap dengan program yang dihadirkan berupa Sahabat Guru Indonesia (SGI). SGI merupakan program regular dengan bentuk kegiatannya adalah penyaluran dana zakat bantuan biaya hidup serta pelatihan soft skill yang diperuntukkan bagi guru-guru honorer prasejahtera. Tujuan utama dari program ini yaitu dapat memberikan kontribusi perbaikan terkait masalah pendidikan di Indoneisa, salah satunya mengenai kesejahteraan ekonomi para guru (ACT, 2022).

Global Zakat-ACT sudah memiliki 33 Cabang yang tersebar di seluruh Indonesia. Sejak pendiriannya hingga saat ini. Lembaga tersebut saat ini memiliki beberapa program yang dijalaninya, salah satunya adalah Program Sahabat Guru Indonesia (SGI). Program tersebut merupakan program yang diusung oleh Global Zakat Pusat dan sebanyak 7 cabang di Jabodetabek turut mengimplementasikannya. Dari 7 cabang ACT yang ada di Jabodetabek, 3 cabang di antaranya sudah dilakukan survei pendahuluan terkait pelaksanaan program SGI, yaitu Cabang Bogor, Jakarta Selatan, dan Jakarta Barat. Hasilnya dapat diketahui bahwa tiap cabang memiliki ciri tersendiri dalam mengimplementasikan program SGI tersebut, serta dari hasil survei pendahuluan dapat diputuskan untuk memilih Global Zakat-ACT Jakarta Barat sebagai objek penelitian, karena diketahui bahwa cabang Jakarta Barat dalam pelaksanaan

program SGI lebih bervariasi, serta permasalahan yang dihadapi oleh Cabang Jakarta Barat lebih kompleks dan dapat mewakili permasalahan yang dihadapi oleh dua cabang lainnya, yaitu Cabang Bogor dan Jakarta Selatan. Sehingga diputuskan untuk memilih Global Zakat-ACT Jakarta Barat sebagai objek pada penelitian ini.

Terkait permasalahan yang ada pada pelaksanaan program SGI di Cabang Jakarta Barat. Maka dari itu, perlu dilakukan evaluasi program untuk dapat diidentifikasi mengenai pencapaian tujuan, mengukur dampak langsung yang terjadi pada penerima, dan mengetahui konsekuensi atau hambatan yang dapat terjadi di luar rencana. Ketika evaluasi tidak dilakukan, maka pelaksana tidak akan pernah mengetahui proses dari pelaksanaan tersebut apakah mengalami kemajuan atau kemunduran, serta tidak mengetahui hal-hal yang dapat menjadi kendala, dirasa perlu diperbaiki, atau bahkan yang dirasa cukup atau dapat dipertahankan. Tanpa evaluasi, maka pelaksana tidak akan pernah tau hasil dari program tersebut apakah sudah sesuai dengan tujuan yang diharapkan atau tidak (Sukma, 2018).

Evaluasi program dalam penelitian ini mengacu pada salah satu jenis evaluasi program yang dikembangkan oleh Pietrzak, *et. all*, di mana mereka menyatakan bahwa terdapat 3 jenis evaluasi yang akan dilakukan, yaitu evaluasi input (Inputs), proses (Process), dan dampak (Outcomes). Unsur utama dari evaluasi input adalah klien, staf, dan program. Lalu evaluasi proses berfokus pada dinamika internal dan jalannya program tersebut. Serta yang terakhir, yaitu evaluasi dampak yang membahas mengenai keseluruhan dampak yang dirasakan oleh penerima dari jalannya program tersebut (Riza, 2016).

Dari paparan sebelumnya, menandakan bahwa pentingnya evaluasi dilakukan pada suatu program. Maka, Program Sahabat Guru Indonesia yang diselenggarakan oleh Global Zakat-ACT Jakarta Barat perlu dilakukan penelitian evaluasi dengan tujuan untuk mendapatkan informasi mengenai pelaksanaan program, menilai sejauh mana program tersebut telah berjalan sesuai dengan rencana yang telah dibuat sejak awal, serta hasil dari penelitian evaluasi tersebut dapat menjadi alternatif dalam pengambilan keputusan terkait metode dan pelaksanaan dari program SGI. Dari keputusan tersebut diharapkan dapat memperkuat atau meningkatkan kualitas program dan dapat memberikan manfaat yang lebih baik lagi kepada para mustahik program SGI.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

- Untuk Mengevaluasi Input Dari Pelaksanaan Program Sahabat Guru Indonesia di Global Zakat-ACT Jakarta Barat.
- Untuk Mengevaluasi Proses Dari Pelaksanaan Program Sahabat Guru Indonesia di Global Zakat-ACT Jakarta Barat.
- Untuk Mendeskripsikan Dampak Yang Dirasa Penerima Manfaat Dari Adanya Pelaksanaan Program Sahabat Guru Indonesia di Global Zakat-ACT Jakarta Barat.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Evaluasi Program

Evaluasi merupakan kata serapan yaitu Evaluation yang memiliki arti secara etimologi adalah penaksiran, penentuan nilai, dan perkiraan keadaan. Evaluasi merupakan suatu proses mengumpulkan dan menyajikan informasi mengenai objek yang dievaluasi, menilainya dengan standar evaluasi dan hasil penilaian tersebut dipergunakan untuk mengambil keputusan mengenai objek (Wirawan, 2011). Dalam evaluasi program, arti program memiliki makna khusus yaitu suatu kesatuan kegiatan yang merupakan realisasi dari kebijakan, berlangsung dalam proses yang berkesinambungan dan terjadi dalam suatu organisasi yang melibatkan banyak orang (Arikunto, 2010). Maka dapat dikatakan bahwa evaluasi program adalah kegiatan untuk mengumpulkan informasi tentang proses

terlaksananya suatu program yang nantinya informasi tersebut digunakan untuk menentukan alternative yang tepat dalam mengambil keputusan terkait program (Ambiyar, 2019).

Pengertian Guru Honor

Guru menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah orang yang pekerjaannya mengajar. Selain itu, pengertian guru menurut Undang-undang Sistem Pendidikan Nasional adalah Tenaga profesional yang bertugas merencanakan dan melaksanakan proses pembelajaran, menilai hasil pembelajaran, melakukan pembimbingan dan pelatihan, serta melakukan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat, terutama pada pendidik perguruan tinggi (Syafuruddin, 2005). Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, honorer adalah menerima honorarium (upah sebagai imbalan jasa). Sehingga pengertian guru honorer yaitu orang yang memiliki pekerjaan sebagai pengajar yang menerima honorium atau upah sebagai imbalan jasanya.

Zakat

Zakat secara terminologis berasal dari kata “*tazkiyah*” yang memiliki arti *an-nama* (tumbuh), *at-taharah* (bersuci), *wa al-Islah* (kebaikan). Sedangkan secara etimologis, zakat yaitu sejumlah harta tertentu yang sifatnya wajib untuk diserahkan kepada yang berhak sesuai dengan asnaf zakat. M, ‘Imarah menyatakan bahwa zakat yaitu kewajiban dalam harta khusus yang diwajibkan kepada pemilik harta yang dimililiki secara penuh. Zakat diwajibkan untuk muslim yang merdeka, baligh dan berakal, telah memenuhi nisabnya, hal tersebut sesuai dengan QS. Al-Baqarah Ayat 43:

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاٰكِعِيْنَ

artinya: “Dan dirikanlah shalat, tunaikanlah zakat dan ruku'lah beserta orang-orang yang ruku” (QS. Al-Baqarah:43).

Zakat memiliki fungsi utama, yaitu untuk mencapai keadilan sosial ekonomi, hal tersebut dapat meliputi bidang moral, sosial, dan ekonomi di dalamnya. Selain dari tiga bidang tersebut, menurut Daud Ali, zakat memiliki beberapa fungsi, yaitu untuk mengangkat derajat fakir miskin, membantu permasalahan para *gharimin*, *ibnu sabil*, dan para mustahik lainnya, membina tali *ukhuwah* sesama umat Islam, menghilangkan sifat kikir dan dengki baik dari sisi muzaki ataupun mustahik, meratakan kesenjangan antara si kaya dan si miskin, meningkatkan rasa tanggung jawab sosial dalam diri muzaki, serta sarana pemerataan pendapatan agar tercapainya keadilan sosial.

Dana zakat dalam penyalurannya diatur oleh UU No.38 tahun 1999 yang menyatakan perihal pendayagunaan zakat adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup para mustahik zakat. Terdapat 8 golongan untuk mustahik zakat, yaitu Fakir, Miskin, Amil, Mualaf, Riqab, Gharimin, Fi Sabilillah, dan Ibnu Sabil. Dalam Islam, golongan Fakir dan Miskin merupakan golongan yang menjadi prioritas dalam penyaluran harta zakat. Hal tersebut menandakan bahwa, sasaran dari zakat adalah untuk menghapus kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan. Dalam penyaluran atau pendistribusian harta zakat, dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis kegiatan, yaitu distribusi konsumtif dan distribusi produktif (Rohim, 2021).

Global Zakat

Dalam pengelolaan hingga penyaluran dana zakat, tidak bisa dilakukan oleh sembarang lembaga. Sebuah lembaga yang menjadi lembaga amil harus memiliki izin terlebih dahulu dari Kementerian Agama. Global Zakat yang dibentuk pada tahun 2014 dalam pengoperasiannya sudah memiliki legalitas, yaitu Surat Keputusan sebagai Lembaga Amil Zakat Nasional dengan SK. LAZNAS GLOBAL ZAKAT: SK. Menteri Agama RI No. 731 Tahun 2016 dengan adanya Surat Keputusan ini merupakan bagian dari izin dalam membentuk LAZ berskala nasional yang diberikan oleh menteri, sehingga ini menjadi bentuk kesungguhan dari LAZ Global Zakat mewujudkan lembaga yang bisa memberikan manfaat untuk umat yang membutuhkan.

Global Zakat dalam operasionalnya berfokus pada pengelolaan hingga penyaluran zakat dari masyarakat dengan secara profesional, amanah, dan berusaha membangun kesejahteraan umat yang berhak mendapatkan zakat dengan melalui program-program sosial, kemanusiaan, dan keagamaan yang dimiliki oleh Global Zakat. Program-program yang dimiliki oleh Global Zakat saat ini, yaitu Sahabat Da’I Indonesia (SDI), Humanity Food Truck, Mobile Social Rescue, dan Sahabat Guru Indonesia (SGI) (Hairani, 2019).

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian evaluative kualitatif, yaitu penelitian yang sifatnya mengevaluasi suatu kegiatan/program dengan tujuan untuk mengukur keberhasilan dari program tersebut serta menentukan apakah program tersebut sudah sesuai dengan tujuannya atau tidak. Penelitian ini memilih menggunakan penelitian evaluatif dengan pendekatan kualitatif, dengan harapan dapat menghasilkan uraian mendalam, penyajian data yang akurat, serta dapat menggambarkan kondisi yang sebenarnya (Kantun, 2017).

Penelitian dilakukan di Global Zakat-ACT Jakarta Barat dengan objek penelitiannya adalah program Sahabat Guru Indonesia. Populasi dalam penelitian ini adalah staf pelaksana program dan keseluruhan penerima manfaat program SGI di Global Zakat-ACT Jakarta Barat yang berjumlah 20 orang. Sampel adalah bagian dari populasi dalam suatu penelitian. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan secara *sampling* jenuh, di mana teknik tersebut adalah menjadikan semua populasi menjadi sampel, hal tersebut terjadi apabila jumlah populasi dari penelitian tersebut relative kecil yaitu di bawah 30 (Sugiyono, 2017).

Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis data deskriptif dengan data yang digunakan merupakan data primer yang didapatkan dari wawancara langsung dengan penerima manfaat program SGI dan staf pelaksana program Global Zakat-ACT Jakarta Barat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

Data penelitian melibatkan 20 subjek yang berperan sebagai penerima manfaat dari program Sahabat Guru Indonesia. Dari data ini, maka dibuat beberapa bagian yaitu di antaranya, nama, jenis kelamin, rentan umur, pendidikan terakhir, pendapatan bulanan, dan jumlah keluarga yang ditanggung. Berikut data yang telah didapatkan:

Table 1 Subjek Penelitian

Jenis Kelamin	Rentang Umur	Pendidikan Terakhir	Pendapatan Bulanan (Rp)	Keluarga yang Ditanggung
Lk : 50%	>40 Tahun : 60%	D4/S1 : 80%	500-1.000 : 55%	3 orang : 40%
PR : 50%	30-35 Tahun : 20%	SMA : 20%	> 1.000 : 40%	2 orang : 30%
	35-40 Tahun : 10%		< 500 : 5%	4 orang : 20%
	25-30 Tahun : 10%			5 orang : 5%
				7 orang : 5%

Sumber: data diperoleh melalui wawancara

Dari data tersebut dapat diketahui bahwa penerima manfaat program SGI di Global Zakat-ACT Jakarta Barat terdiri dari 50% pria dan 50% wanita sebagai penerimanya. Lalu, rentang usia yang paling banyak menjadi penerima manfaat dari program SGI yaitu yang berusia lebih dari 40 tahun yaitu sebanyak 60%. Untuk pendidikan terakhir yang paling banyak menjadi penerima manfaat untuk program SGI yaitu pada level pendidikan D4/S1 sebanyak 80% atau 16 orang, sisanya berada pada level pendidikan SMA. Pendapatan bulanan yang mereka terima juga bervariasi dari yang terendah sebesar Rp 400.000/bulan

sampai yang tertinggi sebesar Rp 2.300.000/bulan, untuk rentang pendapatan bulanan yang paling banyak diterima oleh penerima manfaat yaitu direntang Rp 500.000 – Rp 1.000.000 sebanyak 55% atau 11 orang. Begitupun juga dengan keluarga yang menjadi tanggungan mereka memiliki jumlah yang bervariasi, dimulai dari paling sedikit memiliki tanggungan sebanyak 2 orang hingga tanggungan terbanyak yaitu berjumlah 7 orang tanggungan. Dapat dikatakan bahwa penerima manfaat program SGI paling banyak memiliki 3 orang keluarga yang menjadi tanggungannya itu ada 8 orang atau 40%.

Program Sahabat Guru Indonesia

Program Sahabat Guru Indonesia diresmikan pada tanggal 25 November 2019 bertepatan dengan Hari Guru Nasional. Program ini merupakan program penyaluran dana zakat di bidang pendidikan yang dikhususkan untuk guru-guru honorer dengan ekonomi prasejahtera. Rangkaian program Sahabat Guru Indonesia terdiri dari:

1. **Bantuan Biaya Hidup**, pemberian bantuan biaya hidup dapat berupa uang tunai senilai Rp 500.000 ataupun paket sembako yang pada awalnya diberikan secara regular setiap 1 s/d 2 bulan sekali. Tujuan dari pemberian bantuan biaya hidup, yaitu untuk meringankan dan membantu memenuhi kebutuhan pokok para penerima manfaatnya.
2. **Pelatihan Softskill**, kegiatan pelatihan softskill ini dilakukan secara daring dengan tema yang diangkat seputar dunia pendidikan. Pelatihan tersebut dilakukan secara regular setiap 1 bulan sekali. Kegiatan ini bertujuan untuk menambah pengetahuan, wawasan dan meningkatkan keterampilan bagi para penerima manfaatnya.

Teknis Pelaksanaan Program

Sebelum memulai pelaksanaan program, terdapat tahapan-tahapan yang harus dilalui seperti *designing*, *assessment*, analisis data, dan setelah itu dapat dilakukan implementasi program. Pada tahapan *designing*, program SGI disusun langsung oleh tim program Global Zakat Pusat yang dikembangkan untuk peningkatan kualitas hidup para guru honorer menjadi lebih baik. Setelah konsep program SGI disepakati, maka dari pusat akan memberikan pengarahan dan sosialisasi kepada cabang untuk dapat mengimplementasikannya dengan baik. Maka untuk tahapan *assessment*, hingga implementasi dilakukan langsung oleh cabang-cabang Global Zakat-ACT.

Proses *assessment* yang dilakukan oleh Global Zakat-ACT Jakarta Barat adalah dengan melakukan wawancara langsung kepada para calon penerima manfaat yang telah memberikan formulir pengajuan penerima manfaat program SGI sebelumnya, staf program dari Global Zakat-ACT Jakarta Barat akan turun ke lapangan sekaligus mewawancarai calon penerima manfaat untuk melihat secara langsung aktivitas keseharian dari calon penerima manfaat program SGI tersebut. Hasil dari *assessment* tersebut kemudian akan dianalisis lebih lanjut untuk dilihat, apakah calon penerima manfaat sudah sesuai dengan persyaratan dan kriteria dari penerima manfaat program SGI yang telah ditentukan. Setelahnya, Global Zakat-ACT Jakarta Barat mengirimkan hasil dari nama-nama yang sesuai dengan kriteria dan dapat menjadi penerima manfaat program SGI ke Global Zakat Pusat. Terakhir untuk implementasi program, baik bantuan biaya hidup ataupun pelatihan softskill, kedua hal tersebut akan diberikan langsung oleh Global Zakat Pusat kepada tiap cabang yang ada.

Hasil Wawancara Kepada Penerima Manfaat

Dari wawancara yang telah dilakukan, didapatkan informasi bahwa para penerima manfaat mengetahui program Sahabat Guru Indonesia melalui berbagai pihak, dari 20 penerima manfaat 50% mengetahui melalui teman sesama guru, 20% melalui relawan, dan

sisanya masing-masing 15% melalui whats up grup SGI, dan langsung dari Global Zakat-ACT Jakarta Barat.

Para penerima manfaat sebagian besar menjadikan guru honorer sebagai satu-satunya mata pencaharian mereka dengan pendapatan bulanan yang relative kecil dan jumlah keluarga yang mereka tanggung juga bervariasi. Pendapatan yang mereka terima tidak cukup dalam memenuhi kebutuhan hidup keluarganya, maka dari itu mereka mengajukan atau bahkan direkomendasikan oleh pihak sekolah-sekolah tempat mereka mengajar untuk menjadi penerima manfaat program SGI. Selain akan mendapatkan bantuan biaya hidup, mereka mengajukan menjadi penerima manfaat karena masih ingin terus meningkatkan kompetensi dan wawasan dalam dunia pendidikan melalui program pelatihan softskill yang dihadirkan dalam program SGI.

Sebagian besar penerima mengatakan bahwa program SGI dari Global Zakat-ACT Jakarta Barat sudah cukup baik dalam pelaksanaannya, kendati demikian masih banyak kekurangan yang perlu dievaluasi lebih lanjut. Di samping itu, penerima manfaat berharap program SGI akan tetap ada dan dapat membantu lebih banyak lagi guru-guru honorer yang membutuhkan bantuan.

Evaluasi Input

Evaluasi input merupakan awalan dalam menjalankan program. Evaluasi input berfokus pada 3 unsur utama, yaitu penerima manfaat, staf, dan sarana prasarana. Evaluasi ini perlu dilakukan agar senantiasa mengurangi masalah yang dihadapi saat program akan dilaksanakan.

Dalam evaluasi input unsur penerima manfaat, meliputi karakteristik penerima manfaat, seperti susunan keluarga atau berapa anggota keluarga yang ditanggung. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk melihat apakah karakteristik penerima manfaat benar-benar sesuai dengan tujuan program yang ditetapkan lembaga. Pada penelitian ini, sasaran dari program SGI adalah para guru-guru honorer dengan ekonomi prasejahtera, adapun kriteria yang ditetapkan untuk penerima manfaat adalah,

- Guru honorer tingkat SD-SMA, diutamakan mengajar di Sekolah Swasta.
- Masa mengabdikan di atas 5-10 tahun.
- Kepala keluarga/perempuan single parent atau suami tidak berpenghasilan.
- Memiliki pendapatan maksimal Rp 1.500.000.
- Kondisi ekonomi sulit.

Setelah dilakukan evaluasi, diketahui dari 20 penerima manfaat program SGI sebagian besar sudah sesuai dengan keseluruhan persyaratan yang ada, akan tetapi terdapat beberapa yang belum sesuai dengan salah satu kriteria yang telah ditetapkan, namun masih dapat diterima menjadi penerima manfaat dikarenakan adanya kondisi khusus dari penerima manfaat tersebut.

Unsur kedua dalam evaluasi input adalah staf pelaksana yang meliputi aspek demografi, seperti latar belakang pendidikan dan pengalaman. Tujuan dari evaluasi staf pelaksana yaitu untuk melihat sampai ditingkat mana para staf memiliki kriteria yang sesuai untuk menjalankan program. Hasilnya diketahui bahwa latar belakang pendidikan staf yaitu D2 PGTK dan bidang kerja staf pelaksana program dikatakan tidak relevan, akan tetapi staf pelaksana tersebut sudah lebih dulu memiliki pengalaman sebagai relawan MRI selama 5 tahun, sehingga dinilai sudah dapat memahami mekanisme kerjanya, adapun jobdesk dari staf pelaksana program adalah membuat laporan daily dan implementasi, membuat konsep&brief dari program lokal, sampai melakukan assessment terhadap para penerima manfaat dan mengimplementasikan tiap-tiap program. Kendati demikian, dengan banyaknya program yang harus dijalankan oleh staf program, maka hal yang perlu dievaluasi dari program SGI di Global Zakat-ACT Jakarta Barat adalah masih minimnya SDM untuk staf program, yaitu

hanya 1 (satu) orang yang merangkap jabatan sebagai staf program Global Zakat sekaligus ACT. Sehingga mengakibatkan kurang optimal dalam melaksanakan tugasnya.

Unsur terakhir dalam evaluasi input adalah sarana prasarana. Tujuannya untuk melihat apakah sarana yang diberikan dalam menjalani program SGI sudah memadai dan sesuai dengan kebutuhan. Dapat disimpulkan bahwa sarana prasarana yang diberikan selama pelaksanaan program SGI, baik itu pelatihan, gedung bangunan kantor untuk tempat berkumpul, dan juga kendaraan operasional sudah cukup memadai dan sesuai dengan kebutuhan dalam kegiatan program, meskipun untuk fasilitas kendaraan masih terdapat kekurangan, karena hanya terdapat satu mobil dan digunakan untuk operasional keseluruhan Global Zakat-ACT Jakarta Barat. Sehingga dalam pemakaiannya belum maksimal, karena masih harus bergantian dengan program-program yang lain ataupun menggunakan kendaraan pribadi.

Evaluasi Proses

Evaluasi proses difokuskan pada penilaian internal dan pengoperasian program tersebut, sehingga dapat menjawab pertanyaan apakah kegiatan dari program tersebut dilakukan dengan baik dan dapat diterima oleh sasaran peserta program tersebut? Lalu, apakah terdapat hambatan yang terjadi dalam pelaksanaan program?

Evaluasi proses berpusat pada proses pelaksanaan kegiatan program SGI, yaitu kegiatan program yang terdiri dari bantuan biaya hidup dan juga pelatihan softskill. Program SGI dari segi perencanaan sampai implementasi dinilai sudah cukup sesuai dengan satuan Standart Operasional Program (SOP). Selain itu, kegiatan program yang dihadirkan oleh Global Zakat juga dapat diterima dengan baik oleh para penerima manfaatnya, hal tersebut didukung dengan pernyataan mereka yang mengatakan bahwa program SGI dalam pelaksanaannya sudah cukup baik, terarah, dan bervariasi. Namun tidak menutup kemungkinan, bahwa masih banyak kekurangan serta hambatan yang ada dalam pelaksanaannya. Kekurangan serta hambatan dalam sebuah program merupakan hal yang hampir selalu terjadi, baik yang timbul dari pihak pelaksana ataupun dari penerima manfaatnya.

Dari pihak pelaksana seperti:

- Masih kurang konsisten dalam melaksanakan kegiatan program SGI, baik pemberian bantuan biaya hidup ataupun kegiatan pelatihan softskill yang diadakannya.
- Program yang terlalu banyak dijalani sehingga tidak hanya fokus pada program SGI.
- Kendaraan operasional yang masih terbatas, yaitu hanya terdapat satu mobil untuk keseluruhan operasional dan implementasi program Global Zakat-ACT Jakarta Barat.

Dari pihak penerima manfaat, yaitu:

- Jaringan internet yang tidak stabil saat pelatihan, hal tersebut bisa disebabkan berbagai alasan yang dan akibatnya penerima tidak bisa mengikuti kegiatan pelatihan dengan baik.
- Terdapat jadwal yang berbentrok, hal tersebut yang menjadi hambatan untuk mereka mengikuti kegiatan pelatihan softskill, dikarenakan sudah adanya kegiatan lain yang harus mereka ikuti sebelum diberitahukannya jadwal pelatihan softskill oleh Global Zakat-ACT Jakarta Barat. Sehingga saat pelatihan softskill tidak semua penerima manfaat dapat mengikuti kegiatan tersebut.
- Kurangnya komunikasi, hal ini dikarenakan tidak semua penerima manfaat aktif dalam berkomunikasi di grup yang ada, sehingga terkadang terjadi miskomunikasi baik antara Staf Global Zakat dengan penerima manfaat ataupun sesama penerima manfaat.

Evaluasi Dampak

Evaluasi ini mengarah pada keseluruhan dampak yang ada dari program SGI terhadap para penerima manfaatnya. Tujuan dari evaluasi ini yaitu untuk mengetahui bagaimana suatu program dikatakan telah berhasil mencapai tujuannya dan bagaimana penerima manfaat akan menjadi berbeda setelah mengikuti program SGI.

Tujuan akhir dari program SGI adalah kemandirian penerimanya, serta untuk melihat perubahan status penerima dari penerima manfaat menjadi pemberi manfaat. Akan tetapi, program SGI di Global Zakat-ACT Jakarta Barat saat ini masih belum berhasil mencapai tujuan akhirnya, dikarenakan masih terdapat kendala dan hambatan yang ada, serta belum sepenuhnya target program SGI bisa tercapai, yaitu saat ini baru mencapai 30% guru honorer yang dapat dibantu. Namun, terdapat beberapa pencapaian kecil yang sudah dapat dicapai, seperti dapat bertahannya program SGI dari awal pandemik hingga saat ini. Hal tersebut dibuktikan dengan pemberian bantuan berulang, serta telah terselenggaranya pelatihan-pelatihan softskill yang diberikan oleh Global Zakat kepada penerimanya.

Perihal dampak program SGI terhadap penerima manfaatnya, dapat dikatakan bahwa program SGI memberikan dampak positif terhadap para penerima manfaatnya. Perubahan ini mereka rasakan secara nyata, dari sebelumnya mereka merasakan kehidupan yang sulit, seperti kesulitan dalam memenuhi kebutuhan pokok, menjalani hidup yang pas-pasan bahkan kekurangan karena hanya bergantung pada gaji sebagai guru honorer yang tak seberapa, hingga belum cukupnya pengetahuan dalam mengajar. Setelah menjadi penerima manfaat program SGI dan mengikuti serangkaian kegiatan program tersebut, mereka merasakan perubahan ke arah yang lebih baik. Seperti, membaiknya perekonomian, terpenuhinya kebutuhan pokok, meringankan beban yang ditanggung, bertambahnya wawasan yang dimiliki, meningkatnya kompetensi dalam mengajar, serta bertambahnya teman sepenanggungan dan saling memotivasi untuk menjalani tugas sebagai guru.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa program SGI di Global Zakat ACT Jakarta Barat dalam mekanisme prosesnya sudah baik dan sesuai dengan SOP yang ditetapkan. Evaluasi input yang telah dilakukan hasilnya dari ketiga unsur sudah cukup sesuai dan mendukung, meskipun masih terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan lebih lanjut lagi. Pada evaluasi proses, pelaksanaan program sudah cukup baik, terarah, dan variatif sehingga dapat diterima dengan baik oleh penerima manfaat dari program SGI di Global Zakat-ACT Jakarta Barat. Akan tetapi, dalam pelaksanaannya masih terdapat hambatan yang menjadi kendala dalam proses pelaksanaan kegiatan program, baik dari sisi pelaksana ataupun dari sisi penerima manfaatnya. Terakhir, evaluasi dampak dari Program SGI belum berhasil mencapai tujuan akhirnya, yaitu adanya perubahan status dari penerima manfaat menjadi pemberi manfaat. Program SGI baru berhasil mencapai beberapa pencapaian kecilnya, seperti terselenggaranya bantuan biaya hidup dan pelatihan softskill secara berkelanjutan. Selain itu, Program SGI juga berhasil memberikan perubahan dan dampak positif terhadap para penerimanya, baik dari segi perekonomian yang semakin membaik ataupun dari segi kompetensi yang terus berkembang.

SARAN

Terdapat beberapa saran yang bisa diberikan dari penelitian ini kepada Global Zakat-ACT Jakarta Barat terhadap program Sahabat Guru Indonesia dan Lembaga Amil Zakat lainnya, seperti Global Zakat-ACT Jakarta Barat diharapkan meningkatkan promosi campaign terkait program SGI melalui berbagai media yang ada, agar lebih banyak calon muzaki yang mengetahui dan meningkatkan pendapatannya, sehingga dalam implementasi

program SGI dapat lebih konsisten dan lebih banyak guru honorer yang terbantu. Kemudian, terkait SDM yang terbatas dapat ditingkatkan kembali kuantitasnya atau dapat memanagerelawan dengan lebih baik agar dapat melaksanakan program dengan lebih optimal. Selain itu, Global Zakat disarankan memilih jadwal pelatihan di hari-hari libur dan disosialisasikan dari jauh-jauh hari, serta dibuatkan target minimal untuk para penerima manfaat dalam mengikuti kegiatan pelatihan tersebut dan terdapat reward atau punishment dalam pelaksanaannya nanti. Setelah para penerima manfaat menjalani kegiatan program SGI, diadakan evaluasi dan pendampingan secara berkala, agar dapat mengimplementasikan hasilnya dengan baik dan diarahkan untuk menjadikan bantuan yang diterimanya kearah yang lebih produktif.

Saran yang diberikan untuk Lembaga Amil Zakat lainnya, yaitu diharapkan dapat ikut serta menghadirkan program ZIS yang bersifat regular dan diberikan kepada guru honorer prasejahtera, lalu dapat menjadikan program SGI dari Global Zakat sebagai pedoman, agar pemberiannya bukan hanya sebatas bantuan biaya tetapi juga pelatihan-pelatihan yang dapat bermanfaat dan mendukung kemandirian para penerimanya.

DAFTAR PUSTAKA

- ACT. (2022). *Visi Misi*. Retrieved from ACT Care For Humanity: <https://act.id/home/id>
- Ambiyar, D. M. (2019). *Metodologi Penelitian Evaluasi Program*. Bandung: ALFABETA.
- Arikunto, S. J. (2010). *Evaluasi Program Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hairani, R. (2019, November 25). *ACT Luncurkan Program Sahabat Guru Indonesia*. Retrieved from RRI.CO.ID: <https://rri.co.id/humaniora/info-publik/751243/act-luncurkan-program-sahabat-guru-indonesia>
- Hakim, R. (2020). *Manajemen Zakat. Histori, Konsepsi, dan Implementasi*. Jakarta: Kencana.
- Kantun, S. (2017). *Penelitian Evaluatif Sebagai Salah Satu Model Penelitian Dalam Bidang Pendidikan*. *Jurnal Universitas Jember*, 4.
- Kurniawan I, H. E. (2011, April). *Pengaruh Pemberian Penghargaan Terhadap Kinerja Guru Honorer Sekolah Menengah Atas di Kota Sekayu, Musi Banyuasin, Sumatera Selatan*. *Jurnal Ilmiah Administrasi, Manajemen, dan Kepemimpinan Pendidikan*, 3(1), 2-3. Retrieved from DetikNews: <https://news.detik.com/berita/d-1775639/pemerintah-harus-hilangkan-diskriminasi-status-guru>
- Ningrum, D. J. (2020, April 4). *Kedudukan Guru dalam Perspektif Islam*. Retrieved from Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/diajengjuwitaningrum3533/5e88786ed541df11fe75b1d2/kedudukan-guru-dalam-perspektif-islam>
- Pasjabar. (2021, February 3). *Guru Honorer di Jabar Keluhkan Honor Setiap Tahun Telat*. Retrieved from PASJABAR: <https://pasjabar.com/2021/02/03/guru-honorer-di-jabar-keluhkan-honor-setiap-tahun-telat/>
- RI, J. B. (2005, December 30). *Undang Undang No.14 Tahun 2005 Guru dan Dosen*. Retrieved from JDIIH BPK RI Database Peraturan: <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/40266/uu-no-14-tahun-2005>
- Riza, T. H. (2016, Februari 29). *Evaluasi Program, Sebuah Tinjauan Teoritis (2)*. Retrieved from Portal Resmi Kabupaten Bogor: <https://bogorkab.go.id/post/detail/evaluasi-program-sebuah-tinjauan-teoritis>
- Rohim, A. N. (2021). *Prinsip Dasar Penyaluran Zakat*. Jakarta: Deepublish Publisher.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Sukma, A. (2018, July 13). *Mengapa Evaluasi Diperlukan dalam Pembelajaran?* Retrieved from Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/085320713396/5b4852cb16835f77966978b5/mengapa-evaluasi-diperlukan-dalam-pembelajaran>
- Syafruddin, N. (2005). *Guru Profesional dan Implementasi Kurikulum*. Jakarta: Kuantum Teaching.

Wirawan. (2011). *Evaluasi, Teori, Model, Standar, Aplikasi, dan Profesi. Contoh Aplikasi Program: Pengembangan Sumber Daya Manusia, Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri Perdesaan, Kurikulum, Perpustakaan dan Buku Teks*. Jakarta: Rajawali Pers.

Ziah. (2022, May 25). Staff ACT Jakarta Barat. (A. Winarsih, Interviewer)

Pengaruh Penggunaan Fitur Instagram *Shopping*, Inovasi Produk, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Penjualan *Hampers* Muslim di Clorey ID

Elva Ezra Zalika R, Ady Arman

Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Jakarta, elvaezrazr@gmail.com, 17425, Bekasi, Indonesia

Dosen Politeknik Negeri Jakarta, armanady@yahoo.com, 17412, Bekasi, Indonesia

ABSTRACT

Shopping using platforms / social media is not only to follow trends and fulfill desires, but to see the usefulness and benefits of Muslim hampers products. This study was conducted to analyze the influence of Instagram shopping features, product innovation, and consumer satisfaction on the sale of Muslim hampers on clorey ID. Data collection method using questionnaire techniques with a likert scale of 1-4 (even). The total sample of the study was 123 respondents. The method used is multiple linear regression analysis. The results showed that the influence of Instagram shopping, product innovation, and consumer satisfaction had a significant positive effect on the sale of Muslim hampers at Clorey ID. Research results are expected to be useful for Muslim hampers producers and for the public / buyers of Muslim hampers products in selling and shopping online appropriately.

Keywords: Instagram Shopping, Product Innovation, Customer Satisfaction, Sales

ABSTRAK

Belanja menggunakan *platform/social media* tidak hanya mengikuti *trend* dan memenuhi keinginan, melainkan untuk dilihat kegunaan dan manfaat dari produk *hampers* muslim. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh fitur Instagram *shopping*, inovasi produk, dan kepuasan konsumen terhadap penjualan *hampers* muslim di clorey ID. Metode pengumpulan data menggunakan teknik kuesioner dengan skala *likert* 1-4 (genap). Jumlah sampel penelitian yaitu sebanyak 123 responden. Metode yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh Instagram *shopping*, inovasi produk, dan kepuasan konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap penjualan *hampers* muslim di Clorey ID. Hasil penelitian diharapkan dapat berguna bagi pelaku produsen *hampers* muslim dan bagi masyarakat/pembeli produk *hampers* muslim dalam menjual dan belanja *online* secara tepat.

Kata Kunci: Instagram *Shopping*, Inovasi Produk, Kepuasan Konsumen, Penjualan

1. PENDAHULUAN

Covid-19 yang melanda dunia, termasuk Indonesia, membuat masyarakat mengurangi interaksi secara langsung sehingga jual-beli banyak dilakukan secara *online*. Hal yang harus dilakukan untuk meningkatkan penjualan pada Clorey.id adalah inovasi produk. Inovasi produk dapat diartikan sebagai upaya yang dilakukan pelaku usaha pembuat produk untuk memperbaiki, meningkatkan, dan mengembangkan produk yang diproduksi selama ini agar selalu *up to date*. Jual beli secara *online* menurut Islam diperbolehkan karena sama hukumnya dengan jual beli secara langsung, asalkan tetap ada ijab qabul dan memenuhi

syarat yang sah. Sesuai dengan Firman Allah SWT dalam QS: An-Nisa Ayat 29 tentang jual beli menurut Islam.

Jual beli secara *online* tentu memiliki tantangan lebih ketika melakukannya. *Marketing promotion* dan produk merupakan dua hal yang sangat penting untuk menuju suksesnya kegiatan pemasaran. *Marketing promotion* pada penelitian ini dilakukan menggunakan fitur Instagram *shopping* serta memerhatikan tingkat kepuasan konsumen Clorey.id. Inovasi produk yang dilakukan pada penelitian ini adalah inovasi produk "*hampers muslim*".

2. TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Dalam penelitian ini, perlu adanya penjelasan teori atau konsep-konsep yang dijadikan landasan dalam melakukan penelitian. Teori dari konsep-konsep tersebut adalah sebagai berikut:

Social Media Marketing

Untuk mempermudah promosi penjualan perusahaan kini lebih memilih cara yang praktis, salah satunya menggunakan *social media*. Banyak hal positif di dunia pemasaran yang dapat dilakukan dengan *social media*, seperti digunakan untuk membangun *brand*. Menurut Gunelius, *social media marketing* merupakan suatu bentuk pemasaran langsung ataupun tidak langsung yang digunakan untuk membangun kesadaran, pengakuan, daya ingat dan tindakan untuk merek, bisnis, produk, orang atau entitas lainnya.

Instagram

Instagram adalah wadah komunikasi di mana pengguna dapat dengan mudah membagikan pembaruan dengan mengambil foto dan mengeditnya menggunakan filter. Ini telah melihat pertumbuhan yang cepat di jumlah pengguna serta unggahan sejak diluncurkan pada Oktober 2010 (Hu, Manikonda, & Kambhampati, 2014).

Instagram Shopping

Melihat pengguna Instagram yang semakin lama semakin bertambah, Instagram selalu memunculkan fitur baru yang dapat mengembangkan suatu bisnis. Instagram *shopping* merupakan fitur terbaru yang diluncurkan oleh media sosial Instagram. Pada 6 Oktober 2020, Instagram merilis fitur Instagram *shopping* secara resmi di Indonesia. Mengutip dari situs resmi Instagram, Instagram *shopping* adalah serangkaian fitur untuk berbelanja dengan mudah melalui foto dan video merek toko online di seluruh Instagram (Instagram, n.d.).

Hampers

Hampers merupakan bisnis yang sedang banyak digandrungi oleh masyarakat. *Hampers* sering disamakan dengan parcel. Padahal keduanya memiliki perbedaan. Kini *hampers* lebih banyak diminati dibandingkan parcel. Permintaan *hampers* biasanya ditujukan ketika mendekati hari spesial seperti Ramadan, Idul Fitri, dan lain sebagainya.

Hampers Muslim

Hampers muslim ditujukan pada momen spesial seperti berbagi kasih sayang kepada orang terdekat ketika bulan Ramadan, Idul Fitri, dan momen bahagia lainnya. *Hampers muslim* dapat berisikan produk makanan ataupun non makanan yang memiliki kemasan cantik. Contohnya pada produk *hampers muslim* yang cocok dibagikan di momen Ramadan dan Idul Fitri adalah *hampers* pakaian Muslim/Muslimah, perlengkapan ibadah, kue kering, *hampers* makanan ringan, dan hijab *hampers*.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Disebut penelitian asosiatif karena jenis penelitian ini bertujuan untuk mencari hubungan diantara dua variabel atau lebih. Hubungan ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh fitur Instagram *shopping*, inovasi produk, dan kepuasan konsumen sebagai variabel independen (X) terhadap penjualan *hampers* muslim sebagai variabel dependen (Y).

Metode Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini metode pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *nonprobability sampling*, yaitu *purposive sampling* karena terdapat kriteria inklusi dan eksklusi. Populasi yang terlibat dalam penelitian ini adalah masyarakat pengguna Instagram aktif yang termasuk *followers* clorey ID. Penentuan ukuran sampel dari suatu populasi menggunakan rumus Slovin sehingga sebanyak 1.202 akun Instagram per 1 Juni 2022, maka perhitungan tersebut menyimpulkan bahwa ukuran sampel yang dihasilkan minimal sebanyak 92 (pembulatan dari 92,3) responden.

Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang didapatkan melalui hasil penelitian kuesioner berupa pertanyaan-pertanyaan dan data sekunder yang didapatkan secara tidak langsung atau bersumber dari literatur seperti jurnal, studi pustaka, dan juga situs internet yang kredibel.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda karena terdapat lebih dari satu variabel bebas (X) atau variabel terikat (Y). Dalam contoh penelitian ini, uji regresi linear berganda dilakukan untuk mendapatkan gambaran bagaimana variabel independen yang meliputi fitur Instagram *shopping*, inovasi produk, dan kepuasan konsumen memengaruhi variabel dependen yaitu penjualan *hampers* muslim dengan tingkat signifikansi sebesar 0.05 (Ghozali, 2018).

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan seluruh hasil penelitian yang sebagian besar didapatkan dari kuesioner *gform*, terdapat lima kategori distribusi responden untuk 123 responden, yaitu: distribusi responden berdasarkan jenis kelamin yang menunjukkan bahwa perempuan lebih dominan yaitu sebanyak 91 responden karena perempuan cenderung memilih *hampers* muslim berdasarkan daya tarik dan keindahan suatu barang tersebut.

Distribusi berdasarkan usia produktif menunjukkan bahwa hasilnya didominasi oleh responden rentang usia 15-24 tahun yaitu sebanyak 75 orang (61%) karena yang memiliki obsesi belanja *online* pada fitur Instagram *shopping* adalah orang-orang berusia muda.

Distribusi berdasarkan tingkat pendidikan menunjukkan bahwa pada penelitian ini sebanyak 79 orang (64,2%) dengan tingkat pendidikan Sarjana (S1, D4) mendominasi. Hal ini membuktikan bahwa generasi muda yang merespon penelitian ini memiliki minat berbelanja yang lebih tinggi.

Distribusi berdasarkan pekerjaan menunjukkan bahwa yang mendominasi adalah karyawan swasta yaitu sebanyak 69 orang (56,1%) karena yang lebih banyak melakukan kegiatan berbelanja *online* adalah orang-orang yang sudah memiliki penghasilan.

Distribusi responden berdasarkan domisili yang paling mendominasi berdomisili di Bekasi yaitu sebanyak 54 responden (43,9%) yang mana memang berada pada satu wilayah dengan *online shop* clorey.id.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan fitur Instagram *shopping*, inovasi produk dan kepuasan konsumen terhadap penjualan *hampers* muslim di Clorey.id. ada beberapa pengujian yang dilakukan pada penelitian ini, yaitu:

Pertama, uji validitas dan reliabilitas. Pada uji validitas menunjukkan hasil masing-masing variabel dengan r tabel dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ adalah 0,1771. Maka didapatkan hasil bahwa item pertanyaan pada masing-masing variabel fitur Instagram *shopping* (X1), inovasi produk (X2), kepuasan konsumen (X3) dan penjualan *hampers* muslim (Y) adalah valid karena r hitung $>$ r tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item variabel memiliki pertanyaan yang valid. Pada uji reliabilitas menunjukkan hasil jawaban masing-masing item variabel dengan koefisien *Cronbach's Alpha* $>$ 0,60. Dapat disimpulkan bahwa semua jawaban item pertanyaan pada variabel fitur Instagram *shopping*, inovasi produk, dan kepuasan konsumen terhadap penjualan *hampers* muslim dinyatakan reliabel dan dapat dipercaya.

Kedua, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas dan uji multikolinearitas. Uji normalitas dengan *Kolmogorov Smirnov Test* dilakukan untuk melihat penyebaran data responden apakah berdistribusi normal atau tidak. Hasil nilai signifikansi sebesar 0,200 dan angka signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* $>$ 0,05 menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menemukan terdapat atau tidaknya multikolinearitas pada model regresi yang dapat diketahui dari nilai *tolerance* dan nilai VIF. Apabila nilai *tolerance* $>$ dari 0,1 dan nilai VIF $<$ 10 maka tidak terdapat multikolinieritas dalam penelitian. Hasil pengujian multikolinearitas yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa nilai *variance inflation factor* (VIF) ketiga variabel $<$ 10 dan nilai *tolerance* ketiga variabel $>$ 0,1, artinya tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji ada atau tidak nya pengaruh variabel independen fitur Instagram *shopping*, inovasi produk, dan kepuasan konsumen dengan variabel dependen yaitu penjualan *hampers* muslim dinyatakan dalam bentuk regresi.

Tabel 1. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,651	1,299		4,350	,000
FITUR INSTAGRAM SHOPPING	,126	,053	,247	2,360	,020

INOVASI PRODUK	,265	,103	,277	2,585	,011
KEPUASAN					
KONSUMEN	,198	,082	,225	2,395	,018

a. Dependent Variable: PENJUALAN

Berdasarkan tabel, maka didapatkan hasil persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$
$$Y = 5,651 + 0,126 X_1 + 0,265 X_2 + 0,198 X_3$$

Masing-masing variabel yaitu Uji Pengaruh Fitur Instagram *Shopping* (X_1) terhadap Penjualan (Y), Inovasi Produk (X_2) terhadap Penjualan (Y), dan Kepuasan Konsumen (X_3) terhadap Penjualan (Y), maka penjualan *hampers* muslim juga meningkat sehingga terdapat pengaruh signifikan.

5. PENUTUP

Online shop Clorey.id dapat mengetahui cara untuk meningkatkan penjualan *hampers* muslim di masa pandemi covid-19 ini, dengan menggunakan *social media marketing* yang cocok, yaitu fitur Instagram *shopping*, inovasi produk, dan memerhatikan kepuasan konsumen, maka akan berpeluang untuk Clorey.id memperoleh konsumen dalam berbelanja produk *hampers* muslim.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunelius, S. (2011). *30-minute social media marketing*. McGraw-Hill.
- Hu, Y., Manikonda, L., & Kambhampati, S. (2014). What we instagram: A first analysis of instagram photo content and user types. In *Proceedings of the 8th International Conference on Weblogs and Social Media, ICWSM 2014* (pp. 595-598).
- Mileya, L., & Fauzi, A. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 191.

Pengaruh Pengetahuan Riba, Motivasi Konsumen dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Penggunaan *PayLater* dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Generasi Milenial Muslim Pengguna *ShopeePayLater* di Jabodetabek)

Tanisha Sudarta Bachtiar¹⁾, Ach. Bakhrul Muchtasib²⁾

tanisha.sudartabachtiar.ak18@mhs.w.pnj.ac.id, bakhrul.muchtasib@akuntansi.pnj.ac.id,
Politeknik Negeri Jakarta, Jl. Prof. Dr. G.A Siwabessy, Kampus UI, Depok 16425

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of usury knowledge, consumer motivation and lifestyle on the decision to use *PayLater*. This study uses quantitative methods. The sampling technique used nonprobability sampling with purposive sampling method, with a sample of 200 millennial Muslim generations of *ShopeePayLater* users in Greater Jakarta as respondents. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that partially knowledge of usury has no effect on the decision to use *PayLater* while consumer motivation and lifestyle have an influence on the decision. *PayLater* usage. The variables of usury knowledge, consumer motivation and lifestyle simultaneously have an influence on decisions to use *PayLater* with an effect of 47.6% and the rest 52.4% is influenced by other variables outside of this research.

Keywords: *Knowledge of Riba, Consumer Motivation, Lifestyle, PayLater, Islamic Economics*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan riba, motivasi konsumen dan gaya hidup terhadap keputusan penggunaan *PayLater*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan nonprobability sampling dengan metode purposive sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 200 generasi milenial muslim pengguna *ShopeePayLater* di Jabodetabek dijadikan sebagai responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial pengetahuan riba tidak terdapat pengaruh terhadap keputusan penggunaan *PayLater* sementara motivasi konsumen dan gaya hidup terdapat pengaruh terhadap keputusan penggunaan *PayLater*. Variabel pengetahuan riba, motivasi konsumen dan gaya hidup secara simultan terdapat pengaruh terhadap keputusan penggunaan *PayLater* dengan pengaruh sebesar 47,6% dan sisanya 52,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata-Kata Kunci: Pengetahuan Riba, Motivasi Konsumen, Gaya Hidup, *PayLater*, Ekonomi Islam

¹ Tanisha Sudarta Bachtiar. E-mail: tanisha.sudartabachtiar.ak18@mhs.w.pnj.ac.id

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan internet mengalami peningkatan yang begitu pesat dan membawa dampak perubahan bagi bidang-bidang penting pada aspek kehidupan masyarakat. Dari perkembangan tersebut terdapat paradigma baru dalam bidang ekonomi dan bisnis, yaitu terciptanya industri perdagangan online atau *e-commerce* yang digunakan sebagai sarana transaksi jual beli barang atau jasa secara elektronik melalui internet (Damayanti & Canggih, 2017). Saat ini Indonesia memiliki peluang besar dalam pertumbuhan *e-commerce* yang akan meningkat lebih dari 40% pada tahun 2021 (IDX,2021). Hal tersebut berhasil menjadikan Indonesia pada peringkat pertama di dunia dalam menggunakan layanan *e-commerce* sebanyak 88,1% pengguna internet (databoks, 2021).

Perusahaan *start up* rintisan *marketplace* di Indonesia sudah banyak bermunculan dalam beberapa tahun terakhir ini, salah satu *marketplace* terbesar yang sering digunakan masyarakat Indonesia ialah Shopee berdasarkan hasil riset pasar dunia Ipsos. Hal tersebut membuktikan bahwa Shopee sebagai *marketplace* terbesar dan terpopuler pertama di Indonesia sebagai media jual beli secara online (katadata, 2021). Salah satu kemudahan dari kehadiran *marketplace* adalah tersedianya berbagai pilihan metode pembayaran yang bisa digunakan seperti transfer bank, *E-Wallet*, *Cash On Delivery (COD)* dan *PayLater*.

PayLater merupakan metode pembayaran yang berjenis *fintech peer-to-peer-lending* dengan sistem pinjaman secara online tanpa harus memiliki rekening bank yang nantinya pengguna akan membayar tagihan sesuai dengan jumlah tagihan dan jatuh tempo yang diberikan. *ShopeePayLater* dari aplikasi Shopee berhasil menjadi layanan *PayLater* yang paling diminati oleh konsumen Indonesia sebanyak 78,4% pengguna (databoks, 2021). *ShopeePayLater* merupakan layanan *PayLater* yang bekerja sama dengan perusahaan *peer-to-peer lending* yaitu PT. Commerce Finance dan PT. Lentera Dana Nusantara.

Dalam riset *Snappcart* diketahui bahwa sebagian besar pengguna Shopee adalah generasi *milenial* yang memiliki rentang usia 20-40 tahun sesuai dengan profil generasi *milenial* 2018 (Budiaty dkk, 2018). *PayLater* menjadi salah satu kemudahan bagi generasi *milenial* khususnya generasi *milenial* muslim karena didapati fakta bahwa Indonesia sebagai negara yang memiliki jumlah penduduk muslim terbesar di dunia sebanyak 238,09 juta jiwa atau 86,93% penduduk pada akhir 2021 (databoks, 2021). Dari kondisi tersebut penduduk Islam memiliki peluang tinggi pada sektor keuangan digital terlebih lagi generasi *milenial* muslim menjadi salah satu bagian yang akan mendominasi pertumbuhan penduduk Indonesia

Islam sebagai agama yang universal sudah mengatur segalanya dengan sempurna salah satunya dalam kegiatan bermuamalah dalam *Financial technology*. Dalam sudut pandang Islam hal tersebut diperbolehkan berdasarkan prinsip syariah yakni fatwa Dewan Syari'ah Nasional Majelis Ulama Indonesia No: 117/DSN-MUI/II/2018 dan tidak bertentangan dengan prinsip aturan syara' Islam.

Terdapat beberapa faktor yang menjadikan generasi *milenial* muslim menggunakan *ShopeePayLater* sebagai pilihan metode pembayaran saat ini. Faktor yang mempengaruhi keputusan generasi *milenial* muslim dalam menggunakan *ShopeePayLater* adalah tingkat pengetahuan riba. Dari hasil penelitian Jannah & Musadad (2021) menjelaskan bahwa akad *qard* pada transaksi *ShopeePayLater* yang digunakan tidak sesuai dengan kaidah Islam di mana terdapat tambahan seperti biaya penanganan sebesar 1% dan minimal bunga sebesar 2,95% yang dikategorikan riba. Dalam pengetahuan riba, semakin tinggi tingkat pengetahuan seseorang,

maka akan lebih baik dalam berperilaku untuk mengambil sebuah keputusan. Fakta yang ditemui bahwa pengetahuan tentang riba terkait *ShopeePayLater* masih tergolong rendah mengingat bahwa mayoritas masyarakat Indonesia ialah beragama Islam. Hal ini dibuktikan dengan peminat pengguna fitur *ShopeePayLater* semakin meningkat mencapai 5.406.179 (lenteradana, 2021).

Selain itu, faktor yang akan diuji ialah motivasi konsumen. Menurut Setiadi motivasi konsumen adalah suatu kondisi kekuatan pendorong yang terdapat pada diri seseorang untuk melakukan suatu tindakan untuk mencapai suatu tujuan yang akan diraihnya (Setiadi, 2003 dalam Sumiati, 2014). Motivasi konsumen dapat mempengaruhi generasi *milenial* muslim untuk menghasilkan sebuah keputusan penggunaan karena dengan adanya *ShopeePayLater* seseorang akan semakin tertarik dan termotivasi untuk menggunakannya karena banyak kemudahan yang akan didapatkan.

Inovasi *ShopeePayLater* memberikan kemudahan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang memiliki keterbatasan dana dengan sistem cicilan kredit. Penggunaan pembayaran digital seperti *PayLater* sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari gaya hidup berbelanja generasi milenial muslim. Hal tersebut dikarenakan gaya hidup yang berlebihan sulit untuk dikendalikan oleh seseorang yang melihat segala sesuatu berdasarkan pada trend dan mode. Solomon menyatakan bahwa gaya hidup adalah sebuah pola konsumsi seseorang yang berhubungan dengan bagaimana cara seseorang untuk menghabiskan uang dan waktunya (Solomon, 2012 dalam Supriyanto & Novitasari, 2020).

Berdasarkan fenomena dari data dan penelitian sebelumnya, *ShopeePayLater* sebagai solusi pinjaman online memberikan banyak kemudahan yang diberikan kepada generasi milenial muslim. Namun, pada kenyataannya masih terdapat ketidaksesuaian dengan prinsip Islam. Berdasarkan hal tersebut fokus penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi generasi *milenial* muslim terhadap keputusan penggunaan *PayLater* dalam sudut perspektif ekonomi Islam.

Tujuan

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah diajukan sebelumnya, maka terdapat beberapa tujuan penelitian, yaitu:

- Untuk menganalisis pengaruh pengetahuan riba terhadap keputusan penggunaan *PayLater* sebagai metode pembayaran di *Marketplace*
- Untuk menganalisis pengaruh motivasi konsumen terhadap keputusan penggunaan *PayLater* sebagai metode pembayaran di *Marketplace*
- Untuk menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap keputusan penggunaan *PayLater* sebagai metode pembayaran di *Marketplace*
- Untuk menganalisis pengaruh pengetahuan riba, motivasi konsumen dan gaya hidup terhadap keputusan penggunaan *PayLater* sebagai metode pembayaran di *Marketplace*

TINJAUAN PUSTAKA

Peer To Peer Lending (P2P)

Peer to peer lending merupakan praktik kegiatan bisnis yang memberikan pinjaman uang kepada individu ataupun kelompok bisnis. Peer to peer lending menghubungkan dan mempertemukan pemilik dana atau pihak yang akan memberikan pinjaman dengan penerima pinjaman melalui sistem teknologi informasi (Sari, 2020)

ShopeePayLater

ShopeePayLater merupakan solusi pinjaman yang memberikan banyak kemudahan bagi penggunaannya untuk mendapatkan pinjaman instan hingga Rp 50.000.000 tanpa menggunakan

kartu kredit. Waktu pinjaman pun terdapat berbagai pilihan, yaitu dalam waktu 1 bulan atau dengan fasilitas cicilan 2, 3, 6 dan 12 bulan dengan biaya penanganan sebesar 1 %, bunga 2,95% dan terdapat denda sebesar 5% dari total tagihan jika terdapat keterlambatan jatuh tempo pembayaran (Shopee, 2021).

Pengetahuan Riba

Pengetahuan merupakan kumpulan informasi yang dimiliki seseorang tentang suatu hasil dari apa yang diketahui dan diperolehnya melalui panca indra manusia dari apa yang dilihat dan didengarnya sehingga menjadikan seseorang tersebut mengerti akan suatu hal (Lestianawati & Raharjo, 2020).

Riba menurut bahasa ialah bertambah (Az-Zayadah) yaitu adanya tambahan dari sesuatu yang dihutangkan dan berkembang (An-namu) yaitu berbunga akibat melebihi pokok pinjaman yang dipinjamkan kepada orang lain. Sedangkan secara istilah, riba diartikan sebagai tambahan yang diambil dalam transaksi jual beli dan pinjam meminjam yang tidak sesuai dengan prinsip Islam (Srihardina, 2018).

Motivasi Konsumen

Motivasi konsumen merupakan suatu keadaan seseorang yang mendorong untuk melakukan kegiatan guna mencapai tujuan dalam memenuhi kebutuhannya yang terdiri dari dorongan, keinginan dan hasrat yang menimbulkan urutan kejadian yang mengarah pada perilaku (Silvia, 2020).

Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan tingkah laku individu yang digambarkan melalui aktivitas, pendapat dan minatnya sehingga bisa menunjukkan bagaimana seseorang memanfaatkan waktu dan menghabiskan uangnya dalam kehidupan sehari-hari (Amelia, 2021).

Keputusan Penggunaan

Keputusan penggunaan merupakan proses pengintegrasian pengetahuan dan evaluasi dua atau lebih pilihan yang menunjukkan tindakan keputusan. Dengan kata lain, orang yang mengambil keputusan harus mempunyai suatu pilihan dari beberapa alternatif yang tersedia (Kirana, 2018).

ShopeePayLater dalam Perspektif ekonomi Islam

ShopeePayLater dalam sudut pandang hukum Islam merupakan layanan yang berbasis utang (qard) karena penggunanya mempunyai utang terhadap perusahaan tersebut. Ketentuan akad qard dalam Islam tidak boleh adanya tambahan dari tagihan utang tersebut. Dalam kegiatan di *ShopeePayLater* ternyata akad qard tersebut tidak sesuai dengan kaidah Islam di mana terdapat tambahan seperti biaya penanganan sebesar 1% dan penetapan minimal bunga sebesar 2,95%. Biaya tambahan tersebut sudah dipersyaratkan diawal akad dengan jumlah transaksi, artinya berdasarkan ijma hal tersebut termasuk ke dalam kategori riba (Jannah & Musadad, 2021).

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penentuan jumlah sampel berdasarkan rumus *lemeshlow* dimana jumlah sampel sekurang-kurangnya sejumlah 100 responden. Adapun teknik pengambilan sampel menggunakan non probability sampling dengan metode purposive sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner (angket) dalam bentuk skala likert. Metode analisa data menggunakan analisa regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur nilai dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel 5%	Keterangan
Pengetahuan Riba (X_1)	X1.1	0,602	0,361	Valid
	X1.2	0,572	0,361	Valid
	X1.3	0,775	0,361	Valid
	X1.4	0,821	0,361	Valid
	X1.5	0,623	0,361	Valid
	X1.6	0,732	0,361	Valid
Motivasi Konsumen (X_2)	X2.1	0,884	0,361	Valid
	X2.2	0,858	0,361	Valid
	X2.3	0,825	0,361	Valid
	X2.4	0,824	0,361	Valid
	X2.5	0,785	0,361	Valid
Gaya Hidup (X_3)	X3.1	0,718	0,361	Valid
	X3.2	0,618	0,361	Valid
	X3.3	0,848	0,361	Valid
	X3.4	0,766	0,361	Valid
	X3.5	0,771	0,361	Valid
	X3.6	0,703	0,361	Valid
Keputusan Penggunaan (Y)	Y.1	0,752	0,361	Valid
	Y.2	0,738	0,361	Valid
	Y.3	0,545	0,361	Valid
	Y.4	0,464	0,361	Valid
	Y.5	0,621	0,361	Valid
	Y.6	0,610	0,361	Valid
	Y.7	0,837	0,361	Valid
	Y.8	0,779	0,361	Valid
	Y.9	0,778	0,361	Valid

Sumber: Output SPSS

Tabel 1 diatas menunjukkan hasil dari pengolahan data uji validitas variabel pengetahuan riba, motivasi konsumen, gaya hidup dan keputusan penggunaan diketahui masing-masing memiliki R hitung > R tabel, sehingga dalam penelitian ini semua item-item pertanyaan kuesioner dapat dinyatakan valid, kemudian dalam penelitian ini tidak ada satupun item pertanyaan yang dihapus dan semua item tersebut dapat digunakan untuk model pengujian. Angka 0,361 merupakan R tabel yang diperoleh dari tabel r product moment pada taraf signidikan = 5% dan n = 30 atau (df) = 28

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Standard	Keterangan
Pengetahuan Riba (X_1)	0,780	0,60	Reliabel
Motivasi Konsumen (X_2)	0,891	0,60	Reliabel
Gaya Hidup (X_3)	0,832	0,60	Reliabel

Keputusan Penggunaan (Y)	0,857	0,60	Reliabel
--------------------------	-------	------	----------

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan tabel 2 hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa indikator dari variabel pengetahuan riba, motivasi konsumen, gaya hidup dan keputusan penggunaan dinyatakan reliabel atau memiliki tingkat konsistensi yang tinggi dan layak digunakan untuk penelitian-penelitian selanjutnya, karena dari keempat variabel tersebut memiliki alpha lebih dari 0,60 artinya jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 (*Cronbach's Alpha Standard*) dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test
Unstandardized Residual

N	200	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0
	Std. Deviation	3.83860426
Most Extreme Differences	Absolute	0.056
	Positive	0.033
	Negative	-0.056
Test Statistic	0.056	
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}	

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan tabel 3 diatas menunjukkan nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,200 lebih besar dari alpha 5% (0,05), maka dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 4. Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance Value	VIF	Keterangan
Pengetahuan Riba (X_1)	0,910	1,099	Bebas Multikolinieritas
Motivasi Konsumen (X_2)	0,698	1,432	Bebas Multikolinieritas
Gaya Hidup (X_3)	0,710	1,408	Bebas Multikolinieritas

Sumber: Output SPSS

Pada tabel 4 di atas menunjukkan bahwa variabel pengetahuan riba, motivasi konsumen dan gaya hidup memiliki nilai Tolerance lebih besar dari 0,100 dan nilai VIF kurang dari < 10,00, maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut bebas multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
Pengetahuan Riba (X_1)	0,822	Bebas Heteroskedastisitas
Motivasi Konsumen (X_2)	0,719	Bebas Heteroskedastisitas
Gaya Hidup (X_3)	0,358	Bebas Heteroskedastisitas

Sumber: Output SPSS

Dari tabel 5 menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas yaitu ditunjukkan dengan nilai signifikansi (p-value) ketiga variabel independen lebih besar dari 0,05, maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.866	1.416		6.967	.000
Pengetahuan Riba	-.045	.063	-.039	-.718	.474
Motivasi Konsumen	.649	.088	.454	7.385	.000
Gaya Hidup	.505	.087	.352	5.784	.000

Sumber: Output SPSS

- Nilai konstanta yang didapat sebesar 9,866, maka memiliki arti apabila variabel pengetahuan riba, motivasi konsumen dan gaya hidup konstantanya diasumsikan bernilai 0 maka nilai keputusan penggunaan adalah 9,866
- Nilai koefisien regresi variabel pengetahuan riba bernilai negatif sebesar -0,045 maka memiliki arti apabila ada kenaikan 1% variabel pengetahuan riba akan menyebabkan penurunan pada keputusan penggunaan sebesar -0,045
- Nilai koefisien regresi variabel motivasi konsumen bernilai positif sebesar 0,649 maka memiliki arti apabila ada kenaikan 1% variabel motivasi konsumen akan menyebabkan kenaikan pada keputusan penggunaan sebesar 0,649
- Nilai koefisien regresi variabel gaya hidup bernilai positif sebesar 0,505 maka memiliki arti apabila ada kenaikan 1% variabel gaya hidup akan menyebabkan kenaikan pada keputusan penggunaan sebesar 0,505

Uji Hipotesis

Uji T

Tabel 7. Uji T

Variabel	t hitung	Sig.	t tabel
Pengetahuan Riba (X_1)	-718	0,474	1,97214
Motivasi Konsumen (X_2)	7,385	0,000	1,97214
Gaya Hidup (X_3)	5,784	0,000	1,97214

Sumber: Output SPSS

Pengetahuan riba (X_1) memiliki nilai t hitung sebesar -0,718 lebih kecil dari t tabel 1,97214 dan Sig t (0,474) lebih besar dari 5% (0,05). Hal ini menjelaskan bahwa secara parsial variabel pengetahuan riba (X_1) tidak terdapat pengaruh terhadap Keputusan Penggunaan (Y). Motivasi konsumen (X_2) memiliki nilai t hitung sebesar 7,385 lebih besar dari t tabel 1,97214 dan Sig t

(0,000) lebih kecil dari 5% (0,05). Hal ini menjelaskan bahwa secara parsial variabel motivasi konsumen (X_2) terdapat pengaruh terhadap Keputusan Penggunaan (Y). Gaya hidup (X_3) memiliki nilai t hitung sebesar 5,784 lebih besar dari t tabel 1,97214 dan Sig t (0,000) lebih kecil dari 5% (0,05). Hal ini menjelaskan bahwa secara parsial variabel gaya hidup (X_3) terdapat pengaruh terhadap Keputusan Penggunaan (Y)

Uji F

Tabel 8. Uji F ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2747.338	3	915.78	61.213	.000 ^b
1 Residual	2932.242	196	14.96		
Total	5679.58	199			

Sumber: Output SPSS

Dari tabel 8 diketahui bahwa Nilai F hitung (61,213) lebih besar dari F tabel 2,65 dan Sig F (0,000) lebih kecil dari 5% (0,05) menunjukkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak yang artinya variabel pengetahuan riba, motivasi konsumen dan gaya hidup berpengaruh signifikansi secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel keputusan penggunaan

Koefisien Determinasi

Tabel 9. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.696 ^a	0.484	0.476	3.86787

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan tabel 9 dapat diketahui bahwa pengetahuan riba, motivasi konsumen dan gaya hidup memberikan sumbangan pengaruh secara bersama-sama sebesar 47,6% terhadap variabel keputusan penggunaan dan sisanya 52,4% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini

Pembahasan Hipotesis

- Pengaruh Pengetahuan Riba terhadap Keputusan Penggunaan *PayLater*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan riba tidak terdapat pengaruh terhadap keputusan penggunaan *PayLater* dalam perspektif ekonomi Islam. Dari hasil penelitian Rahma Sari Harapap (2020) menyimpulkan bahwa masyarakat yang mengetahui tentang riba belum tentu religiusitasnya tinggi sebabnya tidak mempengaruhi suatu keputusan, sedangkan masyarakat yang memiliki religiusitas tinggi pasti akan menghindari riba karena mereka sudah mengetahui secara dalam tentang riba dan menjaga dirinya dari keharaman

Dalam perspektif ekonomi Islam, Allah SWT berfirman dalam Qs. Al-Baqarah ayat 278 – 279 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنتُمْ مُؤْمِنِينَ ۚ ۲۷۸ فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِن تُبْتِغُوا فَكَلِمًا رَّعُوسًا
أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ۚ ۲۷۹

Artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang mukmin. Jika kamu tidak melaksanakannya, ketahuilah akan terjadi perang (dahsyat) dari Allah dan Rasul-Nya. Akan tetapi, jika kamu bertobat, kamu berhak atas pokok hartamu. Kamu tidak berbuat zalim (merugikan) dan tidak dizalimi (dirugikan).” (Qur'an Kemenag, 2022)

Dari ayat tersebut bahwasannya Allah SWT sudah melarang riba secara tegas dan mutlak mengharamkan riba dalam berbagai macam bentuknya dan Allah memerintahkan kepada hambanya untuk meninggalkan riba dan bertakwalah kepada Allah SWT.

- Pengaruh Motivasi Konsumen terhadap Keputusan Penggunaan *PayLater*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi konsumen terdapat pengaruh terhadap keputusan penggunaan *PayLater* dalam perspektif ekonomi Islam. Fakta tersebut sejalan dengan teori Setiadi (2003) yang menyatakan bahwa motivasi konsumen merupakan suatu keadaan yang mendorong diri seseorang untuk melakukan kegiatan atau perilaku dalam mencapai suatu tujuan.

Dalam perspektif ekonomi Islam, peranan motivasi sudah dijelaskan pada dalil Qur'an surah Ar-rad ayat 11, yaitu:

لَهُ مَعْقِبَتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُعَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ ۚ ۱۱

Artinya:

“Baginya (manusia) ada (malaikat-malaikat) yang menyertainya secara bergiliran dari depan dan belakangnya yang menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka mengubah apa yang ada pada diri mereka. Apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, tidak ada yang dapat menolaknya, dan sekali-kali tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia.” (Qur'an Kemenag, 2022)

Dari ayat tersebut menjelaskan bahwa motivasi terdapat pada diri manusia yang bisa mendorong terhadap tindakan manusia sehingga menjadi unsur penting dalam menentukan tujuan. Seringkali motivasi sangat erat hubungannya dengan niat, karena niat sebagai pendorong yang mengarahkan seseorang kepada suatu tujuan yang bersifat baik atau buruk.

- Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Penggunaan *PayLater*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup terdapat pengaruh terhadap keputusan penggunaan *PayLater* dalam perspektif ekonomi Islam. Artinya semakin tinggi gaya hidup seseorang akan semakin tinggi pula minatnya untuk mengekspresikan pola hidup seseorang tersebut melalui aktivitas yang dijalankannya. Dalam perspektif ekonomi Islam, gaya hidup manusia sudah diterangkan firman Allah SWT dalam surah Al-A'raf ayat 31:

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ وَاكِتَابَكَ مِنْ دُوْنِ الْمَسْجِدِ وَكُلْ وَاشْرَبْ وَلَا تُسْرِفْ ۗ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ۚ ۳۱

Artinya:

“Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan.” (Qur'an Kemenag, 2022)

Dari ayat tersebut memberikan penjelasan bahwa gaya hidup seseorang dalam berkonsumsi tidak boleh melebihi kadar kebutuhan yang dibutuhkan, yaitu tidak melakukan perbuatan yang berlebih-lebihan (Isyraf) dengan menghamburkan hartanya secara boros.

- Pengaruh Pengetahuan Riba, Motivasi Konsumen dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Penggunaan *PayLater*

Dalam tinjauan ekonomi Islam, suatu keputusan harus dilandaskan pada prinsip Islam dalam melakukan suatu perencanaan penggunaan dan sesudah menggunakannya terhadap suatu barang ataupun jasa. Sesuai dengan firman Allah SWT dalam QS. An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا
٢٩

Artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (qur'ankemenag, 2022)

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil data dan analisis yang sudah diuraikan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Variabel pengetahuan riba secara parsial tidak terdapat pengaruh terhadap keputusan penggunaan *PayLater* sebagai metode pembayaran di Marketplace dalam persepektif ekonomi Islam studi kasus generasi milenial muslim pengguna *ShopeePayLater* di Jabodetabek
- Variabel motivasi konsumen secara parsial terdapat pengaruh terhadap keputusan penggunaan *PayLater* sebagai metode pembayaran di Marketplace dalam persepektif ekonomi Islam studi kasus generasi milenial muslim pengguna *ShopeePayLater* di Jabodetabek
- Variabel gaya hidup secara parsial terdapat pengaruh terhadap keputusan penggunaan *PayLater* sebagai metode pembayaran di Marketplace dalam persepektif ekonomi Islam studi kasus generasi milenial muslim pengguna *ShopeePayLater* di Jabodetabek
- Secara simultan, pengetahuan riba, motivasi konsumen dan gaya hidup terdapat pengaruh terhadap keputusan penggunaan *PayLater* sebagai metode pembayaran di Marketplace dalam persepektif ekonomi Islam studi kasus generasi milenial muslim pengguna *ShopeePayLater* di Jabodetabek.

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan, adapun masukan yang dapat disampaikan sebagai berikut:

- Bagi generasi milenial muslim sebelum memutuskan menggunakan *SpayLater*, sebaiknya untuk memperhatikan akad yang digunakan dalam bertransaksi agar tidak mengandung unsur-unsur yang dilarang dalam Islam.
- Bagi pihak *Shopee*, dapat lebih memperhatikan kesesuaian transaksi dalam pembayaran tagihan cicilan yang terdapat tambahan biaya bunga 2,95% dan mencantumkan keterangan-keterangan konsekuensi keterlambatan pembayaran agar tidak menimbulkan kerugian di salah satu pihak.
- Bagi pihak praktisi, salah satunya lembaga yang dijadikan pedoman hukum ekonomi dan keuangan syariah yaitu DSN-MUI bisa memberikan pedoman hukum fatwa yang jelas

terkait dengan hukum penggunaan *PayLater* yang sesuai dengan perspektif ekonomi Islam dan bisa memberikan edukasi tentang *PayLater* yang sesuai dengan syariat Islam.

- Bagi peneliti selanjutnya, memperluas lingkup sasaran sampelnya dan menambah beberapa variabel yang belum diteliti pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, V.H.I. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Fitur *SPayLater* Pada Aplikasi Shopee dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumtif (Skripsi). Retrieved from <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/31330>
- Budiati, dkk (2018). *Profil generasi milenial Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.
- Damayanti, F. D., & Canggih, C. (2021). Pengaruh penggunaan pembayaran shopeepay later terhadap perilaku konsumsi islam generasi milenial di Surabaya. *Jurnal ilmiah ekonomi islam (JIEI)*, doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.2872>
- databoks. (2021). *Sebanyak 86,93% penduduk Indonesia beragama islam pada 31 desember 2021*. Retrieved February 26, 2022, from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/12/sebanyak-8693-penduduk-indonesia-beragama-islam-pada-31-desember-2021>
- databoks. (2021). *Shopee PayLater, layanan PayLater paling banyak digunakan pada 2021*. Retrieved February 26, 2022, from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/12/shopee-PayLater-layanan-PayLater-paling-banyak-digunakan-pada-2021>
- databoks. (2021). *Penggunaan e-commerce Indonesia tertinggi di dunia*. Retrieved February 26, 2022, from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>
- Harahap, R.S. (2020). Pengaruh Pengetahuan Tentang Riba Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Skripsi). Retrieved from: <http://etd.iain-padangsidempuan.ac.id/6644>
- IDX. (2021). *Ekonomi pulih, pertumbuhan e-commerce tembus 40 persen di 2021*. Retrieved April 01, 2022, from idxchannel: <https://www.idxchannel.com/economics/ekonomi-pulih-pertumbuhan-e-commerce-tembus-40-persen-di-2021>
- Jannah, M., & Musadad, A. (2021). Tinjauan hukum islam terhadap fitur layanan *ShopeePayLater*. *Jurnal kaffa*, 1(1).
- katadata. (2021). *Survei Ipsos: Shopee rajai e-commerce RI, Ungguku Tokopedia dan Lazada*. Retrieved February 26, 2022, from katadata: <https://katadata.co.id/happyfajrian/digital/61fb9d7808a8d/survei-ipsos-shopee-rajai-e-commerce-ri-ungguli-tokopedia-dan-lazada>
- lenteradana. (2021). *Statistik Lentera Dana Nusantara*. Retrieved February 26, 2022, from lenteradana: <https://www.lenteradana.co.id/lender/statistic>
- Novitasari, R., & Supriyanto. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan OVO pada mahasiswa fakultas ekonomi Uniersitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 17(1). doi: <https://doi.org/10.21831/jep.v17i1.33542>.
- qur'ankemenag. (2022). *Qur'an Kemenag*. Diambil kembali dari qurankemenag: <https://quran.kemenag.go.id/>
- Sari, Y. P. (2020). Financial Technology (Peer To Peer Lending) dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia (Skripsi). Fakultas Hukum. Retrieved from <http://lib.unnes.ac.id/42721>

- Srihardina, Eka. (2018). Pengaruh Pengetahuan Hukum Riba Dalam Keputusan Masyarakat Mengambil Pinjaman Di Rentenir Pada Desa Palangiseng Kecamatan Lilirilau Kabupaten Soppeng (Skripsi). Fakultas Agama Islam. Retrieved from <https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/2978>
- Shopee. (2021). *Syarat dan ketentuan berbelanja dengan ShopeePayLater*. Retrieved April 01, 2022, from Shopee: <https://help.shopee.co.id/article/Apa-syarat&ketentuan-berbelanja-dengan-ShopeePayLater>
- Silvia, Mega. (2020). Pengaruh Persepsi dan Motivasi Konsumen Terhadap Pembelian Makanan Cepat Saji Berlabel Halal di Kota Jambi (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi). (Skripsi). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Retrieved from <http://repository.uinjambi.ac.id/4224>
- Sumiati. (2014). Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Sikap Konsumen, dan Brand Image Pada Keputusan Pembelian Komputer Tablet Apple Ipad Pada Emax Apple Store Surabaya. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, 1(2).

Pengaruh Transparansi, Akuntabilitas, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Muzakki pada Lembaga Amil Zakat

Alya Safira Meinanda¹⁾, Ach. Bakhrul Muchtasib²⁾

¹⁾ Alya Safira Meinanda, alya.safirameinanda.ak18@mhswn.pnj.ac.id, Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, 16425, Depok, Indonesia

²⁾ Ach. Bakhrul Muchtasib, bakhrul.muchtasib@akuntansi.pnj.ac.id, Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, 16425, Depok, Indonesia

ABSTRACT

This research aims to analyze the effect of Transparency, Accountability and Trust on Loyalty of Muzakki at Amil Zakat Institutions. The method used in this study is a quantitative research method using primary data through the questionnaires which was distributed to 60 respondents, who are muzakki of Amil Zakat Institution and domiciled in DKI Jakarta. The results of the research using multiple linier regression test that partially showed that Transparency has a significant effect on Loyalty of Muzakki, Accountability has a significant effect on Loyalty of Muzakki, and Trust has a significant effect on Loyalty of Muzakki. Simultaneously, the Transparency, Accountability and Trust have a significant effect on Loyalty of Muzakki. Based on the coefficient of determination test, it was found that the variables of Transparency, Accountability, and Trust contributed 74,4% to the Loyalty of Muzakki at the DKI Jakarta Amil Zakat Institution. The results of this research are expected to be useful for Amil Zakat Institution in developing services for muzakki.

Keywords : *Transparency, Accountability, Trust, Loyalty of Muzakki.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh transparansi, akuntabilitas dan kepercayaan terhadap loyalitas muzakki pada Lembaga Amil Zakat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer melalui penyebaran Kuesioner yang dibagikan kepada 60 responden yang merupakan muzakki Lembaga Amil Zakat serta berdomisili di DKI Jakarta. Hasil Penelitian dengan uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa secara parsial transparansi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas muzakki, akuntabilitas berpengaruh signifikan terhadap loyalitas muzakki, dan kepercayaan muzakki berpengaruh signifikan terhadap loyalitas muzakki. Secara simultan transparansi, akuntabilitas, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas muzakki. Berdasarkan uji koefisien determinasi ditemukan bahwa variabel transparansi, akuntabilitas, dan kepercayaan berkontribusi sebesar 74,4% terhadap loyalitas muzakki pada Lembaga Amil Zakat DKI Jakarta. Hasil dari Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi Lembaga Amil Zakat dalam pengembangan pelayanan pada muzakki.

Kata Kunci: *Transparansi, Akuntabilitas, Kepercayaan, Loyalitas Muzakki*

¹ Corresponding author. E-mail: alya.safirameinanda.ak18@mhswn.pnj.ac.id

1 PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia Memiliki potensi zakat yang sangat besar melihat kondisi masyarakat yang mayoritas muslim. Tetapi berdasarkan hasil riset BAZNAS, zakat di Indonesia baru terealisasi sebesar 21,7% dari potensinya sebanyak 327,6 Triliun (Ridwansyah, 2020). Sehingga Kementerian Agama membuat strategi dalam rangka meningkatkan partisipasi masyarakat untuk berzakat salah satunya dengan cara mendorong masyarakat dapat menunaikan zakatnya melalui Lembaga resmi baik BAZNAS, LAZNAS, maupun UPZ (Permana, 2022).

Hasil Survei Pusat Kajian Strategis BAZNAS bersama IPB, KNKES, dan KemenAg RI yang melibatkan DKM Masjid sebanyak 667, Lembaga Pengelola ZIS Non DKM sebanyak 477 dan perseorangan sebanyak 2.067 mengenai Pembayaran ZIS Non-Kelembagaan Pengelolaan dana Zakat pada tahun 2019 – 2020, didapatkan hasil sebagai berikut

Tabel 1.1 Pengumpulan dana Zakat Non Kelembagaan per Wilayah Tahun 2019 - 2020

Pulau	Zakat (2019)	Zakat (2020)
Sumatera	Rp 4.662.145.994.091	Rp 5.231.829.729.759
Jawa	Rp 20.167.576.574.550	Rp 19.685.240.375.342
Sulawesi	Rp 1.352.276.940.967	Rp 1.472.308.460.702
Kalimantan	Rp 2.303.230.731.600	Rp 2.747.392.035.504
Bali, NTT, NTB	Rp 936.879.136.240	Rp 820.951.859.836
Maluku dan Papua	Rp 489.502.039.396	Rp 545.702.269.311
	Rp 29.911.611.416.843	Rp 30.503.424.730.454

Sumber: data diolah, Puskas BAZNAS (2020)

Berdasarkan tabel 1.1 banyaknya muzakki memilih menyalurkan dana zakat kepada Non Kelembagaan dimana terjadi kenaikan sebesar 1,98% dari tahun 2019 ke tahun 2020 dengan rincian sebanyak Rp 29.911.611.416.843 tahun 2019 dan Rp 30.503.424.730.454 tahun 2020. Dengan jumlah penghimpunan dana zakat non Kelembagaan terbesar tidak berubah yaitu pada wilayah Jawa.

Menurut Bambang Sudibyo (Ketua BAZNAS periode 2015-2020) bahwa masyarakat yang membuat pilihan untuk membayar zakat di Kelembagaan non resmi menyebabkan rendahnya perhitungan jumlah penghimpunan dana ZIS di Indonesia dari potensi yang ada. Terbukti dengan jumlah penghimpunan dana ZIS Non Kelembagaan tahun 2020 mengalami peningkatan sebesar 5,10 persen dari tahun 2019. Ini membuktikan bahwa nilai yang berhasil dikumpulkan oleh Kelembagaan resmi seperti BAZNAS maupun LAZ jauh lebih kecil dibandingkan dengan penghimpunan di Non Kelembagaan (Puskas BAZNAS, 2020).

Tren grafik yang dimiliki BAZIS di Provinsi DKI Jakarta terhadap penghimpunan dana ZIS terus meningkat setiap tahunnya tetapi dibandingkan dengan potensi zakat di Jakarta, tren tersebut masih sangat rendah. Berdasarkan perhitungan PDRB (Pendapatan Domestik Regional Bruto). Dikutip dari Jurnal MEIS (2017), Realisasi penghimpunan dana zakat yang terjadi pada tahun 2015 di DKI Jakarta baru mencapai 134,38 miliar rupiah sedangkan potensi zakat di DKI Jakarta seharusnya mencapai 26,4 triliun rupiah (yang di hitung dari 1,5% nya PDRB DKI Jakarta sebanyak 1.761 Triliun rupiah). Rumus tersebut

berdasarkan simpulan beberapa penelitian mengenai perhitungan potensi zakat (Middle East And Islamic Studies, 2017). Dapat diartikan bahwa masih rendahnya minat masyarakat Provinsi DKI Jakarta untuk menjadi donatur zakat di OPZ Kelembagaan resmi seperti Lembaga Amil Zakat.

Konsep atau aspek yang bisa diterapkan LAZ dalam mengelola dana zakat kunci agar sebuah Lembaga Pengelola Zakat dapat dipercaya oleh masyarakat luas yakni berupa *Good Organization Governance* (Amanah, Profesional, dan Transparan) (Satrio & Siswantoro, 2016). Penerapan prinsip Akuntabilitas dan Transparansi dapat menambah kepercayaan serta loyalitas muzakki dalam optimalisasi penghimpunan dana zakat di Lembaga Amil Zakat. Namun dalam beberapa penelitian terdahulu masih terdapat beberapa hasil yang memperoleh bahwa variabel transparansi dan akuntabilitas tidak berpengaruh signifikan sehingga belum konsisten pengaruh transparansi dan akuntabilitas terhadap loyalitas.

Hal tersebut menarik peneliti untuk meneliti dan memahami lebih lanjut mengenai apakah pengaruh Transparansi dan Akuntabilitas menyebabkan para muzakki cenderung menyalurkan dana zakatnya kepada Non Kelembagaan. Karena kepercayaan muzakki dalam menyalurkan dana zakat di Lembaga akan terjadi apabila pihak Lembaga menunjukkan profesionalitasnya dengan memberikan laporan secara transparan serta dapat membuktikan kinerjanya dalam mengelola dengan kejujuran. Loyalitas muzakki merupakan komitmen muzakki kepada suatu lembaga amil zakat. Sikap positif yang diberikan muzakki tersebut terlihat dari penyaluran dana zakatnya kepada lembaga secara konsisten. Oleh karena itu, perlunya pengoptimalan dalam pengelolaan dana zakat di Lembaga Amil Zakat agar semakin meningkatnya loyalitas para masyarakat untuk berkontribusi menjadi donatur dengan cara menyalurkan dana zakat di Lembaga Amil Zakat.

Berdasarkan latar belakang yang diliat maka penelitian ini mengangkat judul **“Pengaruh Transparansi, Akuntabilitas, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Muzakki pada Lembaga Amil Zakat”**.

Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang, maka rumusan masalah yang akan diteliti pada penelitian ini adalah:

1. Apakah Transparansi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas muzakki pada Lembaga Amil Zakat?
2. Apakah Akuntabilitas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas muzakki pada Lembaga Amil Zakat?
3. Apakah Kepercayaan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas muzakki pada Lembaga Amil Zakat?
4. Apakah Transparansi, Akuntabilitas dan Kepercayaan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Loyalitas Muzakki pada Lembaga Amil Zakat?

2. TINJAUAN PUSTAKA

Loyalitas Muzakki

menurut *Pearson*, loyalitas dapat diartikan sebagai sikap ataupun perilaku seseorang yang menguntungkan institusi, salah satunya dengan cara mengambil keputusan membeli ulang hasil produksi institusi serta merekomendasikannya kepada orang lain. (Yuliafitri & Khoiriyah, 2016). Pendapat lain dari *Kotler* dan *Keller*, loyalitas atau yang dapat diartikan sebagai kesetiaan merupakan sikap seseorang untuk memegang komitmen kuat dengan cara membeli atau berlangganan kembali di masa depan dengan ada atau tidaknya pengaruh situasi dan usaha *marketing* yang berpotensi terjadinya perubahan perilaku. Sehingga

berdasarkan pendapat-pendapat tersebut, sikap loyalitas yang diberikan konsumen akan meningkatkan perkembangan insitusi dikarenakan adanya pembelian ulang serta rekomendasi yang dilakukan konsumen terhadap produk atau jasa perusahaan. Sehingga loyalitas muzakki dapat disimpulkan berupa kondisi dimana penggunaan program atau jasa yang dilakukan muzakki secara berkelanjutan atau berulang kali kepada Lembaga Amil Zakat serta memberikan dampak dan pengaruh yang positif terhadap muzakki lainnya.

Kepercayaan

Moorman mendefinisikan kepercayaan sebagai kemauan atau kesediaan individu bergantung dengan pihak lain karena keyakinan individu tersebut kepada pihak lain. Kepercayaan dapat dikatakan ketika terciptanya keyakinan dalam kegiatan pertukaran antar dua pihak atau lebih yang mempunyai integritas dan kredibilitas. Kepercayaan merupakan langkah awal agar dibuktikan dalam membentuk atau membangun suatu kesepakatan transaksi dengan melibatkan lebih dari satu pihak. (Mubarok, 2017). Menurut Mayer et al, Kepercayaan konsumen didefinisikan sebagai kesediaan satu pihak untuk menerima resiko dari tindakan pihak lain berdasarkan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan penting untuk pihak yang mempercayainya, terlepas dari kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan pihak yang dipercaya. Pengelolaan zakat yang profesional bagian dari menumbuhkan kepercayaan terhadap Lembaga atau Organisasi Pengelola Zakat. Dengan tumbuhnya kepercayaan muzakki akan meningkatkan penghimpunan zakat secara optimal karena kepercayaan dari muzakki merupakan salah satu modal penting dalam mendorong serta memotivasi muzakki lainnya untuk berzakat di Lembaga tersebut.

Transparansi

Menurut KNKG, transparansi ialah suatu keadaan dimana lembaga dapat terbuka memberikan akses kepada pemangku kepentingan mengenai informasi yang dapat dipahami secara relevan dan material. Transparansi akan berdampak baik bagi keputusan muzakki menyalurkan dana zakat kepada mustahiq sendiri atau lembaga amil zakat. Dengan terciptanya transparansi, hubungan kepercayaan muzakki dengan lembaga akan semakin baik dan meningkatkan motivasi para muzakki lainnya. Menurut Abdussalam Abu Tapanjeh, konsep transparansi dalam perspektif Islam adalah (Nofitasari, 2020):

- Organisasi bersifat terbuka kepada muzakki. Mudah diaksesnya semua informasi mengenai aktivitas pengelolaan dana zakat sampai informasi keuangan kepada pihak yang berkepentingan.
- Informasi harus diungkapkan secara relevan, jujur, tepat waktu.
- Pemberian informasi perlu dilakukan secara adil kepada semua pihak yang membutuhkan.

Transparansi merupakan hak para muzakki yang dijamin untuk mendapatkan kemudahan akses mengenai informasi baik informasi pengelolaan dana zakat maupun informasi keuangan yang dibutuhkan secara jujur, mudah dipahami, serta relevan yang diberikan secara langsung oleh lembaga yang berkepentingan sehingga kepercayaan pun semakin meningkat. Transparansi pun akan memaksimalkan jumlah potensi dana zakat yang ada di lembaga amil zakat.

Akuntabilitas

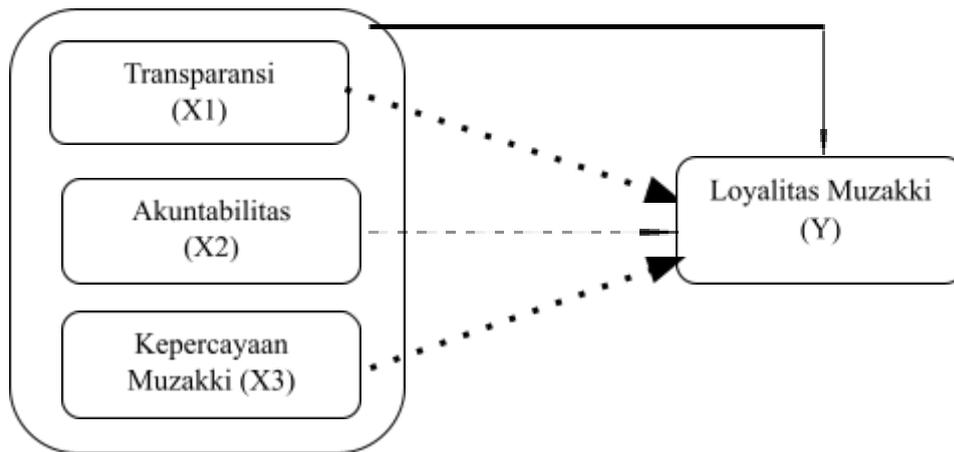
Menurut KNKG (Komite Nasional Kebijakan Governance), Akuntabilitas merupakan prinsip para pengelola yang mempunyai kewajiban mengembangkan sistem akuntansi dengan efektif agar menghasilkan laporan keuangan yang dapat dipercaya. Sedangkan menurut UU KIP, Akuntabilitas ialah kejelasan berupa fungsi, pelaksanaan, serta pertanggungjawaban sebuah perusahaan secara terbuka sehingga pengelolaan terlaksana dengan efektif (Leoverdi, 2020). Artinya akuntabilitas dapat diartikan sebagai sebuah tanggung jawab suatu perusahaan atas wewenangnya. Menurut Abdussalam Muhammad Abu Tapanjeh yang dikutip dalam

penelitian Mansur (2021), Indikator pelaksanaan Akuntabilitas dalam perspektif Islam adalah:

1. Segala aktivitas yang harus memperhatikan dan mengutamakan kesejahteraan umat sebagai perwujudan amanah yang diberikan Allah kepada manusia sebagai seorang khalifah
2. Aktivitas organisasi dilaksanakan dengan adil
3. Aktivitas organisasi tidak merusak lingkungan sekitar

Kerangka dan Hipotesis Penelitian

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



Sumber : Data diolah, 2022

- H1= Transparansi berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Muzakki di Lembaga Amil Zakat DKI Jakarta.
- H2= Akuntabilitas berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Muzakki di Lembaga Amil Zakat DKI Jakarta.
- H3= Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Muzakki di Lembaga Amil Zakat DKI Jakarta.
- H4= Transparansi, Akuntabilitas, dan Kepercayaan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Loyalitas Muzakki di Lembaga Amil Zakat DKI Jakarta.

3. METODOLOGI PENELITIAN

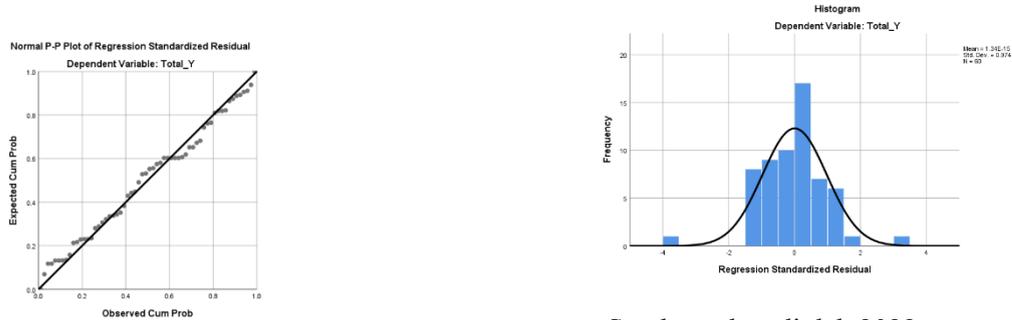
Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan kuisisioner dengan metode survei diolah dengan menggunakan program SPSS 25. Metode Pengambilan Sampel berupa *Non Probability Sampling* dengan pendekatan *Accidental Sampling*. Penyebaran Kuesioner kepada para muzakki Lembaga Amil Zakat DKI Jakarta yang berdomisili di DKI Jakarta dengan kriteria perempuan dan laki-laki kisaran usia 21 – 45 tahun. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Uji yang dilakukan adalah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, uji beda dua sampel Tidak Berhubungan (*Independent Samples T Test*).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik:
Uji Normalitas

Sumber : data diolah 2022

Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram



Sumber : data diolah 2022

Berdasarkan gambar 4.1 dan 4.2 diatas menunjukkan bahwa pengujian normalitas berdistribusi normal. Hal ini dapat dilihat pada gambar 4.1 bahwa titik-titik menyebar mengikuti garis dan arah disekitarnya dan gambar 4.2 bahwa garis tidak condong ke kiri atau ke kanan sehingga persyaratan normalitas bisa terpenuhi. Untuk menegaskan hasil uji normalitas diatas maka peneliti melakukan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.1 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.67966627
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.064
	Negative	-.078
Test Statistic		.078
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 diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan hasil dari uji normalitas K-S berupa nilai signifikansi sebesar $0,200 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan dalam penelitian ini pengujian berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4.2 Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance Value	VIF
Transparansi (X1)	0,345	2,903
Akuntabilitas (X2)	0,347	2,878
Kepercayaan (X3)	0,492	2,035

Sumber: data diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan hasil dari Uji Multikolinearitas berupa nilai *tolerance value* pada variabel transparansi (X_1) sebesar $0,345 > 0,1$ dengan VIF sebesar $2,903 < 10$. Variabel Akuntabilitas (X_2) sebesar $0,347 > 0,1$ dengan VIF $2,878 < 10$. Variabel Kepercayaan (X_3) $0,492 > 0,1$ dengan VIF $2,035 < 10$. Sehingga dalam Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa data dinyatakan bebas multikolinearitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	5,787	0,953
	Transparansi	- 0,205	0,075
	Akuntabilitas	0,613	0,075
	Kepercayaan	0,143	0,063

Tabel 4.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat nilai konstanta (nilai α) sebesar 5,787, kemudian untuk transparansi (nilai β) sebesar - 0,205, akuntabilitas (nilai β) sebesar 0,613, dan kepercayaan (nilai β) sebesar 0,143.

Uji Hipotesis

Uji t (Parsial)

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini dan hasil uji t dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁: Transparansi berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Muzakki di Lembaga Amil Zakat DKI Jakarta.

H₂: Akuntabilitas berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Muzakki di Lembaga Amil Zakat DKI Jakarta.

H₃: Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Muzakki di Lembaga Amil Zakat DKI Jakarta.

Tabel 4.4 Uji Hipotesis

Variabel	t Hitung	Sig.	t Tabel
Transparansi	2,749	0,008	2,003
Akuntabilitas	8,171	0,000	2,003
Kepercayaan	2,278	0,027	2,003

Sumber: data diolah, 2022

Tabel 4.4 merupakan hasil dari perhitungan uji t (parsial) yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Variabel Transparansi (X1) dengan t hitung 2,749 > t tabel 2,003 dan nilai signifikasinya 0,008 < 0,050. Artinya, secara parsial variabel transparansi (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel Loyalitas Muzakki (Y) DKI Jakarta di Lembaga Amil Zakat.
- Variabel Akuntabilitas (X2) dengan t hitung 8,171 > t tabel 2,003 dan nilai signifikasinya 0,000 < 0,050. Artinya, secara parsial variabel Akuntabilitas (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel Loyalitas Muzakki (Y) DKI Jakarta di Lembaga Amil Zakat.
- Variabel Kepercayaan (X3) dengan t hitung 2,278 > t tabel 2,003 dan nilai signifikasinya 0,027 < 0,050. Artinya, secara parsial variabel Kepercayaan (X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel Loyalitas Muzakki (Y) DKI Jakarta di Lembaga Amil Zakat.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 4.5 Uji F (Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	483.728	3	161.243	54.246	.000 ^b
	Residual	166.455	56	2.972		
	Total	650.183	59			

a. Dependent Variable: Total_Y

b. Predictors: (Constant), Total_X3, Total_X2, Total_X1

Sumber: data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.13 diketahui nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 dan F_{hitung} sebesar 54,246 > F_{tabel} 0,798 yang artinya hipotesis diterima atau dengan kata lain variabel transparansi, akuntabilitas dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas muzakki.

Uji Koefisien Determinan (R²)

Tabel 4.6 Hasil Uji Koefisien Determinan (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.863 ^a	.744	.730	1.72407

a. Predictors: (Constant), Total_X3, Total_X2, Total_X1

b. Dependent Variable: Total_Y

Sumber: Lampiran SPSS 26 diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa nilai R² memperoleh angka 0,744 atau 74,4%. Artinya besarnya pengaruh atau kontribusi yang diberikan variabel bebas berupa transparansi, akuntabilitas dan kepercayaan terhadap variabel terikat berupa loyalitas muzakki adalah 74,4%. Adapun sebesar 25,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari penelitian ini.

5. Hasil dan Pembahasan

a. Pengaruh Transparansi terhadap Loyalitas Muzakki pada Lembaga Amil Zakat

Berdasarkan hasil pengujian pada variabel Transparansi (X1) terhadap variabel Loyalitas Muzakki (Y) dalam menyalurkan dana zakat di Lembaga Amil Zakat secara parsial dapat dilihat dari nilai t dan signifikasinya. t hitung 2,749 > t tabel 2,003 dan nilai signifikasinya 0,008 < 0,050. Menunjukkan bahwa transparansi berpengaruh dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas muzakki pada Lembaga Amil Zakat di DKI Jakarta. H₁ yang

menyatakan bahwa transparansi memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas muzakki pada Lembaga Amil Zakat DKI Jakarta diterima.

Penelitian ini didukung kajian penelitian yang dilakukan oleh Nurul Inayah dan Zahrotul Muanisah (2018) yang menghasilkan bahwa transparansi berhubungan dan signifikan terhadap loyalitas muzakki. Prinsip transparansi dalam hal ini berupa keterbukaan akan informasi seperti informasi mengenai pengelolaan dana zakat yang dilaporkan melalui Laporan Keuangan Tahunan serta regulasi-regulasi yang dibentuk pada Lembaga Amil Zakat. Lalu berdasarkan hasil penelitian dari Auliyaun (2021) juga menyatakan bahwa transparansi mampu memberikan pengaruh yang kuat terhadap loyalitas muzakki dalam menyalurkan dana zakat di BAZ.

Berdasarkan Uji Validitas yang didapatkan hasil diketahui informasi yang dikeluarkan Lembaga Amil Zakat mengenai kebijakan finansial hingga program-program kerja yang dikeluarkan sudah jelas dan mudah dipahami.

b. Pengaruh Akuntabilitas terhadap Loyalitas Muzakki pada Lembaga Amil Zakat

Hasil pengujian pada variabel Akuntabilitas (X_2) terhadap variabel Loyalitas Muzakki (Y) dalam menyalurkan dana zakat di Lembaga Amil Zakat secara parsial dapat dilihat dari nilai t dan signifikasinya. $t_{hitung} 8,171 > t_{tabel} 2,003$ dan nilai signifikasinya $0,00 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel akuntabilitas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas muzakki dalam menyalurkan dana zakat di Lembaga Amil Zakat, sehingga H_2 yang menyatakan bahwa akuntabilitas berpengaruh signifikan terhadap loyalitas muzakki di Lembaga Amil Zakat diterima.

Kemudian pada penelitian yang dilakukan oleh Baiti (2019) didapatkan hasil bahwa berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan muzakki. Hal ini menunjukkan bahwa muzakki sangat memperhatikan akuntabilitas dalam dari lembaga pilihannya. Lembaga yang akuntabel akan memunculkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga sehingga penghimpunan dana zakat pun meningkat dan dapat disalurkan secara tepat. Secara teoritis, baik buruknya akuntabilitas akan mempengaruhi kepercayaan muzakki terhadap Lembaga zakat tersebut.

Berdasarkan uji validitas didapatkan hasil bahwa Muzakki merasa Lembaga amil zakat yang mereka pilih, merupakan lembaga yang Amanah karena program-program yang dijalankan sudah sesuai serta dapat dimanfaatkan oleh mustahiq.

c. Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Muzakki pada Lembaga Amil Zakat

Hasil pengujian pada variabel Kepercayaan (X_3) terhadap variabel Loyalitas Muzakki (Y) dalam menyalurkan dana zakat di Lembaga Amil Zakat secara parsial dapat dilihat dari nilai t dan signifikasinya. $t_{hitung} 2,278 > t_{tabel} 2,003$ dengan nilai signifikasinya $0,02 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial Kepercayaan berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas muzakki di Lembaga Amil Zakat DKI Jakarta. sehingga (H_3) diterima yang berisi bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas muzakki.

Variabel Kepercayaan merupakan salah satu faktor atau modal penting yang mempengaruhi loyalitas muzakki pada Lembaga Amil Zakat karena dengan kepercayaan dari muzakki akan meningkatkan dana yang terhimpun. Sebagaimana hasil penelitian Nurul Inayah dan Zahrotul Muanisah (2018), bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas muzakki secara signifikan. Sehingga lembaga-lembaga yang sudah dipercaya oleh para muzakki mempunyai wewenang supaya mempertahankan kepercayaan tersebut serta menarik perhatian masyarakat lain agar ikut berzakat melalui lembaga amil zakat.

Hal tersebut didukung berdasarkan uji validitas yang menunjukkan hasil bahwa Lembaga Amil Zakat di DKI Jakarta sudah memberikan afeksi yang positif bagi masyarakat. Hal itu dapat terwujud dari hasil sosialisasi mengenai penghimpunan dan penyaluran zakat yang dilakukan Lembaga kepada masyarakat.

d. Pengaruh Transparansi, Akuntabilitas dan Kepercayaan secara simultan terhadap Loyalitas Muzakki pada Lembaga Amil Zakat

Hasil pengujian pada tabel 4.22 menunjukkan hasil uji f yaitu f_{hitung} sebesar $54,246 > f_{tabel}$ yaitu $0,798$ dan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$, Hal ini menunjukkan secara empiris bahwa Pengaruh Transparansi, Akuntabilitas dan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Loyalitas Muzakki di Lembaga Amil Zakat, sehingga H_4 diterima. Berdasarkan uji determinasi pada Tabel 4.13 didapatkan nilai R^2 sebesar $0,744$ atau $74,4\%$. Hal ini memiliki arti bahwa transparansi, akuntabilitas, dan kepercayaan mempengaruhi sebesar $74,4\%$ terhadap loyalitas muzakki dengan $25,6\%$ berpengaruh dari variabel lain diluar model regresi ini.

Pada pengujian validitas menunjukkan bahwa muzakki sudah percaya dan mengandalkan lembaga zakat serta muzakki merasa bahwa lembaga yang mereka pilih untuk mengelola dana zakat mereka sudah mampu untuk direkomendasikan. Pengelolaan dan pelayanan yang sangat baik akan meningkatkan loyalitas muzakki terhadap lembaga tersebut.

6. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui tahapan pengumpulan data, pengolahan data, dan analisis data mengenai pengaruh transparansi, akuntabilitas dan kepercayaan terhadap loyalitas muzakki dalam menyalurkan dana zakat di Lembaga Amil Zakat, maka disimpulkan sebagai berikut:

- Terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan variabel Transparansi terhadap Loyalitas Muzakki yang berdomisili di DKI Jakarta pada Lembaga Amil Zakat DKI Jakarta. Hal ini dapat disebabkan karena muzakki merasa sudah memahami kebijakan-kebijakan serta kegiatan yang dikeluarkan dan sudah sangat mengandalkan Lembaga Amil Zakat dalam pengelolaan dana zakat.
- Terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan variabel Akuntabilitas terhadap Loyalitas *Muzakki* yang berdomisili di DKI Jakarta pada Lembaga Amil Zakat DKI Jakarta. *Muzakki* merasa Lembaga Amil Zakat sudah profesional dan Amanah terhadap pengelolaan dana zakat. Karena akuntabilitas lembaga sangat dibutuhkan para *muzakki* agar semakin meningkatnya reward mereka terhadap lembaga yaitu loyalitas.
- Terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan variabel Kepercayaan terhadap loyalitas muzakki yang berdomisili di DKI Jakarta pada Lembaga Amil Zakat DKI Jakarta. Hal ini menunjukkan terciptanya loyalitas disebabkan kepercayaan yang sudah dibentuk Lembaga Amil Zakat kepada muzakki.
- Transparansi, Akuntabilitas dan Kepercayaan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Loyalitas *Muzakki* pada Lembaga Amil Zakat. Sebanyak $74,4\%$ variabel bebas tersebut mempengaruhi variabel terikat yaitu loyalitas *muzakki*.

Saran

Berdasarkan hasil dari kesimpulan di atas, maka saran yang dapat diberikan penulis sebagai Berikut:

- Lembaga Amil Zakat terutama di DKI Jakarta diharapkan dapat memperbaiki kualitas pelayanan transparansi agar informasi yang dibagikan meningkatkan perhatian para muzakki terhadap pelayanan transparansi pada lembaga.
- Akuntabilitas di Lembaga Amil Zakat DKI Jakarta harus terus dipertahankan terutama perlunya para amil yang memang berfokus terhadap ilmu-ilmu seperti Akuntansi, Manajemen, Kewirausahaan maupun Teknologi.
- Agar terus terjaga kepercayaan para muzakki yang sudah dibentuk para Lembaga amil zakat mengenai pelayanan pengelolaan zakat seperti sumber penghimpunan dan tujuan penyaluran dana zakat yang sudah jelas.

- Untuk peneliti mendatang diharapkan dapat memberikan gambaran serta perspektif yang berbeda dengan menambah variabel bebas lainnya yang mempengaruhi variabel terikat Loyalitas Muzakki terutama variabel yang dapat mempengaruhi keseimbangan potensi dengan realisasi dana zakat di DKI Jakarta.

8. DAFTAR PUSTAKA

- Leoverdi, O. (2020). Pengaruh Kepuasan Muzakki, Akuntabilitas dan Transparansi Terhadap Loyalitas Muzakki pada BAZNAS Kabupaten Ogan Komering Ilir. *Skripsi*, 18.
- Middle East And Islamic Studies. (2017). MEIS. *Jurnal Middle East and Islamic Studies, Volume 5 No. 1 Juli - Desember 2017*, 105.
- Permana, F. E. (2022, April 12). *Republika*. Diambil kembali dari Republika Web site: republika.co.id/berita/ra6mia320/hanya-8-persen-masjid-yang-terdaftar-sebagai-unit-pengumpul-zakat
- Puskas BAZNAS. (2020). Survei Pembayaran ZIS Non-OPZ di Indonesia 2019 - 2020. *Officia News No. 11/ON/12/2020*, 4-7.
- Ridwansyah, D. (2020, 5 22). *Jawa Pos*. Diambil kembali dari Jawa Pos Web site: <https://www.jawapos.com/>
- Satrio, E., & Siswantoro, D. (2016). Analisis Faktor Pendapatan, Kepercayaan dan Religiusitas Dalam Mempengaruhi Minat Muzakki Untuk Membayar Zakat Penghasilan Melalui Lembaga Amil Zakat. *Simposium Nasional Akuntansi XIX, Lampung*, 2.
- Yuliafitri, I., & Khoiriyah, A. N. (2016). Pengaruh Kepuasan Muzakki, Transparansi dan Akuntabilitas pada Lembaga Amil Zakat terhadap Loyalitas Muzakki. *Islamiconomic: Jurnal Ekonomi Islam Vol. 7 No. 2 Juli - Desember 2016*, 209 - 210.

Pengaruh Pemberian *Reward* dan *Punishment* Terhadap Kinerja Karyawan Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Wilayah Depok)

Fatimah Azzahra¹⁾, Ach. Bakhrul Muchtasib²⁾

¹⁾ Fatimah Azzahra, fatimah.azzahra.ak18@mhswn.pnj.ac.id, Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta, Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, 16425, Depok, Indonesia

²⁾ Ach. Bakhrul Muchtasib, bakhrul.muchtasib@akuntansi.pnj.ac.id, Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta, Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, 16425, Depok, Indonesia

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of giving rewards and punishments on the performance of Bank Syariah Indonesia employees in the Depok area. Data collection in this study was done by distributing questionnaires. The analysis in this research is using quantitative data. Sampling in this study using the theory of rescoe. The results of this study using the T test (partial) that the reward does not have a significant effect of 0.157 and 0.876 on employee performance, this indicates that reward has no significant effect on employee performance. Punishment has a significant effect of 3.013 and 0.004 on employee performance, this shows that punishment has a significant effect on employee performance. The results of the coefficient of determination test (R²) are known to be 0.558, which means that the independent variables, namely reward and punishment, affect the dependent variable, namely employee performance by 55.8% and the remaining 44.2% which is influenced by other variables outside Research Model.

Keywords: *Reward, Punishment, and Employee Performance*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemberian *reward* dan *punishment* terhadap kinerja karyawan Bank Syariah Indonesia Wilayah Depok. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner. Analisis pada penelitian ini yaitu menggunakan data kuantitatif. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teori *rescoe*. Sampel yang diperoleh yaitu sebanyak 50 responden. Hasil dari penelitian ini dengan menggunakan uji T (parsial) bahwa *reward* tidak berpengaruh sebesar 0,157 dan signifikan 0,876 terhadap kinerja karyawan, hal ini menunjukkan bahwa *reward* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. *Punishment* berpengaruh sebesar 3,013 dan signifikan sebesar 0,004 terhadap kinerja karyawan, hal ini menunjukkan bahwa *punishment* berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Hasil uji koefisien determinasi (R²) diketahui sebesar 0,558 yang artinya bahwa variable-variabel independen, yaitu *reward* dan *punishment* berpengaruh terhadap variable dependen, yaitu kinerja

¹ Corresponding author. E-mail: fatimah.azzahea.ak18@mhswn.pnj.ac.id

karyawan sebesar 55,8% dan sisanya sebesar 44,2% yang dipengaruhi oleh variable-variabel lain diluar model penelitian.

Kata-Kata Kunci: *Reward, Punishment, dan Kinerja Karyawan*

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada saat ini pengembangan kualitas sumber daya manusia adalah salah satu cara yang harus diraih bagi sebuah perusahaan. Jumlah tenaga kerja di Indonesia kian meningkat. Menurut BPS.go.id jumlah tenaga kerja di Jawa Barat menjadi salah satu yang terbanyak di Indonesia yaitu sebanyak 1,49 juta orang. Kualitas karyawan terbentuk dengan adanya standar operasional, tata tertib dan aturan yang dikeluarkan oleh perusahaan sebagai landasan karyawan dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya. Kesuksesan perusahaan tidak luput dari kinerja yang diberikan karyawannya. Oleh sebab itu, perusahaan wajib memberikan hak-hak karyawan dengan adil dan sesuai dengan kebijakan. Apresiasi yang dituangkan perusahaan kepada karyawannya menjadi salah satu faktor terbentuknya kinerja karyawan yang baik sehingga dapat menghasilkan kualitas SDM yang baik pula.

Salah satu bentuk apresiasi terhadap karyawan adalah dengan memberikan reward. Reward dapat menjadi sebuah motivasi bagi karyawan dalam aktifitas pekerjaannya. Sehingga terciptanya loyalitas dan kinerja yang baik. Dengan adanya reward atau apresiasi yang diberikan kepada karyawan perusahaan juga menerapkan punishment untuk karyawan. Pada dasarnya punishment menjadi hal yang sangat ditakuti oleh siapapun.

Pada penelitian singkat yang dilakukan oleh peneliti karyawan berpendapat bahwa masih dirasa kurang dari penerapan punishment yang diberikan oleh perusahaan. Penelitian singkat ini dilakukan kepada Dwi Elandari selaku karyawan di Bank Syariah Indonesia KCP FMIPA UI pada hari Senin, 18 April 2022 mengatakan bahwa masih kurangnya pemberian dari penerapan punishment kepada karyawan yang malas bekerja, lalai dalam bekerja, datang terlambat, dan mengabaikan absensi sehingga karyawan meremehkan sanksi yang berlaku di dalam perusahaan. Hukuman yang diberikan kepada karyawan yang melanggar, akan mendapat teguran lisan dari pimpinan berupa teguran lisan dan surat peringatan. Selain itu juga karyawan yang memenuhi target perusahaan. Misalnya, pada karyawan di bidang pelayanan. Karyawan tersebut mampu melampaui target yang sudah diberikan oleh bank, sehingga karyawan tersebut berhak mendapatkan reward yaitu dalam bentuk bonus.

Namun, pada kenyataannya hasilnya belum optimal. Pada praktiknya penerapan pemberian punishment bahwa teguran yang diberikan oleh pimpinan masih tidak memberikan efek jera kepada karyawan yang masih datang terlambat sehingga sudah menjadi kebiasaan yang dilakukan oleh karyawan tersebut. Begitu pula sama dengan penerapan reward, tidak semua karyawan yang diberikan reward oleh pimpinan menjadi lebih giat lagi dalam bekerja, karyawan tersebut malah menjadi lalai dengan pekerjaan yang di berikan karna sudah merasa puas atas apa yang sudah dicapai. Dengan hal ini BSI harus memberikan motivasi kepada karyawan meningkatkan kinerjanya dan disiplin lagi dalam bekerja. Sehingga dapat menciptakan karyawan yang berkualitas, profesional dan bertanggung jawab.

Perbankan terus berlomba-lomba dalam menciptakan ruang kerja terbaik bagi perusahaannya agar karyawan dapat memberikan kinerja yang maksimal kepada perusahaan

sehingga mampu mencapai tujuan bersama. Dapat dilihat pada BSI, BSI baru saja terbentuk namun dapat memberikan pelayanan terbaiknya. Dibuktikan berdasarkan data dari kontan.co.id dengan capaian auto migrasi nasabah eks BNI Syariah, sebanyak Rp 16,1 triliun DPK masuk ke BSI.

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Viola Putri Permadani (2020) membuktikan bahwa reward dan punishment tidak mempunyai pengaruh langsung terhadap kinerja karyawan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat gap antara penelitian terdahulu dengan teori para ahli dan dengan hasil wawancara yang peneliti lakukan. Dapat dilihat terjadinya ketidak samaan antara penelitian terdahulu yaitu menunjukkan hasil reward dan punishment berpengaruh terhadap kinerja karyawan, sedangkan hasil wawancara menunjukkan bahwa penerapan reward dan punishment dirasa masih kurang terhadap kinerja karyawan. Dari yang sudah penulis uraikan di atas penulis akan menarik kesimpulan bahwa akan mengambil judul penelitian **“Pengaruh Pemberian Reward dan Punishment Terhadap Kinerja Karyawan Di Bank syariah Indonesia (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Wilayah Depok)”**.

Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang, maka rumusan masalah yang akan diteliti pada penelitian ini adalah:

1. Apakah variabel *reward* berpengaruh terhadap kinerja karyawan di Bank Syariah Indonesia Wilayah Depok ?
2. Apakah variabel *punishment* berpengaruh terhadap kinerja karyawan di Bank Syariah Indonesia Wilayah Depok ?
3. Apakah variabel *reward* dan *punishment* secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja karyawan di Bank Syariah Indonesia Wilayah Depok ?

2. TINJAUAN PUSTAKA

Reward

Menurut Sastrohadiwiryo (2009), *reward* ialah penghargaan atas prestasi yang diberikan perusahaan kepada pekerja karena pekerja tersebut memberikan kontribusi yang baik bagi kemajuan perusahaan yaitu untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan. *Reward* merupakan penghargaan yang diberikan kepada individu atau kelompok ketika berhasil melakukan suatu kelebihan dibidang tertentu. Kesimpulan pernyataan tersebut *Reward* ialah suatu penghargaan atas kinerja karyawan karena mendukung perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Namun ada juga perusahaan yang memberikan penghargaan dengan bentuk barang atau sejenisnya. Pada umumnya perusahaan merekomendasikan *reward* yaitu berupa uang, point, atau liburan. Pada dasarnya *reward* dari suatu perusahaan dapat berwujud dan tidak berwujud.

Punishment

Mangkunegara (2013) merupakan hukuman yang bermaksud untuk meningkatkan dan mempertahankan kinerja karyawan pelanggar, serta menjaga tata tertib yang sudah ditetapkan sehingga memberikan efek jera kepada pelanggar. Hukuman ialah suatu hukuman yang dijatuhkan setelah karyawan pelanggar melakukan tindakan negative dengan tujuan untuk

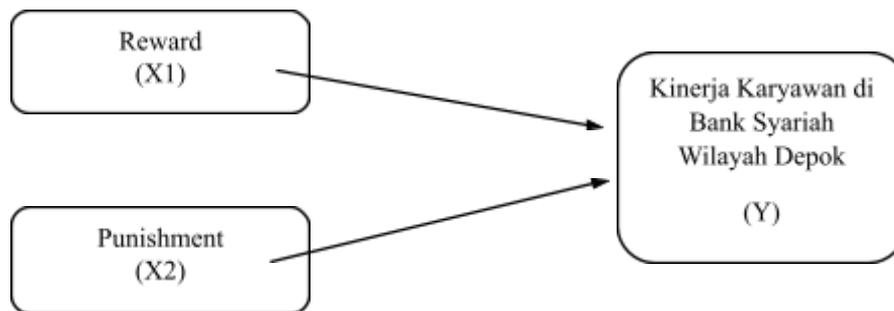
memperbaiki tindakan negative tersebut. Ketakutan karena hukuman yang sudah diberikan berdampak positif dalam menghambat suatu keinginan negatif tersebut. Karena jika karyawan pelanggar mengulangi perilaku negatif, maka akan mendapatkan hukuman yang sama atau bahkan bisa lebih berat lagi.

Kinerja

Menurut Anwar Prabu Mangkunegara (2000). Prestasi kerja ialah kualitas dan kuantitas yang dilakukan pegawai untuk menjalankan tugasnya sesuai dengan pekerjaan diberikan kepada karyawan tersebut. Maluyu S.P. Hasibuan (2001) mengatakan kinerja ialah hasil kerja yang dikerjakan oleh karyawan pada saat melaksanakan pekerjaan berdasarkan keterampilan, keahlian, integritas, dan waktu. Kinerja ialah suatu kondisi yang harus diperhatikan dan ditegaskan oleh beberapa pihak untuk mengetahui sejauh mana perusahaan mencapai hasil suatu lembaga terkait dengan visi yang dilakukan oleh organisasi tersebut, sehingga dapat mengetahui dampak positif dan negatif dari suatu prosedur dalam perusahaan.

Kerangka dan Hipotesis Penelitian

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran



- H1= Terdapat pengaruh yang signifikan dari Reward ((X₁) terhadap Kinerja Karyawan (Y)
- H2= Terdapat pengaruh yang signifikan dari *Punishment* (X₂) terhadap Kinerja Karyawan (Y)
- H3= Terdapat pengaruh yang signifikan dari *Reward* (X₁) dan *Punishment* (X₂) terhadap Kinerja Karyawan (Y)

3. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian yang dilakukan dengan pengumpulan data yang berbentuk angka, Penelitian ini menggunakan kuisisioner dengan metode survei diolah dengan menggunakan program SPSS 28. Metode pengambilan sampel berupa *Non Probability Sampling* dengan teori *Roscoe*. Penyebaran Kuisisioner kepada para karyawan Bank Syariah Indonesia Wilayah Depok dengan kriteria merupakan karyawan di BSI Wilayah Depok dan telah bekerja di BSI Wilayah Depok lebih dari 1 tahun. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 28. Uji yang dilakukan adalah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, uji koefisien determinasi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 4.1 Uji Validitas

Variabel	No. Item	Rhitung	Rtabel 5% N = 30	Keterangan
<i>Reward X1</i>	1	0.769	0,361	Valid
	2	0.896	0,361	Valid
	3	0.904	0,361	Valid
	4	0.913	0,361	Valid
	5	0.858	0,361	Valid
	6	0.949	0,361	Valid
	7	0.828	0,361	Valid
	8	0.908	0,361	Valid
<i>Punishment X2</i>	1	0.880	0,361	Valid
	2	0.844	0,361	Valid
	3	0.929	0,361	Valid
	4	0.686	0,361	Valid
	5	0.903	0,361	Valid
	6	0.864	0,361	Valid
	7	0.927	0,361	Valid
	8	0.850	0,361	Valid
Kinerja Karyawan Y	1	0.767	0,361	Valid
	2	0.893	0,361	Valid
	3	0.791	0,361	Valid
	4	0.869	0,361	Valid
	5	0.901	0,361	Valid
	6	0.886	0,361	Valid
	7	0.849	0,361	Valid
	8	0.846	0,361	Valid

Sumber: Output SPSS 28 diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa setiap instrument pertanyaan dari variabel *reward*, *punishment*, dan kinerja karyawan memiliki hasil $R_{hitung} > R_{Tabel}$, sehingga semua pertanyaan dalam kuesioner pada penelitian ini dapat dinyatakan valid dan layak digunakan untuk penelitian.

Uji Reliabilitas

Tabel 4.2 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Cronbach Alpha Standard	Keterangan
Reward	0,971	0,600	Reliabel
Punishment	0,956	0,600	Reliabel
Kinerja Karyawan	0,973	0,600	Reliabel

Sumber: Output SPSS 28 diolah 2022

Tabel 4.2 diketahui bahwa hasil uji reliabilitas dari variabel *reward*, *punishment* dan kinerja karyawan yang masing-masing instrument pertanyaan memiliki hasil *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,600, sehingga dapat dikatakan reliabel dan layak digunakan untuk penelitian.

Uji Asumsi Klasik :
Uji Normalitas

Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		50	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.000000	
	Std. Deviation	3.90649877	
Most Extreme Differences	Absolute	.114	
	Positive	.087	
	Negative	-.114	
Test Statistic		.114	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.106	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.100	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.093
		Upper Bound	.108

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber : Output SPSS 28 diolah 2022

Pada gambar 4.1 di atas hasil uji normalitas kolmogorof smirnov (K-S) menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,100 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal dan model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinieritas

Tabel 4.4 Uji Multikolinieritas

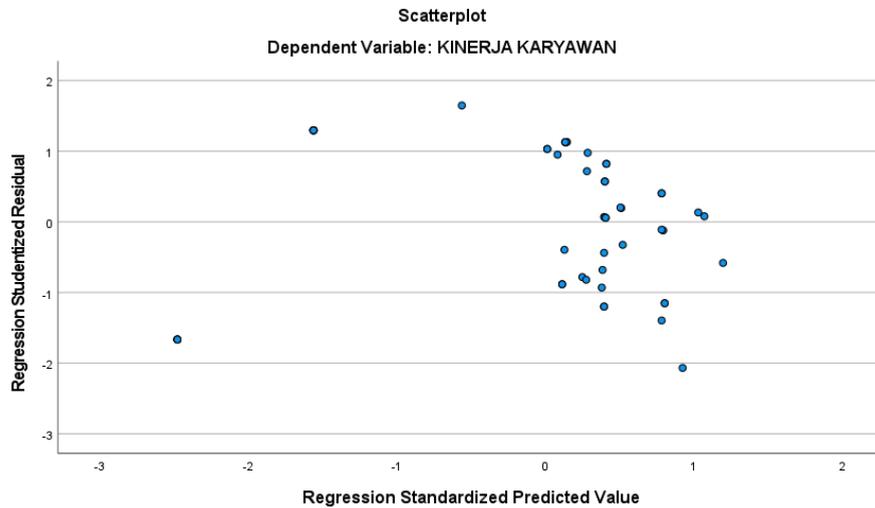
Variabel	Collinearity Statistic		Keterangan
	Tolerance	VIF	
<i>Reward</i>	0,168	5,963	Tidak Terjadi Multikolinieritas
<i>Punishment</i>	0,168	5,963	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber: Output SPSS 28

Pada tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa variabel *reward* dan *punishment* memiliki nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,100 dan nilai VIF kurang dari $< 10,00$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut tidak terjadi multikolonieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Output SPSS 28 diolah 2022

Pada gambar 4.1 grafik scatterplot di atas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar dan tidak membentuk suatu pola tertentu, sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.5 Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.368	2.647		6.183	<,001
	REWARD	.023	.144	.037	.157	.876
	PUNISHMENT	.575	.191	.713	3.013	.004

a. Dependent Variable: KINERJA KARYAWAN

Sumber : Output SPSS 28 diolah 2022

- Nilai konstanta (a) bernilai positif sebesar 16,368, yang memiliki arti bila variabel *reward* dan *punishment* dianggap konstan 0 (nol), maka kinerja karyawan Bank Syariah Indonesia Wilayah Depok sebesar 16,368.
- Variabel independen *reward* (X1) memiliki koefisien sebesar 0,023. Yang berarti bahwa jika variabel *reward* mengalami kenaikan sebesar satu satuan maka akan menyebabkan peningkatan kinerja Bank Syariah Indonesia sebesar 0,023 satuan dengan asumsi independen lain adalah konstan atau tetap.
- Variabel independen *punishment* (X2) memiliki koefisien sebesar 0,575. Hal ini dapat diartikan, apabila variabel *punishment* ditingkatkan satu satuan maka akan menyebabkan

meningkatnya nilai kinerja karyawan Bank Syariah Indonesia sebesar 0,575 satuan dengan asumsi independen lain dianggap konstan.

Uji Hipotesis

Uji t (Parsial)

Tabel 4.6 Uji T

Variabel	Thitung	Sig	Ttabel	Keterangan
Reward	0,157	0,876	2,012	Tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan
Punishment	3,013	0,004	2,012	Berpengaruh terhadap kinerja karyawan

Sumber : Output SPSS 28 diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diartikan sebagai berikut:

- a. Pengaruh variabel *reward* terhadap kinerja karyawan
 Variabel *reward* (X1) memiliki nilai $T_{hitung} > T_{Tabel}$ yaitu $0,157 < 2,012$ dan tingkat signifikannya $0,876 < 0,05$. Dengan hal ini maka H1 ditolak yang artinya *reward* tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan.
- b. Pengaruh variabel *punishment* terhadap kinerja karyawan
 Variabel *punishment* (X2) mempunyai nilai $T_{hitung} > T_{Tabel}$ yaitu $3,013 > 2,012$ dan tingkat signifikansinya $0,004 < 0,05$. Maka dengan hal ini H2 diterima, yang artinya *punishment* berpengaruh terhadap kinerja karyawan.

Uji F (Simultan)

Tabel 4.7 Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	945.204	2	472.602	29.704	<,001 ^b
	Residual	747.776	47	15.910		
	Total	1692.980	49			

a. Dependent Variable: KINERJA KARYAWAN

b. Predictors: (Constant), PUNISHMENT, REWARD

Sumber : Output SPSS 28 diolah 2022

Berdasarkan hasil tabel 4.7 pengujian F pada tabel di atas diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 29,704 lebih besar dari nilai F_{tabel} sebesar 3,18 dan nilai signifikan 0,001 lebih kecil

dari 0,005. Hal ini menunjukkan bahwa H3 diterima yang berarti variabel *reward* (X1), *punishment* (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan (Y)

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4.8 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.747 ^a	.558	.540	3.989

a. Predictors: (Constant), PUNISHMENT, REWARD

b. Dependent Variable: KINERJA KARYAWAN

Sumber : Output SPSS 28 diolah 2022

Berdasarkan hasil tabel 4.8 diperoleh angka R² (*R Square*) sebesar 55,8% atau 0,558, berarti kemampuan variabel dependen yaitu kinerja karyawan dipengaruhi oleh variabel independen yaitu *reward* (X1) dan *punishment* X2 dan sisanya sebesar (100% - 55,8%) = 44,2% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

Pembahasan Hipotesis

- Pengaruh *Reward* Terhadap Kinerja Karyawan

Pengujian pengaruh *reward* terhadap kinerja karyawan Bank Syariah Indonesia Wilayah Depok secara parsial dapat dilihat dari nilai T dan signifikansinya ini telah dimasukkan dalam Tabel 4.6 dimana nilai T_{hitung} sebesar 0,157 lebih kecil dari T_{tabel} sebesar 2,012 dan tingkat signifikansi sebesar 0,876 > 0,005. Hal ini menunjukkan bahwa H1 ditolak yang berarti *reward* tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan penelitian Raymond Suak, dkk (2017) menyatakan bahwa pelaksanaan hotel yang baru setahun, sehingga butuh adanya penyesuaian dalam pekerjaan, dan pemberian *reward* oleh pimpinan masih banyak yang perlu untuk dievaluasi dan diperbaiki lagi. Maka dari itu *reward* tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan.

Berdasarkan uji validitas menunjukkan bahwa responden mempunyai persepsi bahwa penawaran *reward* yang diberikan oleh perusahaan pada saat ini masih kurang dari segi fasilitas liburan bagi karyawan. Bank Syariah Indonesia pada saat ini sedang fokus dengan adanya migrasi eks BNI Syariah, Bank Mandiri Syariah dan BRI Syariah. Sehingga pemberian *reward* tersebut belum difasilitasi perusahaan karena perusahaan sedang fokus dengan migrasi. Oleh karena itu kinerja karyawan akan tetap berjalan dengan tidak adanya pemberian *reward* berupa fasilitas liburan kepada karyawan.

- Pengaruh *Punishment* Terhadap Kinerja Karyawan

Pengujian *punishment* terhadap kinerja karyawan BSI Wilayah Depok secara parsial dapat dilihat dari nilai t dan signifikannya. Nilai T dan signifikansinya telah dimasukkan dalam Tabel 4.6 dimana nilai T_{hitung} 3,013 lebih besar dari T_{tabel} 2,012 dan nilai signifikan 0,004 < 0,005. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang artinya *punishment*

berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja karyawan Bank Syariah Indonesia Wilayah Depok.

Hasil penelitian ini berhubungan dengan pernyataan Irawati (2016) yang menyatakan jika *punishment* diberikan secara tepat dan bijak dapat menjadi alat perangsang karyawan untuk meningkatkan kinerjanya.

Berdasarkan hasil uji validitas menunjukkan bahwa pemberian *punishment* yang sesuai kepada karyawan secara cepat dan tepat akan membantu karyawan untuk tidak mengulanginya lagi sehingga kinerja para karyawan akan semakin meningkat.

- Pengaruh Reward dan Punishment Terhadap Kinerja Karyawan

Pada pengujian *reward* dan *punishment* terhadap kinerja karyawan BSI Wilayah Depok dalam tabel 4.7 menunjukkan hasil uji F menghasilkan F_{hitung} sebesar 29,704 dan F_{tabel} 3,18 dan tingkat signifikansinya $0,001 < 0,005$. Dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima yang berarti *reward* dan *punishment* secara simultan berpengaruh terhadap kinerja karyawan BSI Wilayah Depok.

Reward dan punishment sangat berarti dalam meningkatkan kinerja karyawan, sebab dengan terdapatnya reward diharapkan bisa meningkatkan semangat atau motivasi agar lebih bekerja keras dan lebih berkomitmen untuk meningkatkan kinerja. Dengan terdapatnya punishment pula, karyawan hendak lebih disiplin dan cermat serta sanggup melakukan pekerjaannya, sehingga mampu meningkatkan kinerja. Maka dari itu, bila variabel reward dan punishment ini diterapkan secara bersama-sama maka akan mempengaruhi kinerja karyawan yang lebih baik lagi.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan data dan analisis yang sudah diuraikan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- *Reward* secara parsial tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Hal ini dapat disebabkan karena pada saat ini BSI sedang fokus dengan adanya migrasi rekening terhadap nasabah eks BNI Syariah, Bank Mandiri Syariah dan BRI Syariah. Sehingga pemberian *reward* dari segi fasilitas liburan belum di fasilitasi oleh perusahaan karena perusahaan sedang fokus dengan migrasi. Oleh karena itu kinerja karyawan akan tetap berjalan dengan tidak adanya pemberian *reward* tersebut. Selain itu pimpinan perusahaan BSI masih banyak yang harus di perbaiki lagi dalam penerapan *reward* agar karyawan menjadi termotivasi lagi untuk bekerja lebih baik lagi.
- *Punishment* secara parsial berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Dikarenakan BSI Wilayah Depok sudah melaksanakan sistem *punishment* sesuai dengan kebijakan yang berlaku, pada saat ada karyawan yang melakukan pelanggaran maka akan di peringatkan oleh pimpinan baik secara lisan maupun tertulis. Artinya semakin baik *punishment* yang diberikan kepada karyawan maka bisa meningkatkan kinerja karyawan tersebut.
- *Reward* dan *punishment* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Reward dan punishment sangat berarti dalam meningkatkan kinerja karyawan, sebab dengan terdapatnya reward diharapkan dapat memotivasi karyawan supaya lebih bekerja keras dan berkomitmen untuk meningkatkan kinerja karyawan. Dengan adanya

punishment juga, karyawan hendak lebih disiplin dan cermat dalam bekerja sehingga sanggup meningkatkan kinerja karyawan. Maka dari itu, bila variabel *reward* dan *punishment* ini diterapkan secara bersama-sama maka akan mempengaruhi kinerja karyawan yang lebih baik lagi. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa *reward* dan *punishment* berpengaruh terhadap kinerja karyawan BSI Wilayah Depok yaitu sebesar 55,8%, sedangkan sisanya 44,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang mempengaruhi kinerja karyawan BSI Wilayah Depok.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka terdapat beberapa saran yang peneliti berikan antara lain :

- Diharapkan untuk seluruh pimpinan Bank Syariah Indonesia Wilayah Depok agar lebih memperhatikan *reward*, dan juga mencoba bentuk *reward* seperti apa yang banyak mempunyai pengaruh untuk membangun semangat agar kinerja karyawan tersebut lebih baik lagi. Maka disarankan untuk memberikan *reward* seperti kenaikan jabatan, bonus berupa uang, dan studi wisata luar negeri maupun dalam negeri.
- Bagi Bank Syariah Indonesia Wilayah Depok sebaiknya lebih ditingkatkan lagi dalam pemberian *punishment* berupa sanksi pemotongan gaji/tunjangan kepada karyawan yang melakukan pelanggaran disiplin kerja terhadap karyawan. Maka disarankan perusahaan perlu menghasilkan pola pikir kepada karyawannya bahwa dengan adanya *punishment* hendak mengendalikan karyawan supaya tidak melakukan kelalaian dan kesalahan dalam bekerja sehingga karyawan terpacu untuk meningkatkan kinerja karyawan.
- Semakin baik *reward* dan *punishment* yang diterapkan maka semakin baik pula kinerja dan motivasi karyawan terhadap perusahaan. Apabila perusahaan dapat memperbaiki penerapan *reward* dan *punishment* yang lebih baik lagi maka kinerja setiap karyawan dapat terpenuhi dengan baik dan hasilnya pun dapat meningkatkan kualitas perusahaan itu sendiri.
- Penelitian ini menggunakan variabel independen *reward* dan *punishment* terhadap kinerja karyawan BSI Wilayah Depok berpengaruh sebesar 55,8% sehingga terdapat 44,2 hal lain yang mempengaruhi kinerja karyawan. Dengan demikian untuk penelitian yang akan datang diharapkan bisa menguji variabel independen lain yang juga berpengaruh terhadap kinerja karyawan, semacam budaya organisasi, komunikasi, lingkungan kerja dan pelatihan serta pengembangan. Selain itu untuk penelitian selanjutnya diharapkan melaksanakan pengujian dengan sampel karyawan bank lain atau BSI wilayah cabang lain yang ada diseluruh Indonesia.

6. DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. Bps.go.id. Published 2019. Accessed July 27, 2022.

Maizal Walfajri. Auto migrasi nasabah eks BNI Syariah, sebanyak Rp 16,1 triliun

DPK masuk ke BSI. kontan.co.id. Published August 9, 2021.

Permadani, Viola Putri. Pengaruh reward dan punishment terhadap kinerja karyawan dengan disiplin kerja sebagai variabel intervening di PDAM Kota Malang. Diss. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2020.

Astuti, W. S., Sjahruddin, H., & Purnomo, S. (2018). Pengaruh reward dan punishment terhadap kinerja karyawan, Makassar.

Muchlisin Riadi. Punishment atau Hukuman (Pengertian, Tujuan, Bentuk dan Prinsip). *Kajianpustaka.com*. Published April 22, 2020. Accessed July 27, 2022.

Suak, R., Adolfina, A., & Uhing, Y. (2017). Pengaruh Reward Dan Punishment Terhadap Kinerja Karyawan Sutanraja Hotel Amurang. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*.

Eriawati, Y. (2018). Pengaruh Reward dan Punishment Terhadap Kinerja Karyawan Bank Syariah Mandiri KCP Simpang Empat Pasaman Barat. *Jurnal Menata: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*.

Evi Yuliana Ariyani. (2019). Pengaruh Pemberian Reward dan Punishment Terhadap Kinerja Karyawan di Bank Syariah pada BRI Syariah Cabang Semarang Periode 2016 – 2018

Muchlisin Riadi. Reward atau Penghargaan (Pengertian, Tujuan, Jenis dan Syarat). *Kajianpustaka.com*. Published April 21, 2020. Accessed August 18, 2022.

Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Pengetahuan Produk terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital (Studi Kasus Produk Layanan Syariah LinkAja pada Generasi Z di Kota Bekasi)

Azma Nadhilah¹⁾, Nurul Hasanah²⁾

¹⁾ Politeknik Negeri Jakarta, azma.nadhilah.ak18@mhswn.pnj.ac.id, Depok, 16425, Kota Depok, Indonesia

²⁾ Politeknik Negeri Jakarta, nurul.hasanah@akuntansi.pnj.ac.id, Depok, 16425, Kota Depok, Indonesia

ABSTRACT

LinkAja Syariah is the first and only sharia digital wallet in Indonesia. Along the way, LinkAja Syariah are growing. However, this development cannot be said to be optimal when compared to other digital wallets. This study aims to analyze the effect of perceived convenience, trust, and product knowledge on interest in using LinkAja Syariah. This research uses quantitative research. The sampling technique used purposive sampling with a sample size of 100 respondents. The results of the study using multiple linear regression test showed that trust and product knowledge had a positive and significant effect on interest in using LinkAja Syariah, while the perception of convenience had no effect on interest in using LinkAja Syariah. The results of this study are expected to be taken into consideration for LinkAja Syariah in developing strategies to increase interest in using LinkAja Syariah.

Keywords: Perception; convenience; trust; knowledge; product.

ABSTRAK

Layanan Syariah LinkAja merupakan dompet digital syariah pertama dan satu-satunya di Indonesia. Dalam perjalanannya, Layanan Syariah LinkAja semakin berkembang. Namun perkembangan ini belum dapat dikatakan optimal jika dibandingkan dengan dompet digital lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, dan pengetahuan produk terhadap minat menggunakan Layanan Syariah LinkAja. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Adapun teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan ukuran sampel sebanyak 100 responden. Hasil penelitian dengan uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa kepercayaan dan pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Layanan Syariah LinkAja, sedangkan persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan Layanan Syariah LinkAja. Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan bagi Layanan Syariah LinkAja dalam menyusun strategi untuk meningkatkan minat menggunakan Layanan Syariah LinkAja.

Kata kunci: Persepsi; kemudahan; kepercayaan; pengetahuan; produk.

Corresponding author. E-mail: azma.nadhilah.ak18@mhswn.pnj.ac.id

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, perkembangan teknologi turut mengalami kemajuan yang cukup pesat. Perkembangan teknologi salah satunya ditandai dengan adanya inovasi baru pada sistem pembayaran. Sistem pembayaran tunai (*cash based*) mulai beralih menuju sistem pembayaran non tunai (*cashless*). Saat ini terdapat lima brand dompet digital yang paling banyak digunakan konsumen untuk melakukan pembayaran digital yaitu LinkAja, Gopay, DANA, Shopeepay, dan OVO. Konsumen memiliki hak untuk memilih dan menilai dompet digital yang akan digunakan sesuai dengan kenyamanan masing-masing (Sari, Listiawati, Novitasari, dan Vidyasari, 2019). Pada 14 April 2020, LinkAja menjalankan strategi yang terbilang cukup menarik yakni dengan meluncurkan Layanan Syariah LinkAja. Layanan Syariah LinkAja mengedepankan tiga kategori utama yaitu ekosistem ZISWAF (Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf), pemberdayaan ekonomi berbasis masjid serta digitalisasi pesantren dan UMKM. Pada Februari 2020 PT. Fintek Karya Nusantara (FINARYA) sebagai penerbit uang elektronik LinkAja sudah mendapat sertifikat kesesuaian dengan Prinsip Syariah DSN MUI No.116/DSN-MUI/IX/2017 tentang uang elektronik syariah serta izin pengembangan produk uang elektronik server-based dari Bank Indonesia. PT FINARYA juga telah mengklaim bahwa Layanan Syariah LinkAja merupakan uang elektronik syariah pertama dan satu-satunya di Indonesia. Walaupun masih terbilang cukup baru dalam perjalanannya, Layanan Syariah LinkAja semakin berkembang. Pada 28 Januari 2021 Layanan Syariah LinkAja memiliki 1,8 juta pengguna. Kini, pada akhir Maret 2021 jumlah pengguna Layanan Syariah LinkAja menembus 2,5 juta pengguna (CNBC Indonesia, 2021). Namun hal ini belum dapat dikatakan optimal karena jumlah pengguna LinkAja secara keseluruhan mencapai 61 juta pengguna yang berarti hanya 4% dari pengguna LinkAja Konvensional yang mengaktifasi Layanan Syariah LinkAja (Walfajri, 2021). Salah satu penyebab belum optimalnya pengguna Layanan Syariah LinkAja dikarenakan banyaknya pilihan dan pesaing dari produk dompet digital lainnya yang menawarkan fitur jasa serupa dan tak kalah menarik membuat pengguna mempunyai banyak pilihan tempat untuk bertransaksi.

Untuk menarik pengguna yang lebih banyak, Layanan Syariah LinkAja harus mampu untuk menganalisa faktor yang mempengaruhi minat menggunakan aplikasi pembayaran digital. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat Generasi Z untuk menggunakan pembayaran digital, salah satu faktor tersebut adalah persepsi kemudahan. Dalam penelitian Yogananda dan Dirgantara (2017) mengatakan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik. Aplikasi Layanan Syariah LinkAja mudah digunakan, hanya dengan mengunduhnya di *PlayStore* atau *Appstore* lalu mengaktifkannya ke Layanan LinkAja Syariah (Ipsos, 2020).

Selain faktor persepsi kemudahan, minat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi tidak terlepas dari kepercayaan terhadap produk pembayaran digital. Faktor kepercayaan berperan penting dalam penerimaan teknologi baru seperti dompet digital syariah, tanpa adanya kepercayaan pengguna tidak akan menggunakan teknologi baru (Violinda dan Khorunnisa, 2022). Pelayanan yang lambat dalam menangani keluhan pengguna dapat membuat reputasi perusahaan menurun dan menghilangkan rasa kepercayaan pengguna terhadap perusahaan. Terdapat perbedaan hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh faktor kepercayaan. Hasil

penelitian oleh Ernawati dan Noersanti (2020) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* OVO. Bertentangan dengan hasil penelitian Priyono (2017) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan *e-wallet* Gopay.

Selain persepsi kemudahan dan kepercayaan, faktor pengetahuan seseorang mengenai suatu produk sangatlah penting, karena dapat memberikan peranan dalam mengambil sebuah keputusan. Jika seseorang memiliki banyak pengetahuan tentang suatu objek, biasanya orang tersebut akan lebih cermat dan teliti dalam mengambil keputusan untuk memilih atau mengadopsi suatu tindakan (Sari, Listiawati, Novitasari, dan Vidyasari, 2019). Diperlukan informasi tentang manfaat *e-wallet* syariah yang lebih luas untuk meningkatkan. Menurut Achadi dan Winarto (2020) pengetahuan produk berpengaruh terhadap minat penggunaan layanan Gopay.

Pada penelitian ini, penulis menetapkan Kota Bekasi sebagai daerah penelitian, hal ini dikarenakan Kota Bekasi mendapatkan peringkat pertama pada kategori Jawa Ekonomi Digital Jawa Barat 2021, yang artinya bahwa Kota Bekasi mempunyai tingkat digitalisasi paling tinggi dibandingkan wilayah lain di Provinsi Jawa Barat. Hal ini menjadikan Kota Bekasi menjadi tempat yang tepat untuk melakukan penelitian. Selain menetapkan Kota Bekasi sebagai daerah penelitian, peneliti juga menetapkan Generasi Z sebagai subjek pada penelitian ini. Pemilihan subjek penelitian pada Generasi Z juga didasarkan pada penelitian Pham (2021) yang menjelaskan bahwa Generasi Z merupakan generasi yang memiliki kesadaran dan pengalaman yang tinggi dalam menggunakan dompet digital walaupun usianya masih muda. Maka dari itu, penelitian ini akan dilakukan pada Generasi Z di wilayah Kota Bekasi.

Berdasarkan latar belakang serta permasalahan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai minat menggunakan dompet digital, dengan judul penelitian “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Pengetahuan Produk terhadap Minat Menggunakan Dompet Digital (Studi kasus produk Layanan Syariah LinkAja pada Generasi Z di Kota Bekasi)”.

Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang, maka pertanyaan penelitian pada penelitian ini yaitu:

1. Apakah secara parsial persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan Layanan Syariah LinkAja pada Generasi Z di Kota Bekasi?
2. Apakah secara parsial kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan Layanan Syariah LinkAja pada Generasi Z di Kota Bekasi?
3. Apakah secara parsial pengetahuan produk berpengaruh terhadap minat menggunakan Layanan Syariah LinkAja pada Generasi Z di Kota Bekasi?
4. Apakah secara simultan persepsi kemudahan, kepercayaan, dan pengetahuan produk berpengaruh terhadap minat menggunakan Layanan Syariah LinkAja pada Generasi Z di Kota Bekasi?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan secara parsial terhadap minat menggunakan Layanan Syariah LinkAja pada Generasi Z di Kota Bekasi.

2. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan secara parsial terhadap minat menggunakan Layanan Syariah LinkAja pada Generasi Z di Kota Bekasi.
3. Untuk menganalisis pengaruh pengetahuan produk secara parsial terhadap minat menggunakan Layanan Syariah LinkAja pada Generasi Z di Kota Bekasi.
4. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, dan pengetahuan produk secara simultan terhadap minat menggunakan Layanan Syariah LinkAja pada Generasi Z di Kota Bekasi.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Persepsi Kemudahan

Menurut Ishaya dan Salis (2020) menyatakan bahwa “persepsi kemudahan penggunaan merupakan suatu kepercayaan seseorang bahwa sistem informasi mudah digunakan maka konsumen akan menggunakannya”. Secara sederhana dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan adalah keyakinan pengguna mengenai kemudahan yang dirasakan dalam menggunakan sistem informasi. Jika seseorang yakin dan percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya. Terdapat enam indikator persepsi kemudahan yang dikembangkan oleh Davis dalam Fatmawati (2015) yaitu mudah dipelajari (*easy to learn*), dapat dikontrol (*controllable*), jelas dan dapat dipahami (*clear and understandable*), fleksibel (*flexible*), mudah untuk menjadi terampil/mahir (*easy to become skillful*), dan mudah digunakan (*easy to use*).

Kepercayaan

Kepercayaan adalah sesuatu yang berkaitan dengan kepercayaan dan integritas layanan sistem (Koloseni, 2017). Kepercayaan merupakan keyakinan pada konsumen bahwa penyedia barang dan jasa melakukan aktivitas dan memberikan sesuai apa yang diharapkan konsumen (Wahyoedi dan Winoto, 2017). Kurangnya kepercayaan dianggap sebagai hambatan untuk mengadopsi dompet digital (Seetharaman, Kumar, Palaniappan, Weber, 2017). Berdasarkan penjelasan di atas maka secara sederhana kepercayaan adalah keyakinan bahwa yang pihak yang dipercayai tersebut akan memenuhi segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan. Menurut Maharani (2010) terdapat empat indikator kepercayaan yaitu kehandalan, kejujuran, kepedulian, dan kredibilitas.

Pengetahuan Produk

Menurut Ady dan Winarto (2020), pengetahuan produk adalah jenis informasi yang diperoleh konsumen dari pemakaian suatu produk, sehingga informasi yang didapat konsumen akan menjadi pertimbangan pertama kali sebelum memutuskan untuk memakai suatu produk. Pengetahuan yang tinggi akan mendorong minat seseorang dalam menggunakan dompet digital. Jika seseorang memiliki banyak pengetahuan tentang suatu objek, biasanya orang tersebut akan lebih cermat dan teliti dalam mengambil keputusan untuk memilih atau mengadopsi suatu tindakan (Sari, Listiawati, Novitasari, dan Vidyasari, 2019). Menurut Peter dan Olson (2010) dalam Wijoyo, Sunarsi, dan Haudi (2020) terdapat tiga indikator pengetahuan produk yaitu pengetahuan mengenai atribut produk, pengetahuan mengenai manfaat produk, dan pengetahuan mengenai nilai kepuasan produk.

Minat Penggunaan Produk

Menurut Apriliana (2020), minat adalah perilaku atau tindakan seseorang yang diungkapkan melalui reaksinya, perilaku ini dapat berupa perilaku umum atau tidak umum, perilaku ini juga dapat diterima ataupun tidak diterima. Pengertian minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah memiliki arti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan. Berdasarkan penjelasan di atas maka peneliti dapat menyimpulkan secara sederhana bahwa minat penggunaan produk merupakan kecenderungan hati seseorang terhadap sesuatu tanpa adanya paksaan dalam menggunakan suatu produk. Menurut Ferdinand (2014) terdapat 4 indikator minat menggunakan yaitu minat transaksional, minat refrensial, minat preferensial, dan minat eksploratif.

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini juga bersifat asosiatif karena penelitian ini bertujuan meneliti hubungan antar variabel *dependent* dan *independent* yaitu apakah persepsi kemudahan (X_1), kepercayaan (X_2), dan pengetahuan produk (X_3) berpengaruh terhadap minat menggunakan Layanan Syariah LinkAja (Y). Alat ukur penelitian ini berupa kuesioner. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *purposive sampling*. Dalam hal ini karakteristik sampel yang diteliti, yaitu: Generasi Z yang bertempat tinggal atau berdomisili di Kota Bekasi, pengguna atau pernah menggunakan dompet digital. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *survey*. Data yang sudah diperoleh kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji kelayakan item-item kuesioner penelitian yang akan dibagikan kepada 100 responden. Kriteria pengujian dari kuesioner adalah jika r -hitung $>$ r -tabel maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Berdasarkan hasil uji validitas, semua item pertanyaan dalam kuesioner memiliki r -hitung $>$ r -tabel. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa semua item pertanyaan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui kestabilan ukuran dan konsistensi responden dalam menjawab kuesioner bila dilakukan pengujian berulang kali. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memiliki Cronbach's Alpha $>$ 0,70. Berdasarkan hasil uji reliabilitas, diperoleh Cronbach's Alpha dari masing-masing variabel bernilai lebih dari 0,70. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa setiap item dari tiap variabel dinyatakan reliabel.

Hasil Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu variabel dependen dan independennya berdistribusi dengan normal atau tidak. Kriteria pengujian menggunakan tabel *Kolmogorov Smirnov* adalah nilai signifikansi (sig) harus $>$ 0,05, maka data berdistribusi normal sedangkan jika nilai signifikansi (sig) $<$ 0,05 maka data tidak berdistribusi normal. Berdasarkan hasil uji normalitas, diperoleh nilai signifikansi 0,20 $>$ 0,05 (lebih besar dari $\alpha = 0,05$). Maka dapat diambil kesimpulan bahwa data sudah berdistribusi normal.

Hasil Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas pada model regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan nilai *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* > 0,1 dan VIF < 10, maka dapat dikatakan tidak terdapat multikolonieritas. Berdasarkan hasil uji multikolonieritas, ketiga variabel memperoleh nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel-variabel yang digunakan dinyatakan bebas dari gejala multikolonieritas.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Apabila pada grafik scatterplot tidak terdapat pola tertentu dan tidak menyebar di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, grafik scatterplot tidak membentuk pola tertentu serta titik-titik tidak menyebar di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terdapat indikasi adanya heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan dan berarti model regresi layak digunakan.

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini Analisis Linear Berganda digunakan dengan tujuan untuk mengkaji seberapa besar pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, dan pengetahuan produk terhadap minat menggunakan dompet digital Layanan Syariah LinkAja pada Generasi Z di Kota Bekasi. Adapun uji persamaan linear berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1,259	2,773		-,454	,651		
Persepsi Kemudahan	,229	,118	,186	1,934	,056	,622	1,609
Kepercayaan	,512	,178	,280	2,872	,005	,604	1,657
Pengetahuan Produk	,604	,161	,343	3,741	,000	,681	1,469

Sumber : *Output* SPSS, Data Diolah (2022)

Berdasarkan Tabel di atas, dapat diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e$$

$$Y = -1,259 + 0,229X_1 + 0,512X_2 + 0,604X_3$$

$$\text{Minat Menggunakan} = -1,259 + 0,229X_1 \text{ (Persepsi Kemudahan)} + 0,512X_2 \text{ (Kepercayaan)} + 0,604X_3 \text{ (Pengetahuan Produk)}$$

Dari persamaan di atas, maka:

- a. Nilai Konstanta

Nilai konstan pada penelitian ini adalah -1,259. Artinya apabila variabel persepsi kemudahan, kepercayaan, dan pengetahuan produk bernilai 0, maka minat menggunakan Layanan Syariah LinkAja akan bernilai negatif atau mengalami penurunan sebesar -1,259 satuan.

b. Nilai Koefisien β_1 (Persepsi Kemudahan)

Nilai koefisien regresi untuk variabel persepsi kemudahan (X_1) bernilai positif sebesar 0,229. Artinya, setiap adanya peningkatan persepsi kemudahan (X_1) sebesar 1 satuan akan menyebabkan meningkatnya minat menggunakan (Y) sebesar 0,229 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan atau tetap.

c. Nilai Koefisien β_2 (Kepercayaan)

Nilai koefisien regresi untuk variabel kepercayaan (X_2) bernilai positif sebesar 0,512. Artinya, setiap adanya peningkatan kepercayaan (X_2) sebesar 1 satuan akan menyebabkan meningkatnya minat menggunakan (Y) sebesar 0,512 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan atau tetap.

d. Nilai Koefisien β_3 (Pengetahuan Produk)

Nilai koefisien regresi untuk variabel pengetahuan produk (X_3) bernilai positif sebesar 0,604. Artinya, setiap adanya peningkatan persepsi kemudahan (X_3) sebesar 1 satuan akan menyebabkan meningkatnya minat menggunakan (Y) sebesar 0,604 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan atau tetap.

Hasil Uji Hipotesis

Dalam penelitian, dilakukan uji hipotesis yaitu uji t (parsial) dan uji koefisien determinasi (R^2) dengan hasil sebagai berikut:

a. Uji t (Parsial)

Uji parsial (uji t) dilakukan untuk menguji variabel independen berpengaruh atau tidak berpengaruh terhadap variabel dependen dengan membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel. Berikut hasil uji t (parsial) penelitian ini:

Tabel 2. Hasil Uji t (Parsial).

Variabel	t Hitung	Sig.	t Tabel	Keterangan
Persepsi Kemudahan (X_1)	1,934	0,056	1.98498	Tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan (Y)
Kepercayaan (X_2)	2,872	,005	1.98498	Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan (Y)
Pengetahuan produk (X_3)	3,741	,000	1.98498	Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan (Y)

Sumber : Output SPSS, Data Diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa:

- 1) Persepsi Kemudahan (X_1) memiliki nilai t-hitung sebesar 1,934 < t-tabel 1.98498 dengan nilai signifikansi sebesar 0,056 > 0,05. Hal ini berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak, maka persepsi kemudahan (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan Layanan Syariah LinkAja (Y).
- 2) Kepercayaan (X_2) memiliki nilai t-hitung sebesar 2,872 > t-tabel 1.98498 dengan nilai signifikansi sebesar 0,005 < 0,05. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_2 diterima, maka

kepercayaan (X_2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Layanan Syariah LinkAja (Y).

- 3) Pengetahuan Produk (X_3) memiliki nilai t-hitung sebesar $3,741 > t\text{-tabel } 1,98498$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_3 diterima, maka pengetahuan produk (X_3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Layanan Syariah LinkAja (Y).

b. Uji F (Simultan)

Uji F atau uji simultan adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen dengan membandingkan nilai F-hitung dengan F-tabel. Berikut hasil uji F (simultan) penelitian ini:

Tabel 3. Hasil Uji F (Simultan).

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	750,823	3	250,274	26,202	,000 ^b
Residual	916,967	96	9,552		
Total	1667,790	99			

Sumber : Output SPSS, Data Diolah (2022)

Dasar pengambilan keputusan uji F terdiri dari dua cara, yaitu:

- 1) Nilai signifikansi $< 0,05$
- 2) Nilai F-hitung $> F\text{-tabel}$.

Berdasarkan tabel di atas, nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F-hitung sebesar $26,20 > F\text{-tabel } 2,699$. Rumus F-tabel didapatkan dari rumus $(k; n-k)$ dengan perhitungan $(3; 100-3)$ yang menghasilkan $(3; 97)$, maka F-tabel diketahui sebesar $2,699$. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_4 diterima, maka persepsi kemudahan (X_1), kepercayaan (X_2), dan pengetahuan produk (X_3) secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital Layanan Syariah LinkAja (Y).

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui berapa persen pengaruh yang diberikan variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,671 ^a	,450	,433	3,09059

Sumber : Output SPSS, Data Diolah (2022)

Berdasarkan Tabel diatas hasil perhitungan untuk nilai R square diperoleh sebesar $0,433$. Hal ini berarti $43,4\%$, minat menggunakan dompet digital Layanan Syariah dipengaruhi oleh variabel independen yaitu persepsi kemudahan, kepercayaan, dan pengetahuan produk pada penelitian ini dan sisanya $56,6\%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diketahui dan tidak termasuk dalam analisis regresi ini.

Pembahasan

- a. Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Syariah LinkAja

Pengujian pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan Layanan Syariah LinkAja menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan Layanan Syariah LinkAja sehingga hipotesis pertama ditolak. Hal tersebut menyatakan bahwa berbagai kemudahan yang ditawarkan Layanan Syariah LinkAja sebagai alat pembayaran digital tidak memengaruhi minat masyarakat generasi Z untuk menggunakannya. Hal ini kemungkinan dikarenakan responden merasa bingung dan masih merasa kesulitan ketika mengoperasikan aplikasi Layanan Syariah LinkAja karena banyak sekali fitur yang terdapat didalamnya.

Variabel persepsi kemudahan memiliki enam item pertanyaan. Hasil uji validitas dari enam item pertanyaan, skor paling tinggi yaitu item pertanyaan ke tiga sebesar 0,702 yang berarti pengguna Layanan Syariah LinkAja merasa bahwa sistem Layanan Syariah LinkAja jelas dan mudah untuk dipahami, sedangkan skor paling rendah yaitu item pertanyaan ke 5 sebesar 0,505 yang berarti pengguna Layanan Syariah LinkAja membutuhkan waktu yang lama untuk memahami cara penggunaan aplikasi Layanan Syariah LinkAja. Berdasarkan hasil tersebut, pihak Layanan Syariah LinkAja perlu melakukan evaluasi dan melakukan sosialisasi kepada masyarakat khususnya generasi Z untuk memperkenalkan dan mengedukasi cara penggunaan aplikasi Layanan Syariah LinkAja.

Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian milik Anjelina (2018) mengenai Persepsi Konsumen pada penggunaan *e-money*, yang membuktikan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money* dikarenakan menurutnya penyebaran *e-money* belum merata ke seluruh masyarakat di Indonesia, sehingga mereka tidak mampu menilai mengenai penggunaan *e-money* yang mudah digunakan atau tidak.

b. Analisis Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Syariah LinkAja

Pengujian pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan Layanan Syariah LinkAja menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan Layanan Syariah LinkAja sehingga hipotesis kedua diterima. Hal ini dikarenakan semakin besar kepercayaan seseorang terhadap suatu teknologi, maka semakin besar pula minat dalam menggunakan teknologi tersebut. Kepercayaan merupakan aset dalam segala hal, tanpa adanya kepercayaan pengguna tidak akan menggunakan teknologi baru. Generasi Z di Kota Bekasi menunjukkan tingkat kepercayaan terhadap Layanan Syariah LinkAja, yang mana artinya Layanan Syariah LinkAja dapat dipercaya untuk melakukan segala proses penyimpanan saldo dan pembayaran. Generasi Z di Kota Bekasi percaya kepada Layanan Syariah LinkAja dari segi keamanan, kehandalan, kejujuran dan kepedulian ketika menggunakannya.

Variabel persepsi kepercayaan memiliki empat item pertanyaan. Hasil uji validitas dari empat item pertanyaan, skor paling tinggi yaitu item pertanyaan ke tiga sebesar 0,670 yang berarti pengguna Layanan Syariah LinkAja percaya bahwa Layanan Syariah LinkAja selalu menerima keluhan dan akan bertanggung jawab atas kesalahan yang terjadi dalam transaksi, sedangkan skor paling rendah yaitu item pertanyaan ke 2 sebesar 0,570 yang berarti pengguna Layanan Syariah LinkAja kurang percaya Layanan Syariah Link Aja selalu berprinsip pada syariat islam. Hal tersebut perlu dijadikan evaluasi bagi pihak Layanan Syariah LinkAja untuk meningkatkan kepercayaan pengguna bahwa sistem pada aplikasi Layanan Syariah LinkAja menggunakan atau berprinsip pada syariat islam.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Shanker dan Datta (2018) yang menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat

menggunakan pembayaran *mobile*. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Listiani (2018) yang menyatakan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*. Penelitian lain oleh Romadloniyah dan Prayitno (2018) juga menyatakan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*.

c. Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menggunakan Layanan Syariah LinkAja

Pengujian pengaruh pengetahuan produk terhadap minat menggunakan Layanan Syariah LinkAja menunjukkan bahwa pengetahuan produk memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan Layanan Syariah LinkAja sehingga hipotesis ketiga diterima. Hal ini dikarenakan, pengetahuan produk terhadap suatu objek memberikan peranan yang sangat penting dalam mengambil sebuah keputusan. Konsumen akan lebih tertarik untuk menggunakan suatu produk, jika memiliki pengetahuan yang cukup mengenai produk tersebut. Artinya pengetahuan produk yang dimiliki oleh konsumen akan memberikan peranan dalam mempengaruhi minat konsumen tersebut untuk menggunakan Layanan Syariah LinkAja..

Pada uji validitas, variabel pengetahuan produk memiliki empat item pertanyaan. Hasil uji validitas dari empat item pertanyaan, skor paling tinggi yaitu item pertanyaan ke empat sebesar 0,668 yang berarti pengguna Layanan Syariah LinkAja mengetahui dan memahami keunggulan menggunakan Layanan Syariah LinkAja, skor paling rendah yaitu item pertanyaan ke satu sebesar 0,404 yang berarti pengguna Layanan Syariah LinkAja tidak mengetahui bahwa Layanan Syariah LinkAja merupakan satu-satunya dompet digital berbasis syariah di Indonesia. Berdasarkan hasil tersebut, perlu dilakukan evaluasi bagi pihak Layanan Syariah LinkAja untuk terus menggenjarkan iklan dan promosi kepada masyarakat khususnya Generasi Z, agar masyarakat mengetahui bahwa Layanan Syariah LinkAja merupakan satu-satunya e-wallet berbasis syariah di Indonesia.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Achadi dan Winarto (2020) yang menunjukkan bahwa pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan layanan Go Pay.

d. Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menggunakan Layanan Syariah LinkAja

Pada hasil uji F, menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, kepercayaan, dan pengetahuan produk secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Layanan Syariah LinkAja. Berdasarkan hasil perhitungan untuk nilai R square diperoleh angka sebesar 0,433. Hal ini berarti 43,4%, minat menggunakan Layanan Syariah dipengaruhi oleh variabel independen yaitu persepsi kemudahan, kepercayaan, dan pengetahuan produk pada penelitian ini dan sisanya 56,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diketahui dan tidak termasuk dalam analisis regresi ini.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan kepada 100 responden yang merupakan pengguna dompet digital Layanan Syariah LinkAja dapat ditarik kesimpulan bahwa kepercayaan dan pengetahuan produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Layanan Syariah LinkAja di Kota Bekasi. Dengan demikian, pihak Layanan Syariah LinkAja dapat mempertimbangkan faktor-faktor tersebut, agar dapat menarik minat masyarakat untuk menggunakan layanan Syariah LinkAja. Sementara itu, persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan Layanan Syariah LinkAja di Kota Bekasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Achadi Ady, & Winarto, Hari. (2020). Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Resiko dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Layanan Go Pay pada Pelanggan Go Jek. *Majalah Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 17, no. 1: 15.
- CNBC Indonesia. (2021). Kado Milad ke-1, Pengguna LinkAja Syariah Tembus 2,5 Juta. Diakses pada 20 Mei 2022, dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210415234720-37-238291/kado-milad-ke-1-pengguna-linkaja-syariah-tembus-25-juta>
- Ernawati dan Noersanti. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan. 1–15. Fatima, A. (2011). E-banking security issues-Is there a solution in biometrics? *Journal of Internet Banking and Commerce*.
- Ferdinand. (2014). Metode Penelitian Manajemen. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ipsos. (2020). Evolusi Industri Dompot Digital: Strategi Menang Tanpa Bakar Uang. Retrieved from Ipsos: https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2020-02/ipsos_-_press_release_-_indonesian.pdf
- Ishaya, dan Salis (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Transaksi dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Moda Raya Terpadu (MRT) Jakarta. *Dalam Jurnal lentera Bisnis LP3I*, ISSN: 2252-9993. Jakarta.
- Koloseni. (2017). Why mobile money users keep increasing? Investigating the continuance usage of mobile money services in Tanzania. *Journal of International Technology and Information Management* 26 (2). <https://scholarworks.lib.csusb.edu/jitim/vol26/iss2/6>
- Maharani. (2010). Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang. Fakultas Ekonomi. Undip. Semarang. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 1 (2). 44-49.
- Maulana, Maftukhatushalikhah, dan Azwari. (2021). Penggunaan Digital Payment Syariah Pada Masyarakat Di Kota Palembang: Pendekatan Teori Technology Acceptance Model (TAM) pada Layanan Syariah LinkAja. *Jurnal Intelektualita*. Vol 10, No. 1.
- Nurdin, Azizah, dan Rusli. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2(2), 199–222. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i2.32.198-221>
- Peter J. Paul dan Olson Jerry C. (2010). *Consumer behavior and Marketing Strategy* 9th ed. New York. USA : Mc. Graw Hill.
- Pham, Tv., Hoang, NY. N., & Do, H. (2021). The “e-Wallet Generation”: How Barriers and Promoting Factors Influence Intention to Use. *The Review of Socionetwork Strategies* Volume, 15, 413–427.
- Priporas, Constantinos Vasilios, Nikolaos Stylos, and Anestis K. Fotiadis. 2017. “Generation Z Consumers’ Expectations of Interactions in Smart Retailing: A 77: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.01.058>.
- Sari, Listiawati, Novitasari, dan Vidyasari. (2019). Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan terhadap Minat Penggunaan E-Wallet. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 18(2), 126–134.
- Turner. (2015). Generation Z: Technology and Social Interest. *The Journal of Individual Psychology*. 71(2), 103–113.
- Walfajri. (2021). Di tengah pandemi, pengguna LinkAja tumbuh 65% menjadi 61 juta pengguna di tahun 2020. Diakses pada 20 Mei 2022, dari

<https://keuangan.kontan.co.id/news/di-tengah-pandemi-pengguna-linkaja-tumbuh-65-menjadi-61-juta-pengguna-di-tahun-2020>

Yogananda dan Dirgantara (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. *Diponegoro Journal of Management*. Vol.6, No. 4.

PENGARUH RISIKO PEMBIAYAAN, RISIKO LIKUIDITAS, DAN RISIKO OPERASIONAL TERHADAP PROFITABILITAS PT BTPN SYARIAH PADA TAHUN 2014-2022

Afif Pasya Fadhlillah ¹⁾, Bambang Waluyo ²⁾

¹⁾ Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Jakarta, afif.pasyafadhlillah.ak18@mhs.wpnj.ac.id, Depok, 16425, Kota Depok, Indonesia.

²⁾ Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Jakarta, bambang.waluyo@akuntansi.pnj.ac.id, Depok, 16425, Kota Depok, Indonesia.

ABSTRACT

This research is motivated by a problem that there are inconsistencies with increased profitability at BTPN Syariah followed by an increase in the value of NPF, FDR and BOPO and vice versa. This study aims to analyze the effect of NPF, FDR, and BOPO on the Profitability of BTPN Syariah in the 2014-2022 Period. The data used in this study is BTPN Syariah's Quarterly Financial Report for the 2014-2022 period. The type of data used is secondary data obtained from financial statements published through the official BTPN Syariah website. The analysis method used is multiple linear regression with a significance rate of 5%. The results of this study show that the NPF ratio partially negatively affects the profitability of banks while the FDR ratio and the BOPO ratio have no significant effect on profitability. Simultaneously, Financing Risk (NPF), Liquidity Risk (FDR) and Operational Risk (BOPO) had an insignificant effect on Profitability by 24% and the remaining 76% were influenced by other factors besides the variables that were the object of this study.

Keywords : Profitability, NPF, FDR, BOPO, BTPN Syariah.

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh sebuah permasalahan bahwa adanya inkonsistensi dengan peningkatan profitabilitas pada BTPN Syariah diikuti dengan adanya kenaikan nilai NPF, FDR dan BOPO begitupun sebaliknya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh NPF, FDR, dan BOPO terhadap Profitabilitas BTPN Syariah pada Periode 2014-2022. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Laporan Keuangan Triwulan BTPN Syariah periode 2014-2022. Jenis data yang digunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan yang dipublikasikan melalui website resmi BTPN Syariah. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan tingkat signifikansi 5%. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa rasio NPF secara parsial berpengaruh negatif terhadap profitabilitas bank sedangkan rasio FDR dan rasio BOPO tidak berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas. Secara simultan, Risiko Pembiayaan (NPF), Risiko Likuiditas (FDR) dan Risiko Operasional (BOPO) berpengaruh tidak signifikan terhadap Profitabilitas sebesar 24% dan sisanya 76% dipengaruhi oleh faktor lain selain variabel yang menjadi objek penelitian ini.

Kata Kunci : Profitabilitas, NPF, FDR, BOPO, BTPN Syariah.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Penilaian tingkat kesehatan perbankan syariah dalam POJK nomor 8/POJK.03/2014 yaitu tingkat kesehatan bank adalah hasil penilaian kondisi bank yang dilakukan berdasarkan risiko termasuk risiko terkait penerapan prinsip syariah dan kinerja bank atau disebut dengan Risk-based Bank Rating. Dalam mekanisme penilaian tingkat kesehatan bank secara individual, Bank umum syariah wajib melakukan penilaian tingkat kesehatan bank sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (3), dengan cakupan 4 faktor yaitu profil risiko (*risk profile*), *Good Corporate Governance*, rentabilitas (*Earnings*), dan permodalan (*Capital*) atau biasa disebut RGEC.

Adanya pemeliharaan kesehatan pada bank sangat diperlukan oleh setiap bank untuk mengatasi risiko-risiko yang memungkinkan untuk muncul, dikhususkan risiko yang timbul ketika sedang ada perubahan kondisi ekonomi. Pada tahun 2014 – 2022 perbankan syariah menghadapi beberapa kemungkinan risiko, yaitu risiko pembiayaan macet (NPF), risiko likuiditas (FDR) dan risiko operasional (BOPO). Risiko tersebut pada akhirnya akan memiliki dampak terhadap kinerja dan profitabilitas perbankan syariah.

Pada penelitian menurut Capriani dan Dana (2016) risiko pembiayaan tidak memiliki pengaruh terhadap profitabilitas bank syariah. Tehresia, Mesrawati, Dewi, et al. (2021) menyatakan bahwa risiko likuiditas berpengaruh terhadap profitabilitas bank. Menurut Nanda, Hasan, & Aristyanto (2019) yang meneliti risiko operasional yang berpengaruh terhadap profitabilitas bank syariah

Menurut POJK Nomor 15 /POJK.03/2017 tentang penetapan status dan tindak lanjut pengawasan bank umum NPF adalah kredit atau pembiayaan yang memiliki kualitas kurang lancar, diragukan, atau macet sebagaimana dimaksud dalam ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai penilaian kualitas aset bank umum dan ketentuan OJK mengenai penilaian kualitas aset bank umum syariah dan unit usaha syariah. Tingginya NPF menunjukkan bahwa bank tersebut tidak profesional dalam mengelola pembiayaannya, sehingga hal ini memberikan indikasi bahwa tingkat risiko atas pemberian pembiayaan pada bank tersebut cukup tinggi searah dengan NPF yang dihadapi (Pratiwi, 2012).

FDR dapat menunjukkan kesehatan bank dalam memberikan pembiayaan (Muhamad, 2016). Semakin tinggi FDR, maka tinggi juga profitabilitas bank tersebut (Wahyudi, 2020). Maka dari pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa FDR adalah rasio yang menggambarkan tingkat kemampuan bank syariah dalam membayar kembali penarikan yang dilakukan nasabah kepada pihak ketiga melalui keuntungan yang didapatkan.

Menurut POJK nomor 18/POJK.03/2016 risiko operasional adalah Risiko akibat ketidakcukupan atau tidak berfungsinya proses internal, kesalahan manusia, kegagalan sistem, dan/atau adanya kejadian-kejadian eksternal yang mempengaruhi operasional Bank. Semakin kecil rasio BOPO ini maka semakin efisien biaya operasional yang dikeluarkan

oleh suatu bank sehingga kemungkinan suatu bank dalam kondisi bermasalah sangatlah kecil.

Bank BTPN Syariah merupakan bank syariah yang telah merangkul dan menjangkau segmen yang selama ini belum tersentuh oleh perbankan, yaitu segmen prasejahtera produktif dan mengembangkan keuangan inklusif. Bank BTPN Syariah telah resmi naik kelas menjadi Bank BUKU III pada 7 Juli 2020. Hal ini merupakan pencapaian bagi Bank secara keseluruhan, mengingat ini adalah buah dari perjalanan selama 6 tahun menjadi Bank Umum Syariah.

Tahun	Triwulan	NPF (X1)	FDR (X2)	BOPO (X3)	ROA (Y)
2014	4	0.87%	93.97%	85.92%	4.23%
2015	1	0.51%	93.73%	89.72%	3.21%
	2	0.28%	94.69%	88.72%	4.09%
	3	0.28%	94.18%	86.83%	4.88%
	4	0.17%	96.54%	85.82%	5.24%
2016	1	0.17%	96.38%	81.14%	6.98%
	2	0.13%	91.91%	79.17%	7.57%
	3	0.13%	97.47%	77.10%	8.40%
	4	0.20%	92.75%	75.14%	8.98%
2017	1	0.20%	90.82%	71.98%	9.97%
	2	0.01%	96.82%	71.23%	10.38%
	3	0.01%	93.31%	70.26%	10.74%
	4	0.05%	92.47%	68.81%	11.19%
2018	1	0.02%	93.21%	63.82%	12.49%
	2	0.01%	97.89%	62.90%	12.54%
	3	0.03%	96.03%	62.61%	12.39%
	4	0.02%	95.60%	62.36%	12.37%
2019	1	0.17%	96.03%	61.27%	12.68%
	2	0.14%	96.17%	60.40%	12.73%
	3	0.00%	98.68%	59.62%	13.05%
	4	0.26%	95.27%	58.07%	13.58%
2020	1	0.02%	94.69%	54.85%	13.58%
	2	0.00%	92.37%	72.07%	6.96%
	3	0.00%	98.48%	77.20%	5.80%
	4	0.02%	97.37%	72.42%	7.16%
2021	1	0.01%	92.16%	57.23%	11.36%
	2	0.01%	94.67%	56.81%	11.57%
	3	0.01%	96.04%	59.11%	10.86%
	4	0.18%	95.00%	59.97%	10.72%
2022	1	0.14%	96.24%	58.52%	11.12%

Gambar 1. Tingkat NPF, FDR, dan BOPO BTPN Syariah serta ROA BTPN Syariah periode 2014-2022

Sumber : Laporan Keuangan BTPN Syariah, Data diolah 2022

Berdasarkan gambar 1, dapat diketahui adanya ketidaksesuaian dengan teori mengenai hubungan risiko dengan profitabilitas. Penelitian terdahulu mengatakan yang dimana semakin rendah risiko bank maka semakin tinggi profitabilitasnya (Hermawan et al., 2021). Bisa diketahui NPF yang dimiliki oleh PT BTPN Syariah berfluktuasi, pada tahun tertentu terjadi fluktuasi yang mempengaruhi profitabilitas pada BTPN Syariah. Kondisi yang berbeda dengan teori yang mengatakan bahwa semakin besar atau meningkatnya risiko pembiayaan maka profitabilitas bank yang diterima akan semakin kecil atau berkurang. begitupula FDR yang dimiliki BTPN Syariah juga berfluktuasi dimana pada tahun tertentu terjadi fluktuasi yang mempengaruhi profitabilitas pada BTPN Syariah. Kondisi yang berbeda dengan teori yang mengatakan bahwa semakin besar atau meningkatnya risiko likuiditas maka profitabilitas bank yang diterima akan semakin kecil atau berkurang. BOPO yang dimiliki BTPN Syariah pada tahun tertentu terjadi fluktuasi

yang mempengaruhi profitabilitas pada BTPN Syariah. Kondisi yang berbeda dengan teori yang mengatakan bahwa semakin besar atau meningkatnya risiko operasional maka profitabilitas bank yang diterima akan semakin kecil atau berkurang.

Permasalahan

Berdasarkan latar belakang penelitian, muncul sebuah permasalahan bahwa adanya inkonsisten rasio terhadap profitabilitas. Pada beberapa triwulan rasio NPF, FDR, dan BOPO mengalami peningkatan yang diikuti dengan kenaikan ROA begitupun sebaliknya. Adapun pertanyaan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Risiko Pembiayaan berpengaruh terhadap profitabilitas pada PT BTPN Syariah pada tahun 2014-2022 ?
2. Apakah Risiko Likuiditas berpengaruh terhadap profitabilitas pada PT BTPN Syariah pada tahun 2014-2022 ?
3. Apakah Risiko Operasional berpengaruh terhadap profitabilitas pada PT BTPN Syariah pada tahun 2014-2022 ?
4. Apakah Risiko Pembiayaan, Risiko Likuiditas, Risiko Operasional memiliki pengaruh terhadap profitabilitas pada PT BTPN Syariah pada tahun 2014 -2022 ?

Tujuan

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh Risiko Pembiayaan terhadap profitabilitas pada PT BTPN Syariah pada tahun 2014-2022.
2. Untuk menganalisis pengaruh Risiko Likuiditas terhadap profitabilitas pada PT BTPN Syariah pada tahun 2014-2022.
3. Untuk menganalisis pengaruh Risiko Operasional terhadap profitabilitas pada PT BTPN Syariah pada tahun 2014-2022.
4. Untuk menganalisis pengaruh Risiko Pembiayaan, Risiko Likuiditas, dan Risiko Operasional terhadap profitabilitas PT BTPN Syariah pada tahun 2014-2022.

TINJAUAN PUSTAKA

Profitabilitas

Profitabilitas yang diukur dengan *Return on Asset* (ROA) ini merupakan rasio yang dapat digunakan dalam menilai kemampuan perusahaan dalam rangka mencari keuntungan. Penilaian kinerja keuangan bank yang dapat dinilai oleh pendekatan analisis rasio keuangan inilah juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Semakin besar *Retrun of Asset* (ROA) menunjukkan kinerja perusahaan semakin baik, karena return semakin besar. Sehingga dalam penelitian ini menggunakan *Return On Asset* (ROA) sebagai indikator pengukur kinerja keuangan perusahaan perbankan.

Risiko pembiayaan merupakan Risiko akibat kegagalan pihak lain dalam memenuhi kewajiban kepada Bank, termasuk risiko akibat kegagalan debitur, Risiko konsentrasi kredit, *counterparty credit risk*, dan *settlement risk* (Peraturan Otoritas Jasa Keuangan

Nomor 18 /POJK.03/2016). Non-Performing Financing (NPF) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan bank dalam menangani risiko pembiayaan. Penghitungan NPF sangat dibutuhkan oleh bank atau pihak investor karena dapat dijadikan sebagai cerminan risiko pembayaran. Setiap bank memang harus selalu menanggung risiko pembiayaan. Namun semakin tinggi rasio NPF maka semakin tinggi risiko pembiayaan yang harus ditanggung. Akibatnya, pihak bank harus bisa menyediakan cadangan dana yang lebih besar untuk menutupi risiko tersebut. Hal ini bisa berdampak pada pengurangan modal jika hal ini tidak segera diselesaikan

Risiko Likuiditas

Risiko Likuiditas merupakan suatu risiko yang mana pada suatu perusahaan atau individu sudah tidak mampu lagi memenuhi kewajiban keuangan dalam jangka waktu pendek karena tidak bisa mengubah asetnya menjadi uang tunai (Accurate.id). Menurut (Muharam, 2012) risiko likuiditas adalah kerugian yang terjadi dalam menghasilkan uang tunai yang diperlukan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek atau yang sudah jatuh tempo. Risiko ini diukur oleh FDR, rasio *Financing to Deposit Ratio* (FDR) diukur dengan membandingkan total pembiayaan dengan total Dana Pihak Ketiga (DPK), kenaikan pada rasio FDR menandakan bahwa adanya peningkatan dalam penyaluran pembiayaan dalam masyarakat (Harianto, 2017)

Risiko Operasional

Risiko operasional merupakan salah satu risiko kerugian, akibat oleh proses internal yang kurang memadai perbankan, adanya kegagalan proses internal, adanya kesalahan manusia dan juga sistem dan juga adanya karena eksternal (Jelita dan Shofawati, 2019). Rasio BOPO menurut (Rivai, 2013) adalah perbandingan antara beban operasional dengan pendapatan operasional dalam mengukur tingkat efisiensi dan kemampuan bank dalam melakukan kegiatan operasinya. Artinya jika angka rasio semakin menurun maka akan semakin efisien biaya operasional yang dikeluarkan bank yang bersangkutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, karena tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh NPF, FDR, dan BOPO terhadap profitabilitas BTPN Syariah. Oleh sebab itu, penelitian ini memprediksi pengaruh variabel yang membuktikan ada atau tidaknya hubungan antara variabel bebas X yakni NPF, FDR, dan BOPO BTPN Syariah terhadap variabel Y yakni profitabilitas BTPN Syariah.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang bersumber dari laporan keuangan triwulan yang telah dipublikasikan oleh BTPN Syariah. Data yang digunakan berkala *time series* selama 9 tahun (2014 sampai dengan 2022) yang dirinci per triwulan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, yaitu regresi dengan satu variabel terikat dan dua atau lebih variabel bebas. Metode analisis data dalam penelitian ini meliputi pengujian asumsi klasik, regresi linier berganda, dan pengujian hipotesis, semuanya diolah oleh SPSS versi 26.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik digunakan untuk mendapatkan model regresi yang baik, terbatas dari penyimpangan data. Alat pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi, dan uji heterokedastisitas

Uji Normalitas

Uji bertujuan untuk menguji apakah sebuah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Santoso, 2018). Hasil uji normalitas melalui SPSS versi 26 dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

s		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	340,7548533
		6
Most Extreme Differences	Absolute	,101
	Positive	,062
	Negative	-,101
Test Statistic		,101
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 : Output SPSS 26 (diolah)

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan menggunakan pendekatan *Kolmogorov Smirnov*, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,200. Artinya, nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 atau dengan kata lain $0,200 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya variabel independen yang memiliki korelasi antar variabel independen lain dalam satu model. Hasil uji multikolinieritas melalui SPSS versi 26 dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1216,335	324,531		3,748	,001		
	NPF	-9,327	3,867	-,447	2,412	,023	,878	1,139
	FDR	-,027	,029	-,163	-,936	,358	,997	1,003
	BOPO	,009	,030	,057	-,305	,783	,877	1,140

a. Dependent Variable: ROA

Sumber : Output SPSS 26 (diolah)

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas diatas, dapat dilihat bahwa nilai tolerance dari kedua variabel adalah 0,476 dan nilai VIF dari kedua variabel adalah 2,101. Karena nilai tolerance kedua variabel tersebut $> 0,10$ dan nilai VIF kedua variabel tersebut < 10 .

Maka dapat disimpulkan bahwa variabel NPF, FDR, dan BOPO BTPN Syariah terhadap profitabilitas BTPN Syariah tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Uji Autokorelasi

Penulis dalam mendeteksi ada atau tidaknya gejala autokorelasi dalam persamaan regresi adalah dengan cara menggunakan uji Durbin-Watson, yang nantinya akan menghasilkan nilai Durbin Watson (DW) yang akan dibandingkan dengan dua(2) nilai Durbin Watson Tabel, yaitu Durbin Watson Upper dan Durbin Watson Lower. Hasil uji autokorelasi melalui SPSS versi 26 dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,568 ^a	,322	,238	333,60268	1,263
a. Predictors: (Constant), LnX3, LnX2, LnX1					
b. Dependent Variable: LnY					

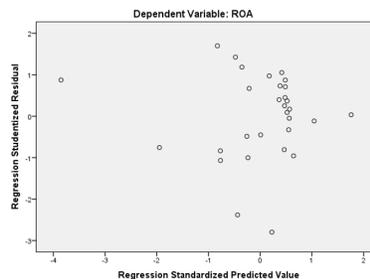
Sumber : Output SPSS 26 (diolah)

Berdasarkan hasil uji autokorelasi di atas, didapatkan nilai Durbin-Watson sebesar 1,263 sehingga dapat dikatakan bahwa nilai $DU < DW < 4 - DU$ atau $1,213 < 1,263 < 2,350$. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi ini terbebas dari gejala autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas

Pada pengujian ini peneliti menggunakan metode yaitu metode scatterplots. Pada metode scatterplots ini diadakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas. Bisa dilihat dari grafil scatterplots antara nilai prediksi variabel terkait yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Berikut hasil uji heteroedastisitas dengan menggunakan scatterplots :

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Output SPSS 26 (diolah)

Berdasarkan hasil uji scatterplots diatas, dapat diketahui bahwa titik-titik data menyebarkan di atas dan di bawah atau disekitar angka 0 serta tidak berkumpul di satu titik saja. Penyebaran titik tidak membentuk sebuah pola. Oleh karena itu, dapat disimpulkan

bahwa model regresi ini terbebas dari gejala heterokedastisitas sehingga model regresi linear dapat dilakukan.

Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda yang bertujuan mengetahui besarnya pengaruh risiko pembiayaan (NPF), risiko likuiditas (FDR), dan risiko operasional (BOPO) terhadap profitabilitas (ROA). Analisis ini dilakukan untuk mengetahui dampak hubungan antar variabel (+/-) dan memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabelnya mengalami kenaikan ataupun penurunan.

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1216,335	324,531		3,748	,001
	NPF	-9,327	3,867	-,447	-2,412	,023
	FDR	-,027	,029	-,163	-,936	,358
	BOPO	,009	,030	,057	,305	,763

a. Dependent Variable: ROA
Sumber: Output SPSS V.26

Sumber : Output SPSS 26 (diolah)

Berdasarkan pada tabel diatas, hasil perhitungan koefisien dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y (ROA)=1.216,35+(-9,327) X1+(-0,027) X2+0,009 X3$$

Hasil dari persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta atau nilai tetap pada persamaan di atas adalah 1.216,335 menunjukkan variabel profitabilitas belum dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu variabel NPF sebagai X1, FDR sebagai X2, dan BOPO sebagai X3. Jika variabel independen tidak ada maka profitabilitas tidak mengalami perubahan
2. Variabel risiko pembiayaan (X1) memiliki nilai koefisien sebesar -9,327. Menunjukkan bahwa variabel NPF mempunyai pengaruh negatif terhadap profitabilitas BTPN Syariah. Hal ini bisa dikatakan apabila variabel independen lainnya tetap nilainya, maka setiap kenaikan risiko pembiayaannya akan menurunkan nilai profitabilitas sebesar 9,327%.
3. Variabel risiko likuiditas (X2) memiliki nilai koefisien sebesar -0,027. Menunjukkan bahwa variabel FDR mempunyai pengaruh negatif terhadap profitabilitas BTPN Syariah. Hal ini bisa dikatakan apabila variabel independen lainnya tetap nilainya, maka setiap kenaikan risiko likuiditasnya akan menurunkan nilai profitabilitas sebesar 0,027%.
4. Variabel risiko operasional (X3) memiliki nilai koefisien sebesar 0,009. Menunjukkan bahwa variabel BOPO mempunyai pengaruh positif terhadap profitabilitas BTPN Syariah. Hal ini bisa dikatakan apabila variabel independen lainnya tetap nilainya, maka setiap kenaikan risiko operasionalnya akan menaikkan nilai profitabilitas sebesar 0,009%.

Uji Hipotesis

Hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui variabel-variabel independen (X) secara individual berpengaruh terhadap variabel independen (Y). Hasil uji t melalui SPSS versi 26 dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 6. Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1216,335	324,531		3,748	,001
	NPF (X1)	-9,327	3,867	-,447	-2,412	,023
	FDR (X2)	-,027	,029	-,163	-,936	,358
	BOPO (X3)	,009	,030	,057	,305	,763

a. Dependent Variable: ROA (Y)

Sumber : Output SPSS 26 (diolah)

Berdasarkan hasil uji t diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai thitung variabel Risiko Pembiayaan (NPF) sebesar -2,412 dan nilai signifikansi sebesar 0,023. Dengan nilai *thitung* diabsolutkan, hal ini menunjukkan bahwa nilai *thitung* lebih besar dari *ttabel* ($-2,412 > -2,055$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,023 < 0,05$). Maka, dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti risiko pembiayaan berpengaruh terhadap profitabilitas BTPN Syariah.
2. Nilai *thitung* variabel Risiko Likuiditas (FDR) sebesar 0,936 dan nilai signifikansi sebesar 0,358. Dengan nilai *thitung* diabsolutkan, hal ini menunjukkan bahwa nilai *thitung* lebih kecil dari *ttabel* ($-0,936 < -2,055$) dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,358 > 0,05$). Maka, dapat disimpulkan bahwa H2 ditolak yang berarti risiko likuiditas tidak berpengaruh terhadap profitabilitas BTPN Syariah.
3. Nilai *thitung* variabel Risiko Operasional (BOPO) sebesar 0,305 dan nilai signifikansi sebesar 0,763. Dengan nilai *thitung* diabsolutkan, hal ini menunjukkan bahwa nilai *thitung* lebih kecil dari *ttabel* ($0,305 < 2,055$) dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,763 > 0,05$). Maka, dapat disimpulkan bahwa H3 ditolak yang berarti risiko operasional tidak berpengaruh terhadap profitabilitas BTPN Syariah.

Uji F (Simultan)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen (Y). Hasil uji F melalui SPSS versi 26 dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 7. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	925049,234	3	308349,745	2,381	,093 ^b
	Residual	3367302,233	26	129511,624		
	Total	4292351,467	29			
a. Dependent Variable: ROA (Y)						
b. Predictors: (Constant), BOPO (X3), FDR (X2), NPF (X1)						

Sumber : Output SPSS 26 (diolah)

Hasil Uji F diperoleh nilai Fhitung 2,381 dan nilai signifikansi sebesar 0,093. Kemudian diperoleh Ftabel Angka ini didapatkan dari tabel F dengan melihat (k ; n-k), dimana (3 ; 30 -3 = 27). Hal ini menunjukkan bahwa nilai Fhitung lebih kecil dari nilai Ftabel (2,381 < 2,960) dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 (0,093 > 0,05). Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa H4 ditolak yang berarti risiko pembiayaan, risiko likuiditas, dan risiko operasional secara bersamaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas BTPN Syariah.

Uji Koefisien Korelasi

Analisis Koefisiensi Korelasi digunakan untuk melihat seberapa besar hubungan linier variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat. Hasil uji koefisien korelasi melalui SPSS versi 26 dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Korelasi

Correlations					
		NPF	FDR	BOPO	ROA
NPF	Pearson Correlation	1	,019	,347	-,430 [*]
	Sig. (2-tailed)		,921	,060	,018
	N	30	30	30	30
FDR	Pearson Correlation	,019	1	-,042	-,174
	Sig. (2-tailed)	,921		,826	,359
	N	30	30	30	30
BOPO	Pearson Correlation	,347	-,042	1	-,092
	Sig. (2-tailed)	,060	,826		,630
	N	30	30	30	30
ROA	Pearson Correlation	-,430 [*]	-,174	-,092	1
	Sig. (2-tailed)	,018	,359	,630	
	N	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber : Output SPSS 26 (diolah)

1. Nilai antara Sig. (2-tailed) antara Risiko Pembiayaan (NPF) dengan Profitabilitas adalah sebesar 0,018 sehingga lebih kecil dari 0,05 (0,018 < 0,05). Hal ini berarti bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara Risiko Pembiayaan (NPF) dengan Profitabilitas (ROA).
2. Nilai antara Sig. (2-tailed) antara Risiko Likuiditas (FDR) dengan Profitabilitas adalah 0,359 (0,359 > 0,05), hal ini berarti bahwa terdapat korelasi yang tidak signifikan antara Risiko Likuiditas (FDR) dengan Profitabilitas (ROA).

3. Nilai antara Sig. (2-tailed) antara Risiko Operasional (BOPO) dengan Profitabilitas adalah 0,630 ($0,630 > 0,050$), Hal ini memiliki makna bahwa terdapat korelasi yang tidak signifikan antara Risiko Operasional (BOPO) terhadap Profitabilitas (ROA).

4. Nilai rhitung antara Risiko Pembiayaan (NPF) dengan Profitabilitas (ROA) terdapat dua tanda bintang (**), maka hal ini berarti terdapat korelasi antara Risiko Pembiayaan (NPF) dengan Profitabilitas (ROA) dengan taraf signifikansi 5%.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (R^2) ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui persentasi variabel-variabel independen dalam menerangkan variabel dependen secara simultan. Hasil uji koefisien determinasi melalui SPSS versi 26 dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,568 ^a	,322	,238	333,60268

a. Predictors: (Constant), BOPO, FDR, NPF

b. Dependent Variable: ROA

Sumber : Output SPSS 26 (diolah)

Berdasarkan output pada Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) diperoleh hasil nilai koefisien determinasi yang disesuaikan (Adjusted R^2) sebesar 0,238. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya persentase variabel independen yakni Risiko Pembiayaan (NPF), Risiko Likuiditas (FDR) dan Risiko Operasional (BOPO) secara simultan mampu menjelaskan perubahan yang terjadi terhadap Profitabilitas (ROA) sebesar 24%. Sisanya sebesar 76% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak masuk dalam model penelitian ini

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Risiko pembiayaan memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap profitabilitas BTPN Syariah. Indikator profitabilitas BTPN Syariah yang diukur dengan risiko pembiayaan (NPF) untuk mengetahui seberapa besar pengaruh risiko pembiayaan dalam kenaikan profitabilitas bank. Hasil penelitian menyatakan NPF berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas bank
2. Risiko Likuiditas tidak signifikan berpengaruh terhadap profitabilitas. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa BTPN Syariah mampu menyalurkan kreditnya dengan efektif. FDR selama periode penelitian ini penurunan profitabilitas bank.
3. Risiko Operasional tidak signifikan berpengaruh terhadap profitabilitas. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa BTPN Syariah mampu mengoptimalkan biaya operasionalnya. BOPO selama periode ini mempengaruhi kenaikan profitabilitas bank.
4. Risiko Pembiayaan (NPF), Risiko Likuiditas (FDR), dan Risiko Operasional (BOPO) secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, S. W., & Manda, G. S. (2022). RISIKO OPERASIONAL TERHADAP PROFITABILITAS. 5(1), 67–77.
- Bank Indonesia. (2004). SE BI No.6/ 23/DPNP/2004 Sistem Penilaian Tingkat Kesehatan Bank Umum. *Atmospheric Environment*, 38(5), 3395–3404. https://www.bi.go.id/id/archive/arsip-peraturan/Pages/ketentuan_perbankan.aspx
- Capriani, N., & Dana, I. (2016). Pengaruh Risiko Kredit Risiko Operasional Dan Risiko Likuiditas Terhadap Profitabilitas Bpr Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(3), 255267.
- Hermawan, B., Ismail, T., & Ichwanudin, W. (2021). Pengaruh Risiko Bank Terhadap Profitabilitas Pendahuluan. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa*, 5(2), 147–160.
- Jelita, W. R. S., & Shofawati, A. (2019). Manajemen Risiko Operasional Pada PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Jabal Nur Tebuireng di Surabaya. *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 69. <https://doi.org/10.22219/jes.v4i1.8733>
- Muharam, H. (2012). The influence of fundamental factors to liquidity risk on banking industry: Comparative study between Islamic bank and conventional bank in Indonesia. *Conference In Business, Accounting And Management (Cbam)*, 1(2), 359–368.
- Nanda, A. S., Hasan, A. F., & Aristyanto, E. (2019). Pengaruh CAR dan BOPO Terhadap ROA pada Bank Syariah pada Tahun 2011-2018. *Perisai : Islamic Banking and Finance Journal*, 3(1), 19–32. <https://doi.org/10.21070/perisai.v3i1.2160>
- Pratiwi, D. D. (2012). Pengaruh CAR, BOPO, NPF dan FDR terhadap Return on Asset (ROA) Bank Umum Syariah di Indonesia. *Fakultas Ekonomika Dan Bisnis*, 85.
- Rivai, V. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan dari Teori ke Praktik (Vol. 1)*. PT Rajagrafindo Persada.
- Tehresia, S., Mesrawati, Dewi, M., Wijaya, E. Y., & Billyandi, C. (2021). Pengaruh Risiko Kredit, Risiko Likuiditas, Risiko Pasar, Dan Risiko Operasional Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Sektor Perbankan. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(9), 4717–47

Analisis Kinerja Bank Syariah Periode Tahun 2017 – 2021 (Studi Kasus Bank BJB Syariah)

Tirta Pambudhi Lelono¹⁾, Bambang Waluyo²⁾

¹⁾ Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Jakarta, tirta.pambudhilelono.ak18@mhs.wpnj.ac.id, Depok, 16425, Kota Depok, Indonesia.

²⁾ Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Jakarta, bambang.waluyo@akuntansi.pnj.ac.id, Depok, 16425, Kota Depok, Indonesia.

ABSTRACT

This research is motivated by the plan submitted by bank BJB Syariah in a corporate plan to conduct an Initial Public Offering (IPO) in mid-2022 so that it is necessary to analyze the company's performance. The purpose of this study is to analyze the performance of BJB Syariah banks in 2017 – 2021 using the Risk Based Bank Rating (RBBR) method. Based on the results of research on the financial performance condition of BJB Syariah banks, the risk profile factor represented by the NPF ratio obtained a rating of 2 or a healthy category and with an FDR ratio obtained a rating of 3 or a fairly healthy category. Then in the GCG factor, bank BJB Syariah obtained a rating of 2 or healthy category while in the earnings factor represented by the ROA ratio obtained a rating of 5 or an unhealthy category. On the capital factor, it obtained a rank of 1st or a very healthy category. Then simultaneously the performance assessment based on the level of bank health using the RBBR method of BJB Syariah bank obtained a rating of 2 or healthy category. This research is expected to be a consideration for the public or novice investors to make their investment decisions at Sharia BJB bank.

Keywords: performance, financial, health, Sharia BJB, RBBR.

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh rencana yang disampaikan bank BJB Syariah dalam *corporate plan* untuk melakukan penawaran umum perdana atau *Initial Public Offering* (IPO) pada pertengahan tahun 2022 sehingga perlu dilakukan analisis kinerja perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kinerja bank BJB Syariah selama tahun 2017 – 2021 dengan menggunakan metode *Risk Based Bank Rating* (RBBR). Berdasarkan hasil penelitian kondisi kinerja keuangan bank BJB Syariah pada faktor *risk profile* yang diwakilkan dengan rasio NPF memperoleh peringkat 2 atau kategori sehat dan dengan rasio FDR memperoleh peringkat 3 atau kategori cukup sehat. Kemudian pada faktor GCG bank BJB Syariah memperoleh peringkat 2 atau kategori sehat sedangkan pada faktor *earnings* yang diwakilkan oleh rasio ROA memperoleh peringkat 5 atau kategori tidak sehat. Pada faktor *capital* memperoleh peringkat 1 atau kategori sangat sehat. Kemudian secara simultan penilaian kinerja berdasarkan tingkat kesehatan bank menggunakan metode RBBR bank BJB Syariah memperoleh peringkat 2 atau kategori sehat. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan masyarakat atau investor pemula untuk melakukan keputusan investasinya pada bank BJB Syariah.

Kata-Kata Kunci: kinerja, keuangan, kesehatan, BJB Syariah, RBBR

PENDAHULUAN

Dalam pengembangan ekonomi syariah Provinsi Jawa Barat sebagai provinsi yang memiliki populasi terbanyak di Indonesia memiliki potensi yang sangat besar. Menurut Deputy Direktur Pengawasan Lembaga Jasa Keuangan OJK Regional Jawa Barat, per Desember 2021 perbankan syariah di Jawa Barat cukup mengalami perkembangan. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai *market share* perbankan syariah mencapai 10,8% dari total aset perbankan di Provinsi Jawa Barat. Perkembangan juga dapat dilihat dari pertumbuhan pembiayaan perbankan syariah di Jawa Barat yang cukup tinggi yaitu sebesar 8,42% *year on year* (yoy). Angka tersebut lebih tinggi dibandingkan rata-rata perbankan di Jawa Barat yang tumbuh 6,17%. Pembiayaan perbankan syariah didominasi oleh BUS sebesar 64,2%, UUS sebesar 28%, dan BPRS 7,8% (Republika.co.id, 2022). Perkembangan perbankan syariah juga didukung dari sisi regulasi oleh Pemerintah Provinsi Jawa Barat. Pada awal tahun 2022 lalu telah ditetapkan Peraturan Gubernur Nomor 1 Tahun 2022 Tentang Pengembangan Ekonomi dan Keuangan Syariah.

Sebagai salah satu motor penggerak industri perbankan di Jawa Barat, pada tahun 2010 lalu manajemen PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk. (BJB) berpandangan bahwa untuk mempercepat pertumbuhan usaha syariah serta mendukung program Bank Indonesia (BI) maka ditetapkan perubahan status PT. Bank BJB Syariah (BJBS) yang semula berbentuk Unit Usaha Syariah menjadi Bank Umum Syariah (bjbsyariah.co.id). Sebagai bank umum syariah “berplat merah”, BJBS memiliki tanggung jawab dan peran besar dalam pengembangan ekonomi dan keuangan syariah di wilayah Jawa Barat. Tanggung jawab tersebut terasa berat karena mengingat status BJBS merupakan anak perusahaan dari BJB, dimana induk perusahaannya merupakan bank konvensional.

Menurut IDX, guna pengembangan bisnis ke depan, PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk (BJBR) mempersiapkan anak usahanya, BJB Syariah melakukan penawaran umum perdana atau *Initial Public Offering* (IPO). Dalam penjelasan Perseroan di keterbukaan informasi BEI, dikutip Jumat (11/3/2022), IPO yang diperkirakan di Semester II-2022, telah ada di rencana bisnis tahun ini serta *Corporate Plan* Bank BJB Syariah (IdxChannel, 2022).

Initial Public Offering (IPO) adalah proses bagi perusahaan untuk menjadi perusahaan publik. Perusahaan publik adalah perusahaan yang menjual sebagian sahamnya kepada masyarakat, untuk dapat dimiliki oleh masyarakat. Alasan utama perusahaan menjadi perusahaan publik dan menjual saham di pasar modal adalah adanya dorongan kebutuhan atas modal yang digunakan untuk mendukung kegiatan operasionalnya (Yusminiarti, Sesba, & Astuti, 2020). IPO merupakan suatu langkah perusahaan untuk menawarkan sahamnya kepada masyarakat, tujuannya agar perusahaan bisa mendapatkan penambahan modal dan juga ekuitas dari para investor.

Pada penelitian Christanti & Mahastanti (2011) mengatakan seorang investor akan melakukan riset sebelum memutuskan untuk melakukan investasi, seperti dengan mempelajari laporan keuangan perusahaan, kinerja perusahaan, *track record* atau portofolio, keadaan perekonomian, risiko, ulasan tentang keuangan dan keadaan perekonomian yang dipublikasikan di media, dan lain-lain. Menurut Puspitaningtyas (2013) kinerja keuangan dapat menjadi

pertimbangan investor untuk melakukan keputusan investasinya. Informasi mengenai kinerja perusahaan bisa didapatkan dari menganalisis laporan keuangan perusahaan. Dari sini dapat dilihat kemampuan perusahaan untuk menjalankan bisnisnya. Kinerja keuangan perusahaan dapat diukur dengan analisis rasio keuangan.

Dalam melakukan penilaian terhadap kinerja suatu perbankan, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang bertugas mengatur dan mengawasi jalannya kegiatan operasional bank telah menetapkan sebuah ketentuan, yaitu POJK No. 8/POJK.03/2014 Tentang Penilaian Tingkat Kesehatan Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah. Bank wajib melakukan penilaian secara individual dengan menggunakan pendekatan risiko *Risk-based Bank Rating* (RBBR) dengan cakupan penilaian terhadap faktor Profil risiko, *Good Corporate Governance* (GCG), Rentabilitas, dan Permodalan. Penelitian untuk menilai kinerja keuangan melalui tingkat kesehatan bank dengan metode *Risk-based Bank Rating* (RBBR) juga dilakukan Jamaludin (2020) yang mengatakan tingkat kesehatan secara umum dapat dilihat dari fungsi bank tersebut apakah berjalan dengan baik. Tingkat kesehatan bank selalu menjadi perhatian khusus agar selalu memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat, karena jika kinerja bank tidak sehat maka akan membahayakan bank tersebut dan pihak lain yang terlibat seperti investor bahkan negara.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka dapat diketahui bahwa analisa kinerja merupakan hal yang sangat penting dilakukan karena hasilnya dapat menjadi informasi dari kinerja perusahaan sebagai bahan pertimbangan investor dan masyarakat untuk menentukan keputusan investasinya. Hasil analisis ini akan sangat berguna bagi masyarakat dan khususnya bagi para investor pemula untuk mempertimbangkan keputusan berinvestasi di bank BJB Syariah yang berencana melakukan *Initial Public Offering* (IPO). Berdasarkan kondisi tersebut maka perlu dilakukannya analisis kinerja keuangan melalui pendekatan risiko yang diukur menggunakan metode *Risk-based Bank Rating* (RBBR) pada bank BJB Syariah. Adapun tujuan dari penelitian ini berdasarkan rumusan masalah penelitian di atas adalah sebagai berikut: 1) Untuk menganalisis tingkat kinerja keuangan bank BJB Syariah yang dilihat dari faktor *Risk Profile*; 2) Untuk menganalisis tingkat kinerja keuangan bank BJB Syariah yang dilihat dari faktor *Good Corporate Governance* (GCG); 3) Untuk menganalisis tingkat kinerja keuangan bank BJB Syariah yang dilihat dari faktor *earnings* (Rentabilitas); 4) Untuk menganalisis tingkat kinerja keuangan bank BJB Syariah yang dilihat dari faktor *capital* (Kecukupan Modal); 5) Untuk menganalisis tingkat kinerja keuangan bank jika dinilai dari tingkat kesehatan bank menggunakan metode *Risk-based Bank Rating*.

TINJAUAN PUSTAKA

Bank Syariah

Regulasi mengenai Bank Syariah di Indonesia tertuang dalam UU No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah. Dalam Undang-undang tersebut dijelaskan bahwa Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Menurut jenisnya, Bank Syariah terbagi menjadi Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Bank Syariah adalah bank yang kegiatan utamanya menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi dan menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan serta memberikan jasa lainnya berdasarkan prinsip syariah dan akad-akad tertentu (Alimusa, 2020).

Laporan Keuangan

Menurut Pedoman Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 tentang Penyajian Laporan Keuangan, yang dimaksud dengan laporan keuangan adalah penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas. Laporan keuangan tersebut menyajikan data perusahaan yang dikuantifikasi dalam nilai moneter. Laporan keuangan dapat memberikan informasi mengenai kinerja keuangan tiap bulan, semester, tahun atau beberapa tahun. Kasmir (2019) menyebutkan bahwa laporan keuangan adalah laporan yang menyatakan kondisi keuangan sebuah perusahaan pada suatu periode tertentu. Tujuan laporan keuangan menurut PSAK No. 1 adalah untuk memberikan informasi mengenai kinerja keuangan sebuah perusahaan yang bermanfaat dalam pembuatan keputusan ekonomi.

Kinerja Bank Syariah

Kinerja bank syariah merupakan representasi pencapaian kinerja dari sebuah perbankan dalam kegiatan usahanya yang meliputi aspek kinerja keuangan, pemasaran, pendanaan, teknologi, dan sumber daya manusia. Namun menurut Haq (2015) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa kinerja bank syariah tidak hanya meliputi aspek tersebut saja, melainkan juga menyangkut pencapaian bank syariah dalam menjaga aspek-aspek syariah dalam menjalankan kegiatan dari bank syariah itu sendiri. Kinerja bank syariah dapat diukur dengan melakukan analisis dan penilaian laporan keuangan dan kinerja bank di masa lalu. Penilaian kinerja juga dapat menjadi acuan ataupun prediksi untuk mengambil langkah kebijakan di masa mendatang. Dalam melakukan analisis kinerja keuangan bank syariah dapat mengukurnya dengan melihat tingkat kesehatan bank syariah. Standar dan metode untuk mengukur tingkat kesehatan bank syariah telah ditentukan pada Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) dan Peraturan Bank Indonesia (PBI).

Risk Based Bank Rating (RBBR)

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 8/POJK.03/2014 Tentang Penilaian Tingkat Kesehatan Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah metode yang digunakan dalam mengukur tingkat kesehatan bank syariah adalah metode *Risk Based Bank Rating* (RBBR). Metode RBBR terdiri dari beberapa faktor, yakni faktor *Risk Profile*, *Good Corporate Governance* (GCG), *Earnings* dan *Capital*.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif kuantitatif yang bertujuan mendeskripsikan secara sistematis dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi tertentu atau menggambarkan fenomena secara detail. Penelitian ini menganalisis tingkat kinerja keuangan perbankan yang dinilai dari tingkat kesehatan bank dengan menggunakan data historis yang berasal dari laporan keuangan perbankan.

Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah penilaian analisis kinerja keuangan dengan metode *Risk Based Bank Rating* (RBBR). Metode tersebut terdiri dari faktor profil risiko, *Good Corporate Governance* (GCG), *earnings* (rentabilitas), dan *capital*

(permodalan). Kemudian yang menjadi subjek pada penelitian ini adalah PT. Bank Jawa Barat dan Banten Syariah.

Analisis Data

Dalam penelitian ini analisis data akan menghasilkan data deskriptif. Kegiatan ini berupa menganalisis perhitungan melalui teknik *Risk-based Bank Rating* (RBBR). Langkah-langkah yang digunakan untuk menganalisis kinerja keuangan melalui tingkat kesehatan bank untuk masing-masing faktor dan komponennya adalah sebagai berikut:

- 1) Mengumpulkan seluruh data yang berkaitan dengan variabel penelitian dari laporan keuangan perusahaan.
- 2) Analisis Profil Risiko
 - a. Menghitung risiko kredit menggunakan rasio *Non Performing Financing* (NPF). Berikut merupakan rumus perhitungan dan kriteria penilaian rasio NPF:

$$NPF = \frac{\text{Pembiayaan bermasalah}}{\text{Total pembiayaan}} \times 100\%$$

Tabel 1 Kriteria Penilaian NPF

Peringkat	Kriteria	Keterangan
PK-1	$NPF < 2\%$	Sangat Sehat
PK-2	$2\% \leq NPF < 5\%$	Sehat
PK-3	$5\% \leq NPF < 8\%$	Cukup Sehat
PK-4	$8\% \leq NPF < 12\%$	Kurang Sehat
PK-5	$NPF \geq 12\%$	Tidak Sehat

Sumber : Kodifikasi Peraturan Bank Indonesia Kelembagaan Penilaian Tingkat Kesehatan Bank, 2012

- b. Menghitung risiko likuiditas menggunakan rasio *Financing to Deposit Ratio* (FDR). Berikut merupakan rumus perhitungan dan kriteria penilaian rasio FDR:

$$FDR = \frac{\text{Total pembiayaan}}{\text{Jumlah dana pihak ketiga (DPK)}} \times 100\%$$

Tabel 2 Kriteria Penilaian FDR

Peringkat	Kriteria	Keterangan
PK-1	$50\% \leq FDR < 75\%$	Sangat Sehat
PK-2	$75\% \leq FDR < 85\%$	Sehat

PK-3	$85\% \leq \text{FDR} < 100\%$	Cukup Sehat
PK-4	$100\% \leq \text{FDR} < 120\%$	Kurang Sehat
PK-5	$\text{FDR} \geq 120\%$	Tidak Sehat

Sumber : Kodifikasi Peraturan Bank Indonesia Kelembagaan Penilaian Tingkat Kesehatan Bank, 2012

- 3) Analisis Good Corporate Governance (GCG), menganalisis faktor GCG dengan memperhatikan hasil self assesment laporan GCG perbankan syariah. Berikut merupakan kriteria penilaian GCG:

Tabel 3 Kriteria Penilaian GCG

Peringkat	Kriteria	Keterangan
PK-1	$\text{GCG} < 1,50$	Sangat Sehat
PK-2	$1,50 \leq \text{GCG} < 2,50$	Sehat
PK-3	$2,50 \leq \text{GCG} < 3,50$	Cukup Sehat
PK-4	$3,50 \leq \text{GCG} < 4,50$	Kurang Sehat
PK-5	$\text{GCG} \geq 4,50$	Tidak Sehat

Sumber : Surat Edaran (SE) BI No. 12/13/DPbS

- 4) Analisis Rentabilitas (Earnings), menganalisis rentabilitas dengan rasio Return on Asset (ROA). Berikut merupakan rumus perhitungan dan kriteria penilaian rasio ROA:

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

Tabel 4 Kriteria Penilaian ROA

Peringkat	Kriteria	Keterangan
PK-1	$2\% < \text{ROA}$	Sangat Sehat
PK-2	$1,25\% < \text{ROA} \leq 2\%$	Sehat

PK-3	$0,5\% < ROA \leq 1,25\%$	Cukup Sehat
PK-4	$0\% < ROA \leq 0,5$	Kurang Sehat
PK-5	$ROA \leq 0\%$	Tidak Sehat

Sumber : Kodifikasi Peraturan Bank Indonesia Kelembagaan Penilaian Tingkat Kesehatan Bank, 2012

- 5) Analisis Permodalan (Capital), menganalisis permodalan dengan rasio Capital Adequacy Ratio (CAR). Berikut merupakan rumus perhitungan dan kriteria penilaian rasio CAR:

$$CAR = \frac{\text{Modal bank}}{\text{Total ATMR (Aset Tertimbang Menurut Risiko)}} \times 100\%$$

Tabel 5 Kriteria Penilaian CAR

Peringkat	Kriteria	Keterangan
PK-1	$12\% < CAR$	Sangat Sehat
PK-2	$9\% < CAR \leq 12\%$	Sehat
PK-3	$8\% < CAR \leq 9\%$	Cukup Sehat
PK-4	$6\% < CAR \leq 8\%$	Kurang Sehat
PK-5	$CAR \leq 6\%$	Tidak Sehat

Sumber : Kodifikasi Peraturan Bank Indonesia Kelembagaan Penilaian Tingkat Kesehatan Bank, 2012

- 6) Melakukan pemeringkatan masing-masing rasio.
 7) Menetapkan peringkat komposit pada setiap tahun dalam kurun waktu tahun 2017 - 2021. Peringkat komposit ditetapkan melalui nilai komposit sebagai berikut :Peringkat 1 = setiap kali centang dikalikan 5; Peringkat 2 = setiap kali centang dikalikan 4; Peringkat 3 = setiap kali centang dikalikan 3; Peringkat 4 = setiap kali centang dikalikan 2; Peringkat 5 = setiap kali centang dikalikan 1. Nilai komposit yang diperoleh kemudian dibobotkan dalam bentuk persentase. Kemudian bobot persentase tersebut kembali diperingkatkan untuk menentukan peringkat komposit keseluruhan komponen, seperti pada tabel berikut :

Tabel 6 Bobot Penetapan Peringkat Komposit

Bobot %	Peringkat	Keterangan
86-100	PK 1	Sangat Sehat
71-85	PK 2	Sehat
61-70	PK 3	Cukup Sehat
41-60	PK 4	Kurang Sehat
<40	PK 5	Tidak Sehat

Sumber : (Ulfha, 2018)

- 8) Menarik kesimpulan terhadap tingkat kesehatan bank syariah sesuai dengan standar perhitungan yang ditentukan berdasarkan analisis tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Risiko

Risiko Kredit/Risiko Pembiayaan

Berikut merupakan hasil perhitungan rasio NPF Bank BJB Syariah Tahun 2017-2021:

Tabel 7 Perhitungan Rasio NPF Bank BJB Syariah Tahun 2017-2021

Tahun	Pembiayaan Bermasalah	Total Pembiayaan	NPF	Peringkat	Kategori
2017	Rp 154,841	Rp 5,447,525	2.84%	2	Sehat
2018	Rp 91,200	Rp 4,658,962	1.96%	1	Sangat Sehat
2019	Rp 81,386	Rp 5,415,364	1.50%	1	Sangat Sehat
2020	Rp 164,907	Rp 5,774,495	2.86%	2	Sehat
2021	Rp 107,142	Rp 6,428,792	1.67%	1	Sangat Sehat
Rata - Rata			2.17%	2	Sehat

Sumber : Laporan Keuangan bank BJB Syariah Tahun 2017-2021 (data diolah).

Pada tahun 2017 bank BJB Syariah mendapatkan nilai NPF sebesar 2.84% nilai tersebut masuk ke dalam peringkat 2 atau kategori sehat. Kemudian pada tahun 2018 nilai NPF bank BJB Syariah mengalami penurunan sebesar 0.88% atau menjadi 1.96% nilai tersebut termasuk ke dalam peringkat 1 atau kategori sangat sehat. Berdasarkan perhitungan rasio NPF tahun 2019 adalah sebesar 1.50% atau turun 0.46% dari tahun 2018. Tahun 2020 menjadi tantangan besar bagi segala sektor perekonomian di dunia, termasuk perbankan. Rasio NPF bank BJB syariah tahun 2020 naik menjadi 2.86%. Bank BJB Syariah secara peringkat komposit turun menjadi peringkat 2 namun masih terbilang sebagai kategori sehat. Kemudian hasil analisa pada tahun 2021 menyatakan bank BJB Syariah melakukan beberapa upaya intensif untuk mengendalikan pembiayaan bermasalah akibat dampak dari krisis global tahun 2020, akibatnya rasio NPF pada tahun 2021 menurun dari tahun sebelumnya menjadi 1.67% nilai tersebut termasuk ke dalam peringkat 1 atau kategori sangat sehat.

Risiko Likuiditas

Berikut merupakan hasil perhitungan rasio FDR Bank BJB Syariah Tahun 2017-2021:

Tabel 8 Perhitungan Rasio FDR Bank BJB Syariah Tahun 2017-2021

Tahun	Total Pembiayaan	Total DPK	FDR	Peringkat	Kategori
2017	Rp 5,447,525	Rp 5,977,834	91.13%	3	Cukup Sehat
2018	Rp 4,658,962	Rp 5,182,147	89.90%	3	Cukup Sehat
2019	Rp 5,415,364	Rp 5,788,150	93.56%	3	Cukup Sehat
2020	Rp 5,774,495	Rp 6,664,550	86.64%	3	Cukup Sehat
2021	Rp 6,428,792	Rp 7,883,555	81.55%	2	Sehat
Rata-rata			88.56%	3	Cukup Sehat

Sumber : Laporan Keuangan bank BJB Syariah Tahun 2017-2021 (data diolah).

Rasio FDR pada tahun 2017 menunjukkan nilai 91.13% menduduki peringkat 3 atau masuk dalam kategori cukup sehat. Pada tahun 2018 bank BJB Syariah memiliki target rasio FDR sebesar 95.50% namun realisasinya hanya mencapai 89.90%. Pada tabel di atas juga disampaikan bahwasanya DPK bank BJB Syariah pada tahun 2018 mengalami penurunan rasio FDR. Pada tahun 2019 terjaga dalam angka yang optimal sehingga secara likuiditas bank terjaga cukup baik, rasio FDR masuk ke dalam peringkat 3 atau kategori sehat. Hingga akhir tahun 2019 komposisi DPK bank BJB Syariah masih didominasi oleh deposito dibandingkan dengan CASA. Untuk meningkatkan dana CASA bank BJB Syariah perlu menentukan strategi kerja sama dengan komunitas, instansi, lembaga dan *travel umroh*. Krisis ekonomi pada tahun 2020 memberikan efek besar bagi perkembangan operasional perusahaan. Rasio FDR pada tahun 2020 mengalami penurunan di angka 86.64% masuk ke dalam peringkat 3 kategori cukup sehat. Pada tahun 2021 rasio FDR bank BJB Syariah kembali mengalami penurunan, namun hasil tersebut menyebabkan bank BJB Syariah mengalami kenaikan peringkat komposit menjadi peringkat 2 atau kategori sehat.

Good Corporate Governance (GCG)

Berikut merupakan hasil *Self Assesment* GCG Bank BJB Syariah Tahun 2017-2021:

Tabel 9 Hasil Penilaian *Self Assesment* GCG Bank BJB Syariah 2017-2021

TAHUN	GCG	PERINGKAT	KATEGORI
2017	2.54	3	Cukup Sehat
2018	2.51	3	Cukup Sehat
2019	2.5	3	Cukup Sehat
2020	2.5	3	Cukup Sehat
2021	2.4	2	Sehat
RATA-RATA	2.49	2	Sehat

Sumber : Laporan *Good Corporate Governance* (GCG) Bank BJB Syariah tahun 2017-2021 (data diolah).

Pada tahun 2017 mendapatkan nilai 2.54 atau berada pada peringkat 3 dan masuk ke dalam kategori cukup sehat. Hal tersebut menunjukkan bahwa manajemen bank telah melakukan penerapan tata kelola perusahaan dengan cukup baik. Hasil penilaian faktor GCG pada tahun 2018 menunjukkan nilai 2.51 yang termasuk dalam peringkat 3 dan memiliki kategori cukup sehat. Dengan demikian secara umum pelaksanaan GCG pada tahun 2018 sudah berlangsung

dengan cukup baik. Hasil penilaian *self assesment* terhadap faktor GCG bank BJB Syariah pada tahun 2019 menunjukkan nilai 2.5, nilai tersebut mencerminkan bahwa bank telah melakukan penerapan GCG dengan cukup baik. Pada tahun 2020 bank BJB Syariah meraih beberapa penghargaan seperti *Top GRC Awards 2020 3 Stars* dan *Corporate Governance Perception Indeks (GCPI) 2019*. Penghargaan tersebut merupakan kegiatan penghargaan dibidang GCG, manajemen risiko, manajemen kepatuhan. Bank BJB Syariah dinilai telah dapat menerapkan tata kelola perusahaan, manajemen risiko, dan manajemen kepatuhan yang baik. Hasil penilaian pada tahun 2021 memperoleh nilai 2.4 yang berarti naik satu peringkat dari tahun sebelumnya yaitu peringkat 2 atau termasuk dalam kategori sehat.

Earnings (Rentabilitas)

Berikut merupakan hasil perhitungan rasio ROA Bank BJB Syariah Tahun 2017-2021:

Tabel 10 Perhitungan Rasio ROA Bank BJB Syariah Tahun 2017-2021

Tahun	Laba Pendapatan	Total Asset	ROA	Peringkat	Predikat
2017	-Rp 422,890	Rp 7,713,558	-5.48%	5	Tidak Sehat
2018	Rp 37,086	Rp 6,741,449	0.55%	3	Cukup Sehat
2019	Rp 42,473	Rp 7,723,202	0.55%	3	Cukup Sehat
2020	Rp 32,069	Rp 8,884,354	0.36%	4	Kurang Sehat
2021	Rp 86,752	Rp 10,358,850	0.84%	3	Cukup Sehat
Rata-rata			-0.64%	5	Tidak Sehat

Sumber : Laporan Keuangan bank BJB Syariah Tahun 2017-2021 (data diolah).

Hasil analisis pada faktor rentabilitas ditahun 2017 menyatakan bahwa bank BJB Syariah membukukan kerugian sebesar Rp. 422.89 miliar. Kerugian juga menyebabkan rasio ROA pada tahun 2017 menghasilkan nilai -5.48%. Bank BJB Syariah pada tahun 2018 dapat memperoleh laba sebesar Rp. 37.08 miliar dengan nilai rasio ROA 0.55%. Berdasarkan hasil analisis tersebut dapat dinyatakan bahwa bank BJB Syariah masuk ke dalam peringkat 3 atau kategori cukup sehat. Pada tahun 2019 bank BJB Syariah dapat membukukan laba sebesar Rp. 42.47 miliar. Pencapaian laba tersebut merupakan hasil upaya dari penyaluran pembiayaan yang sehat dan meminimalkan pembiayaan bermasalah. Pencapaian laba sebelum pajak pada tahun 2020 mencapai target yang telah ditentukan. Namun pencapaian tersebut menurun dari tahun sebelumnya sebesar Rp. 10.4 miliar. Pada tahun 2021 pencapaian laba tumbuh menjadi Rp. 86.75 miliar. Pencapaian tersebut cukup naik signifikan dibandingkan tahun sebelumnya. Hasil analisis faktor rentabilitas tahun 2021 memperoleh nilai rasio ROA 0.84% dan masuk ke dalam peringkat 3 atau kategori cukup sehat.

Capital (Permodalan)

Berikut merupakan hasil perhitungan rasio CAR Bank BJB Syariah Tahun 2017-2021:

Tabel 11 Perhitungan Rasio CAR Bank BJB Syariah Tahun 2017-2021

Tahun	Total Modal	ATMR	CAR	Peringkat	Kategori
2017	Rp 644,440	Rp 3,966,295	16.25%	1	Sangat Sehat
2018	Rp 676,268	Rp 4,269,879	15.84%	1	Sangat Sehat
2019	Rp 687,778	Rp 4,590,509	14.98%	1	Sangat Sehat

2020	Rp 1,067,518	Rp 4,421,421	24.14%	1	Sangat Sehat
2021	Rp 1,129,461	Rp 4,813,325	17.80%	1	Sangat Sehat
Rata-rata			17.80%	1	Sangat Sehat

Sumber : Laporan Keuangan bank BJB Syariah Tahun 2017-2021 (data diolah).

Pada tahun 2017 total modal yang dimiliki bank BJB Syariah adalah Rp. 644.44 miliar hasil perhitungan rasio CAR pada tahun 2017 adalah sebesar 16.25% dan masuk ke dalam peringkat 1 atau kategori sangat sehat. Pencapaian laba tahun 2018 menyebabkan kenaikan permodalan bank BJB Syariah. Total modal yang dimiliki bank BJB Syariah naik menjadi Rp. 676.27 miliar. Berdasarkan perhitungan dan hasil analisis menyatakan nilai rasio CAR pada tahun 2018 justru turun menjadi 15.84%. Pada tahun 2019 rasio-rasio utama menunjukkan hasil positif termasuk rasio CAR, BJB Syariah memperoleh nilai 14.98%, nilai tersebut masih terjaga pada angka minimum yang ditetapkan sehingga bank masih mempunyai ruang untuk penggunaan bisnis ataupun belanja modal. Hasil perhitungan rasio CAR pada tahun 2020 memperoleh hasil 24.14%. Nilai tersebut cukup melonjak drastis dari tahun sebelumnya. Struktur modal pada tahun 2021 meningkat menjadi Rp. 1.13 triliun dengan nilai rasio CAR sebesar 17.8%. Rasio tersebut masuk ke dalam peringkat 1 atau kategori sangat sehat.

Metode Risk Based Bank Rating (RBBR)

Berikut merupakan hasil perhitungan tingkat kesehatan bank menggunakan metode RBBR Bank BJB Syariah Tahun 2017-2021:

Tabel 12 Hasil Analisis Nilai Rata - Rata Kinerja Bank Berdasarkan Metode RBBR

Tahun	Komponen Faktor	Rasio	Nilai Rasio Rata-rata	Peringkat					Kategori	Nilai Komposit	Peringkat Komposit	
				1	2	3	4	5				
2017-2021	Profil Risiko	NPF	2.17%	■	✓				Sehat	4	(21/25)*100% =	2 (Sehat)
		FDR	88.56%		✓				Sehat	4		
	GCG	GC G	2.49		✓				Sehat	4		
	Earnings	RO A	-0.64%			✓		■	Cukup Sehat	1	72.00%	
	Capital	CAR	17.80%	✓					Sangat Sehat	5		
	Nilai Komposit								18			

Sumber : Laporan Keuangan bank BJB Syariah Tahun 2017 - 2021 (data diolah).

Analisis kinerja bank BJB Syariah berdasarkan tingkat kesehatan bank diukur menggunakan metode *Risk Based Bank Rating* (RBBR). Secara keseluruhan penilaian menggunakan metode RBBR memperoleh nilai 72% berada pada peringkat 2 atau kategori sehat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut : 1) Analisis kinerja bank BJB Syariah berdasarkan faktor risk profile diwakilkan oleh dua risiko yaitu risiko kredit dan risiko likuiditas. Pada risiko kredit diukur dengan rasio NPF secara keseluruhan nilai NPF tahun 2017-2021 memiliki nilai rata-rata 2.17%

berada pada peringkat 2 atau kategori sehat. Kemudian pada risiko likuiditas yang diukur dengan rasio FDR secara keseluruhan nilai FDR tahun 2017-2021 memiliki nilai rata-rata 88.56% berada pada peringkat 3 atau kategori cukup sehat; 2) Analisis kinerja bank BJB Syariah berdasarkan faktor Good Corporate Governance (GCG) mengacu pada hasil self assesment perusahaan. Hasil penilaian secara keseluruhan pada tahun 2017-2021 memiliki nilai rata-rata 2.49 berada pada peringkat 2 atau kategori sehat; 3) Analisis kinerja bank BJB Syariah berdasarkan faktor earnings diukur dengan menggunakan rasio ROA untuk mengukur pengembalian aset yang dimiliki perusahaan. Secara keseluruhan nilai rasio ROA tahun 2017-2021 memiliki nilai rata-rata -0.64% berada pada peringkat 5 atau masuk ke dalam kategori tidak sehat; 4) Analisis kinerja bank BJB Syariah berdasarkan faktor capital permodalan diukur dengan menggunakan rasio CAR. Secara keseluruhan nilai rasio CAR tahun 2017-2021 memiliki nilai rata-rata 17.80% berada pada peringkat 1 atau masuk ke dalam kategori sangat sehat; 5) Analisis kinerja bank BJB Syariah berdasarkan tingkat kesehatan bank diukur menggunakan metode Risk Based Bank Rating (RBBR). Secara keseluruhan penilaian menggunakan metode RBBR memperoleh nilai 72% berada pada peringkat 2 atau kategori sehat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alimusa. (2020). *Manajemen Perbankan Syariah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Bank Indonesia. (2012). *Kodifikasi Peraturan Bank Indonesia Kelembagaan Penilaian Tingkat Kesehatan Bank*. Jakarta: Pusat Riset dan Edukasi Bank Sentral. Diambil kembali dari <https://fliphtml5.com/znunp/jbce/basic>
- Christanti, N., & Mahastanti, L. A. (2011). Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Investor Dalam Melakukan Investasi. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*.
- Haq, F. I. (2015). Analisis Perbandingan Kinerja Bank Syariah di Indonesia Melalui Islamicity Performance Index (Studi pada Bank Muamalat Indonesia dan Bank Syariah Mandiri Periode 2012-2013). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, Vol 3 No 2.
- IdxChannel. (2022). Diambil kembali dari Rambah Bank Digital, BJB Syariah Bersiap IPO di Semester II-2022: <https://www.idxchannel.com/syariah/rambah-bank-digital-bjb-syariah-bersiap-ipo-di-semester-ii-2022>
- Jamaludin. (2020). Penggunaan Metode Risk Based Bank Rating. *Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma*, 3.
- Nuritomo, T. B. (2014). *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta: Salemba Empat.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). Diambil kembali dari Perbankan Syariah dan Kelembagaanya: <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/pages/PBS-dan-kelembagaan.aspx>
- Puspitaningtyas, Z. (2013). Perilaku Investor Dalam Pengambilan Keputusan di Pasar Modal. *Forum Manajemen Indonesia*, 5.
- Ulfha, S. M. (2018). Analisis Tingkat Kesehatan Bank Dengan Menggunakan Metode RBBR (Risk Based Bank Rating). *Cano Ekonomos*, 7.
- Umiyati, & Faly, Q. P. (2015). Pengukuran Kinerja Bank Syariah Dengan Metode RGEC. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, 185-201. Diambil kembali dari <https://journal.sebi.ac.id/index.php/jaki/article/view/36/35>
- Waluyo, B., Rozza, S., Muchtasib, A. B., & Sixpria, N. (2018). *Pengenalan Produk dan Jasa Perbankan Syariah Pendekatan Edukasi Berbasis Sosok dan Segmentasi Konsumen*. Purwokerto: CV IRDH.
- Yusminiarti, Sesba, K. A., & Astuti, B. (2020). Kinerja Keuangan Sebelum dan Sesudah Initial Public Offering. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 10.

Pengaruh Pengetahuan Dan Kepercayaan Pelaku Umkm Depok Terhadap Minat Pembiayaan Melalui Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

Adnan Alghani¹⁾, Bambang Waluyo²⁾

¹⁾Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Jakarta, adnan.alghani.ak18@mhs.wpnj.ac.id, Depok, 16425, Kota Depok, Indonesia

²⁾Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Jakarta, bambang.waluyo@akuntansi.pnj.ac.id, Depok, 16425, Kota Depok, Indonesia

ABSTRACT

This study discusses the influence of knowledge and trust of MSME actors in Depok City on the interest in financing at sharia people's financing banks (BPRS). MSMEs have an important role in economic growth and are also one of the business sectors that are the backbone of the national economy and can increase the level of public welfare, especially these business actors. MSMEs in Indonesia experienced an increase in view of 2017 with a total of 62,922,617 to 64,194,057 in 2018. Based on the results of a pre-survey conducted on MSME actors in Depok City, there are still many who do not know the financing services provided by BPRS. The purpose of this study is to find out in terms of knowledge and trust in MSME actors in the Depok area towards the interest in using BPRS financing services. The data used in this study is primary data obtained from 60 respondents of MSME actors in the Depok area using questionnaires. The analysis used in this study used multiple linear regression analysis with the SPSS version 25 program. The results of this study show that the knowledge and trust of MSME actors in the Depok area each have a significant effect on the interest in using BPRS financing services. In addition, the knowledge and trust of MSME actors in the Depok area simultaneously also affects the interest in using BPRS financing services.

Keywords : Knowledge; Trust; Interest; Financing; MSME

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang pengaruh pengetahuan dan kepercayaan para pelaku UMKM di Kota Depok terhadap minat untuk melakukan pembiayaan pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). UMKM memiliki peranan yang penting dalam pertumbuhan perekonomian juga menjadi salah satu sektor usaha yang menjadi tulang punggung perekonomian nasional serta dapat meningkatkan tingkat kesejahteraan masyarakat, khususnya para pelaku usaha tersebut. UMKM di Indonesia mengalami kenaikan dilihat dari tahun 2017 dengan jumlah 62.922.617 menjadi 64.194.057 pada tahun 2018. Berdasarkan hasil pra-survei yang dilakukan pada pelaku UMKM di Kota Depok masih banyak yang belum mengetahui layanan pembiayaan yang diberikan oleh BPRS. Tujuan dari penelitian ini ingin mengetahui dari sisi pengetahuan dan kepercayaan pada pelaku UMKM di daerah Depok terhadap minat menggunakan layanan pembiayaan BPRS. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dari 60 responden pelaku UMKM daerah Depok menggunakan kuesioner. Analisis

¹ Corresponding author. E-Mail: adnan.alghani.ak18@mhs.wpnj.ac.id

yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan program SPSS versi 25. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan dan kepercayaan pelaku UMKM di daerah Depok masing-masing berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan pembiayaan BPRS. Selain itu, pengetahuan dan kepercayaan pelaku UMKM di daerah Depok secara simultan juga berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan pembiayaan BPRS.

Kata Kunci : Pengetahuan; Kepercayaan; Minat; Pembiayaan; UMK

PENDAHULUAN

Latar Belakang

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) merupakan kegiatan atau aktivitas usaha yang berdampak menambah tenaga kerja serta dapat memperluas atau membuka lapangan kerja, UMKM memiliki peranan yang penting dalam pertumbuhan perekonomian juga menjadi salah satu sektor usaha yang menjadi tulang punggung perekonomian nasional. UMKM juga dapat meningkatkan tingkat kesejahteraan masyarakat, khususnya para pelaku usaha tersebut.

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah salah satu jenis bank Islam yang dikenal melayani golongan pengusaha mikro, kecil dan menengah. Dengan lokasi yang pada umumnya dekat dengan tempat masyarakat yang membutuhkan. BPRS sudah ada sejak jaman sebelum kemerdekaan yang dikenal dengan sebutan Lumbung Desa, Bank Desa, Bank Tani dan Bank Dagang Desa atau Bank Pasar. BPRS merupakan lembaga perbankan resmi.

Kota Depok sendiri sebagai kota yang letaknya dekat dengan Ibukota, berfungsi menjadi penyangga serta penghubung antara DKI Jakarta dan Provinsi Jawa Barat. Jumlah pelaku UMKM Kota Depok juga mengalami kenaikan positif dari tahun ke tahun. Dapat di lihat dari Table 1.1 di bawah bahwa UMKM di Kota Depok mengalami kenaikan dilihat dari tahun 2017 sebanyak 1.640 menjadi 2.427 di tahun 2018, dan meningkat kembali di tahun 2019 sebanyak 2.679 lalu di tahun 2020 sebanyak 2.998 menjadi 5.609 di tahun 2021. Berikut tabel mengenai jumlah UMKM di Kota Depok:

Tabel 1. Jumlah UMKM Kota Depok

Tahun	2017	2018	2019	2020	2021
Jumlah UMKM	1.640	2.427	2.679	2.998	5.609

Sumber : Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Depok, diolah

Peneliti telah melakukan pra-survei terhadap pelaku UMKM Kota Depok. Pra-survei melibatkan 10 responden pelaku UMKM Kota Depok. Hasil dari pra-survei didapatkan 8 dari 10 responden pelaku UMKM Kota Depok belum mengetahui pembiayaan di BPRS, sedangkan yang lainnya mengetahui namun belum melakukan pembiayaan di BPRS. Dari seluruh responden pra-survei lebih memilih melakukan pembiayaan di tempat lain atau menggunakan modal pribadi. Hal ini membuktikan pengetahuan dan kepercayaan pelaku UMKM Kota Depok terhadap pembiayaan di BPRS masih sangat minim.

Menurut Aziz (2020), mayoritas UMKM lebih berminat terhadap lembaga-lembaga informal disebabkan lebih fleksibel serta prosesnya yang cepat. Di lain sisi Menurut Huesaeni (2017), bahwa BPRS merupakan bank alternatif yang diperuntukkan bagi masyarakat yang menjalankan usaha mikro kecil menengah dan yang menginginkan perbankan syariah

(menjalankan prinsip-prinsip syariah) dan juga merupakan sebuah lembaga keuangan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat atas transaksi pembiayaan yang tidak berbasis riba dan penyaluran pembiayaan merupakan aktivitas utama BPRS sehingga pendapatan margin bagi hasil menjadi pendapatan utama BPRS.

Pengetahuan perbankan syariah diartikan sebagai pemahaman dari nasabah atau calon nasabah terkait dengan kegiatan operasional bank syariah yang sama pada prinsip syariah (Alquran serta Hadis), serta menghindari transaksi terlarang seperti riba, gharar, masyir (Nastiti, N., Hartono, A., Ulfah, 2018). Menurut penelitian Wulandari (2021) Pengetahuan menjadi salah satu hal terpenting yang harus dimiliki untuk mendapatkan pembiayaan syariah. Salah satu pengetahuan yang harus dimiliki yaitu cara mendapatkan pembiayaan. Berdasarkan penelitian terdahulu menurut Penelitian Ulya (2020), bahwa kepercayaan UMKM tentang pembiayaan di BPRS ini akan berpengaruh terhadap minat pembiayaan syariah, dikarenakan permodalan merupakan bagian yang penting bagi UMKM agar usahanya dapat berjalan dengan efisien dan ada beberapa alasan yang menguatkan agar sektor UMKM diberdayakan melalui bank syariah.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah tidak selarasnya kenaikan UMKM dengan jumlah UMKM yang melakukan pembiayaan di BPRS. Hal ini di buktikan berdasarkan survei yang dilakukan peneliti yang dimana 8 dari 10 responden pelaku UMKM Depok tidak mengetahui pembiayaan di BPRS. Hal tersebut dapat diartikan bahwa pengetahuan pelaku UMKM Depok masih minim dan dilain sisi 2 dari 10 responden pelaku UMKM Depok mengetahui, namun belum melakukan pembiayaan di BPRS. Hal ini dapat disimpulkan bahwa UMKM Kota Depok belum memiliki rasa kepercayaan melakukan pembiayaan di BPRS.

TINJAUAN PUSTAKA

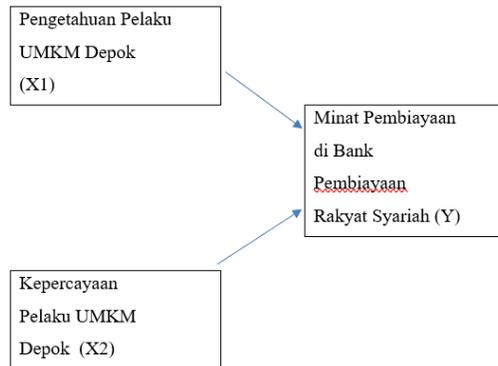
Pengertian Kinerja

Pengetahuan berasal dari kata “tahu”, kata tahu memiliki makna yakni keadaan mengerti setelah melihat seperti mengalami dan menyaksikan, mengenal dan mengerti (KBBI, 2016). Pengetahuan merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi masyarakat atau pelaku UMKM dalam melakukan pembiayaan melalui Bank Pembiayaan Rakyat syariah. Pengetahuan adalah segala sesuatu yang dihasilkan dari penginderaan melalui semua indera yang dimiliki seseorang atau hasil tahu yang diterima dari seseorang terhadap suatu objek tertentu (Notoatmodjo S. , 2012)

Kepercayaan merupakan perasaan yang dimiliki seseorang berupa keyakinan dalam bertumpu kepada seseorang yang lain dimana hal tersebut menggantungkan pada faktor antar pribadi dan antar organisasi yaitu seperti kompetensi, integritas, kejujuran, dan kebaikan hati perusahaan (Keller, 2019), dari pengertian-pengertian mengenai kepercayaan tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa kepercayaan adalah suatu situasi dimana seseorang menaruh rasa yakin atau bertumpu pada sesuatu hal.

Minat adalah suatu rasalebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh (Slameto, 2015). Dari beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa minat adalah segala sesuatu yang ada pada suatu individu yang mendorong untuk mencapai suatu hal dan kecenderungan dalam memperhatikan hal tersebut. Manusia memiliki minat yang berbeda-beda tergantung faktor-faktor yang dialami masing-masing individu.

Kerangka dan Hipotesis Penelitian



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Sumber : Data diolah, 2022

- H1 = Pengetahuan pelaku UMKM Depok berpengaruh terhadap minat melakukan pembiayaan melalui Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.
- H2 = Kepercayaan pelaku UMKM Depok berpengaruh terhadap minat melakukan pembiayaan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Pengetahuan Pelaku UMKM Depok.
- H3 = Pengetahuan dan Kepercayaan pelaku UMKM Depok berpengaruh terhadap minat melakukan pembiayaan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pengetahuan dan kepercayaan UMKM di Kota Depok. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang bersumber dari kuesioner. Adapun skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert* dan skala *guttman*. Pada skala *likert* digunakan untuk melengkapi kuesioner yang mengharuskan responden menunjukkan tingkat persetujuan terhadap serangkaian pertanyaan, akan diperoleh jawaban berupa skala atau nilai 1 sampai 4, dan skala *guttman* yaitu responden harus menggambarkan keadaan yang dirasakan dengan mendukung pernyataan (apabila pernyataan positif) atau tidak mendukung (apabila pernyataan negatif). Target dari kuesioner ini adalah pelaku UMKM yang berdomisili di Kota Depok. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, merupakan regresi yang memiliki satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. Metode analisis data dalam penelitian ini meliputi uji asumsi klasik, regresi linier berganda, dan pengujian hipotesis yang diolah melalui SPSS Versi 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik digunakan untuk mendapatkan model regresi yang baik . Regresi linier sederhana dapat disebut model yang baik jika memenuhi asumsi syarat. Syarat-syarat yang harus dipenuhi adalah data tersebut harus terdistribusikan secara normal dan tidak mengandung heteroskedastisitas. Untuk melakukan pengujian regresi linier berganda, maka terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik yang terdiri dari pengujian normalitas, dan pengujian heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengukur apakah suatu data populasi memiliki sebaran normal atau tidak.. Hasil uji multikolinearitas melalui SPSS versi 25 dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Data
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandar dized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.547279 71
	Most Extreme Differences	Absolute Positive Negative
Test Statistic		.089
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Output, SPSS 25 (diolah)

Berdasarkan tabel 3 hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi (sig) sebesar 0,200 >0,05. Dimana nilai signifikan (0.200) > 0,05 maka dinyatakan berdistribusi normal. Maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan varians residual pengamatan satu ke pengamatan yang lainnya. Metode pengujian yang digunakan adalah metode *Spearman Rank*. Hasil uji heteroskedastisitas melalui SPSS versi 25 dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikansi	Keterangan
Pengetahuan	0,568	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Kepercayaan	0,834	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Output, SPSS 25 (diolah)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas di atas, dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel independen memiliki nilai lebih dari 0,05. Dimana hasil variable pengetahuan sebesar 0,568 dan variable kepercayaan sebesar 0,834. Hal ini dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada penelitian ini.

Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan pelaku dan kepercayaan pelaku UMKM Kota Depok terhadap minat melakukan pembiayaan di BPRS. Di bawah ini adalah tabel hasil pengujian data dengan menggunakan bantuan software SPSS Versi 25:

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	15.114	3.123		4.839	.000
Pengetahuan	.306	.083	.416	3.684	.001
Kepercayaan	.318	.098	.367	3.249	.002

Sumber: Output, SPSS 25 (diolah)

Berdasarkan Tabel 5. di atas, maka hasil persamaan sebagai berikut :

- Nilai konstanta merupakan besaran variabel dependen (Y) tanpa pengaruh variabel independent (X), nilai konstanta dari hasil uji regresi diatas menunjukkan nilai sebesar 15,114. Hal ini menunjukkan besarnya minat dalam melakukan pembiayaan melalui Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (Y) menunjukkan nilai positif tanpa dipengaruhi oleh variabel independen yakni variabel pengetahuan dan kepercayaan.
- Nilai koefisien beta pada pengetahuan (X1) memiliki nilai sebesar 0,306 yang dapat diinterpretasikan bahwa setiap variabel pengetahuan yang meningkat akan mengakibatkan kenaikan minat melakukan pembiayaan melalui Bank Pembiayaan Rakyat Syariah pula sebesar 0,306 satuan. Nilai signifikansi diatas juga menunjukkan nilai 0,318 lebih besar dari *level of significant* (0,306 > 0,05). Maka dapat disimpulkan, variabel tingkat pengetahuan memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap minat pelaku UMKM Kota Depok dengan asumsi nilai variabel terikat konstan.
- Nilai koefisien beta pada tingkat kepercayaan (X2) memiliki nilai sebesar 0,318 yang dapat diinterpretasikan bahwa setiap variabel kepercayaan yang meningkat, akan mengakibatkan kenaikan minat dalam melakukan pembiayaan melalui Bank Pembiayaan Rakyat Syariah pula sebesar 0,318 satuan. Nilai signifikansi diatas juga menunjukkan nilai sebesar 0,002 lebih kecil dari *level of significant*. (0,002 < 0,05). Maka dapat disimpulkan, variabel kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pelaku UMKM Kota Depok dengan asumsi nilai variable terikat konsta

Uji Hipotesis

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Pengetahuan pelaku UMKM Depok berpengaruh terhadap minat melakukan pembiayaan melalui Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.
2. Kepercayaan pelaku UMKM Depok berpengaruh terhadap minat melakukan pembiayaan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Pengetahuan Pelaku UMKM Depok

3. Pengetahuan dan Kepercayaan pelaku UMKM Depok berpengaruh terhadap minat melakukan pembiayaan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

Uji t (Parsial)

Uji *t* atau uji parsial digunakan untuk menguji secara parsial atau terpisah variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil uji *t*:

Tabel 6. Hasil Uji T (parsial)

Variable	Sig. t	Alpha	Kesimpulan
Pengetahuan (X1)	0,001	0,05	Ho ditolak, Ha diterima
Kepercayaan (X2)	0,002	0,05	Ho ditolak, Ha diterima

Sumber: Output, SPSS 25 (diolah)

- Berdasarkan hasil tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai untuk variabel Pengetahuan (X1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat UMKM Kota Depok (Y), dimana nilai signifikan t sebesar $0,001 < 0,05$ (nilai alpha) sehingga dapat disimpulkan Ho ditolak dan Ha diterima yang menunjukkan Pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat Pelaku UMKM Kota Depok dalam melakukan pembiayaan melalui Bank Pembiayaan Rakyat Syariah
- Berdasarkan hasil tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai untuk variabel Kepercayaan (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat UMKM Kota Depok (Y), dimana nilai signifikan t sebesar $0,002 < 0,05$ (nilai alpha) sehingga dapat disimpulkan Ho ditolak dan Ha diterima yang menunjukkan kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat Pelaku UMKM Kota Depok dalam melakukan pembiayaan melalui Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

Uji f (Silmutan)

Uji ini digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Suatu variabel dapat dikatakan berpengaruh apabila F hitung lebih besar dari F tabel. Hasil pengujian hipotesis dengan uji simultan (*F-test*) dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	644.925	2	322.462	24.758	.000 ^b
	Residual	742.408	57	13.025		
	Total	1387.333	59			

Sumber: Output, SPSS 25 (diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai untuk variabel Pengetahuan dan Kepercayaan Pelaku UMKM Kota Depok berpengaruh secara bersama-sama yang mempunyai pengaruh yang signifikan F $0,000 < 0,005$ sehingga dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dan Ho ditolak. Hal tersebut dapat berpengaruh secara signifikan antara variabel pengetahuan dan kepercayaan pelaku UMKM Kota Depok secara bersama-sama terhadap minat melakukan pembiayaan di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi dilakukan untuk mengukur seberapa besar persentase kontribusi variabel X1 dan X2 secara simultan terhadap variabel Y. Berikut hasil uji koefisien determinasi:

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.682 ^a	.465	.446	3.609

Sumber: Output, SPSS 25 (diolah)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai R square sebesar 0,465 atau 46,5%. Hal ini mengandung arti bahwa kontribusi pengetahuan pelaku UMKM atau X1 dan kepercayaan pelaku UMKM atau X2 secara simultan terhadap variabel Y adalah sebesar 46,5%. Sementara 53,5 % lainnya dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan dan Kepercayaan Terhadap Minat Pembiayaan di BPRS, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

- Pengetahuan pelaku UMKM Kota Depok secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat. Hal ini dapat disimpulkan pengetahuan terkait pembiayaan di BPRS mempengaruhi dan berperan penting terhadap UMKM Kota Depok dalam melakukan pembiayaan melalui Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Tingkat pengetahuan setiap individu berbeda-beda. Sebagian besar belum mengetahui eksistensi dari Bank Pembiayaan Rakyat Syariah, sebagian lain sudah mengetahui tentang eksistensi dari BPRS, namun belum melakukan pembiayaan di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.
- Kepercayaan pelaku UMKM Kota Depok secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat. Hal ini dapat menunjukkan bahwa semakin bertambahnya tingkat kepercayaan terkait pembiayaan di BPRS, maka semakin meningkat pula minat melakukan pembiayaan melalui Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan memiliki peranan yang penting dalam menumbuhkan minat pelaku UMKM Kota Depok. Masyarakat Indonesia yang mayoritas memeluk agama Islam bisa mempercayai pembiayaan melalui Bank Pembiayaan Rakyat Syariah sebagai fasilitas pembiayaan. Hal ini mengindikasikan bahwa pembiayaan yang berbasis syariah dan seluruh kegiatannya terhindar riba dari BPRS dapat menimbulkan kepercayaan dari masyarakat itu sendiri. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dapat melakukan edukasi pada masyarakat tentang keamanan, tanggung jawab, dan kesesuaian dengan prinsip syariah
- Pengetahuan dan Kepercayaan pelaku UMKM Kota Depok secara simultan berpengaruh terhadap minat. Pengetahuan dan Kepercayaan memiliki pengaruh yang besar terhadap minat melakukan pembiayaan melalui Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa 2 faktor tersebut dapat di maksimalkan guna

meningkatkan minat pelaku UMKM Kota Depok

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, A. (2020). PERAN BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH (BPRS) DALAM PENGEMBANGAN. *Jurnal Pengkajian Penelitian Ekonomi dan Hukum Islam Desember 2020*, Vol:5, No:2.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Husaeni, U. A. (2017). Determinan Pembiayaan Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Di Indonesia. *Jurnal Bisnis* .
- KBBI. (2016). Retrieved from KBBI Daring: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>
- Keller, K. &. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Notoatmodjo. (2018). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Notoatmodjo, S. (2012). *Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sanusi. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Slameto. (2015). *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Soemohadiwidjojo. (2018). *SOP & KPI Untuk UMKM & Start Up*. Jakarta: Raih Asa Sukses.
- Sudarsono, H. (2013). Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi,. :*Ekonesia, edisi kedua*, 84.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Ulya, Z. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Promosi terhadap Minat UMKM Mengambil Pembiayaan Perbankan Syariah di Kota Langsa. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN*.
- Wulandari, E. (2021). PENGETAHUAN PETANI KENTANG TERHADAP PROSEDUR PEMBIAYAAN SYARIAH DI KECAMATAN PASIRWANGI, KABUPATEN GARUT . *Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 607-616.

Pengaruh Media Sosial dan Keterlibatan Organisasi Terhadap Literasi Wakaf Uang pada Generasi Z (Studi Kasus pada Mahasiswa di DKI Jakarta)

Refi Duwiyanti¹⁾, Dede Abdul Fatah²⁾

refi.duwiyanti.ak18@mhs.w.pnj.ac.id, dede.abdulfatah@akuntansi.pnj.ac.id

Politeknik Negeri Jakarta

Jl. Prof. Dr. G. A. Siwabessy, 16425, Depok, Jawa Barat, Indonesia

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of social media and organizational involvement partially and simultaneously on the cash waqf literacy in generation Z. The method used in this research is descriptive-quantitative using SPSS version 26 statistical program. This study uses primary data sources, sourced from questionnaires distributed to 100 respondents of generation Z college students in DKI Jakarta using purposive sampling technique. The results of the study using multiple linear regression test show that social media partially has a significant influence on generation Z's cash waqf literacy. While organizational involvement partially does not have a significant influence on the cash waqf literacy in generation Z. Simultaneously, social media and organizational involvement affect the cash waqf literacy in generation Z.

Keywords: *Social Media, Organizational Involvement, Cash Waqf Literacy, Generation Z*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari media sosial dan keterlibatan organisasi secara parsial dan simultan terhadap literasi wakaf uang pada generasi Z. Metode penelitian yang digunakan untuk penelitian ini adalah penelitian deskriptif-kuantitatif dengan bantuan program statistik SPSS versi 26. Penelitian ini menggunakan sumber data primer, bersumber dari kuesioner yang dibagikan kepada 100 orang responden mahasiswa generasi Z di wilayah DKI Jakarta dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian dengan regresi linear berganda menunjukkan bahwa media sosial secara parsial berpengaruh signifikan terhadap literasi wakaf uang generasi Z. Sedangkan keterlibatan organisasi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap literasi wakaf uang pada generasi Z. Secara simultan, media sosial dan keterlibatan organisasi berpengaruh terhadap literasi wakaf uang pada generasi Z.

Kata-Kata Kunci: Media Sosial, Keterlibatan Organisasi, Literasi Wakaf Uang, Generasi Z

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Wakaf merupakan salah satu pranata keagamaan dalam Islam yang memiliki hubungan langsung secara fungsional yang berupaya memecahkan masalah sosial dan kemanusiaan, seperti mengurangi kemiskinan dan pemberdayaan ekonomi umat (Rozalinda, 2015). Pada hakikatnya wakaf itu produktif, dalam artian harus menghasilkan untuk memenuhi tujuannya, dan hasilnya dipergunakan sesuai dengan peruntukannya (Choiriyah, 2017).

Badan Wakaf Indonesia (BWI) mengungkapkan bahwa potensi wakaf uang di Indonesia bisa mencapai Rp 180 Triliun setahun, namun per 20 Januari 2021, akumulasi wakaf uang hanya mencapai Rp 819,36 miliar. Terdiri dari wakaf melalui uang sebesar Rp 580,53 miliar dan wakaf uang sebesar Rp 238,83 miliar. Sementara itu, jumlah nazir wakaf uang di Indonesia mencapai 264 lembaga, sedangkan jumlah LKS-PWU mencapai 23 Bank Syariah (Humas BWI, 2021). Padahal Negara Indonesia tercatat sebagai negara paling dermawan di dunia menurut *Charities Aid Foundation (CAF) World Giving Index 2021*.

Ketua MUI Bidang Pengembangan Ekonomi Umat, Lukmanul Hakim, berpendapat bahwa kecilnya realisasi pencapaian wakaf uang itu dikarenakan rendahnya literasi wakaf di kalangan masyarakat (IDX Channel). Hal ini diperkuat dengan hasil survey Indeks Literasi Wakaf tahun 2020 lalu, yang dilakukan oleh Badan Wakaf Indonesia (BWI). Berdasarkan hasil survey tersebut, nilai Indeks Literasi Wakaf (ILW) secara Nasional dan secara keseluruhan mendapatkan skor 50,48 dan masuk dalam kategori rendah, yang terdiri dari Nilai Literasi Pemahaman Wakaf Dasar dengan skor sebesar 57,67 dan Nilai Literasi Pemahaman Wakaf Lanjutan sebesar 37,97 (Badan Wakaf Indonesia, Pusat Kajian Strategis BAZNAS & Direktorat Pemberdayaan Zakat dan Wakaf Kementerian Agama Republik Indonesia, 2020).

Berbagai macam program sosialisasi dan penguatan literasi dilakukan oleh BWI di tengah masyarakat Indonesia, termasuk di lingkungan kampus atau perguruan tinggi khususnya kepada para mahasiswa (Qolbi, 2021). Kampus menjadi target utama peningkatan literasi wakaf dikarena mereka (para mahasiswa) adalah kaum terdidik yang memiliki kecerdasan, kemampuan intelektual serta tanggung jawab sebagai agen perubahan sosial (Qolbi, 2021). BWI yang menyadari besarnya potensi wakaf uang di lingkungan kampus berupaya memanfaatkan momentum tersebut dengan banyak mengadakan sosialisasi dan penguatan literasi wakaf uang kepada mahasiswa (Qolbi, 2021).

Menurut penelitian oleh Baskoroputra (2019), literasi wakaf khususnya wakaf uang berpengaruh pada persepsi yang kemudian akan mempengaruhi pola berpikir sistematis seseorang dalam pengambilan keputusan untuk berwakaf uang. Berdasarkan hal tersebut, peningkatan literasi atau pemahaman mengenai wakaf uang sangat perlu dilakukan guna mencapai potensi wakaf uang khususnya di kalangan mahasiswa atau generasi Z. Generasi Z merupakan mereka yang lahir pada tahun 1997-2012 dengan perkiraan usia saat ini antara 10-25 tahun, Saat ini mayoritas generasi Z berada di tingkat pendidikan tinggi yang kini berkedudukan sebagai mahasiswa.

Berdasarkan riset *platform* manajemen media sosial *HootSuite* dan *We Are Social* yang berjudul “*Global Digital Reports 2021*”, menyatakan bahwa per Januari 2021, 73,7% dari total populasi penduduk Indonesia adalah pengguna internet dan 61,8% dari total populasi penduduk Indonesia merupakan pengguna aktif media sosial. Melihat besarnya persentase populasi pengguna internet dan media sosial di Indonesia tersebut, hal ini dapat menjadi peluang bagi lembaga wakaf dan para penggiat wakaf terutama wakaf uang untuk mencapai target potensi wakaf melalui peningkatan tingkat pemahaman atau literasi wakaf uang yang seharusnya bisa

digerakkan melalui media sosial dan penggunaan internet untuk membentuk persepsi tentang wakaf uang, mengingat penggunaan media informasi berbasis teknologi seperti media sosial sudah sangat tidak asing bagi masyarakat usia produktif yang melek teknologi, termasuk generasi Z atau para mahasiswa.

Menurut penelitian oleh Sakitri (2021), generasi Z dijuluki sebagai “*the commuholiac*”, yaitu generasi yang inklusif dan tertarik untuk terlibat dalam berbagai komunitas atau organisasi dalam rangka memperluas manfaat yang ingin mereka berikan. Generasi Z juga dikenal sebagai generasi yang kreatif. Kreatifitas tersebut turut dibentuk dari keaktifan generasi Z dalam suatu komunitas atau organisasi.

Menurut Ekawaty dan Muda (2015), dalam penelitiannya dikatakan bahwa faktor keterlibatan dalam organisasi sosial berpengaruh signifikan terhadap tingkat pemahaman masyarakat Muslim mengenai wakaf uang. Begitupun dalam penelitian oleh Irawan (2020), yang mengatakan bahwa keterlibatan seseorang dalam organisasi memiliki pengaruh terhadap persepsi seseorang mengenai wakaf uang. Namun berdasarkan penelitian oleh Cupian & Najmi (2020), dikatakan bahwa keterlibatan seseorang dalam organisasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan dalam menentukan peluang masyarakat dalam menerima dan memahami wakaf uang. Uraian tersebut kemudian melatarbelakangi penelitian dengan judul “Pengaruh Media Sosial dan Keterlibatan Organisasi terhadap Literasi Wakaf Uang pada Generasi Z (Studi Kasus pada Mahasiswa DKI Jakarta)”.

Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka beberapa pertanyaan penelitian yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaruh media sosial terhadap literasi wakaf uang pada generasi Z?
2. Bagaimana pengaruh keterlibatan organisasi terhadap literasi wakaf uang pada generasi Z?
3. Bagaimana pengaruh media sosial dan keterlibatan organisasi terhadap literasi wakaf uang pada generasi Z secara simultan?

Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk menganalisis pengaruh media sosial terhadap literasi wakaf uang pada generasi Z.
2. Untuk menganalisis pengaruh keterlibatan organisasi terhadap literasi wakaf uang pada generasi Z.
3. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh media sosial dan keterlibatan organisasi terhadap literasi wakaf uang pada generasi Z secara simultan.

TINJAUAN PUSTAKA

Wakaf Uang

Wakaf berarti menahan harta seseorang, baik berupa harta benda tidak bergerak seperti tanah maupun harta benda bergerak seperti uang, untuk digunakan dan diambil manfaatnya atas kepentingan ibadah maupun kepentingan sosial seperti membantu fakir miskin (K. Lubis, et al., 2010). Dalam hukum Islam, wakaf itu tidak terbatas pada benda tidak bergerak seperti tanah maupun bangunan saja, tetapi juga pada benda bergerak termasuk di dalamnya adalah uang (Afifuddin, Rosidah, & Sutrisno, 2021). Berdasarkan fatwa MUI No.29, wakaf uang diartikan sebagai wakaf yang dilakukan oleh seseorang, kelompok orang, ataupun Lembaga badan hukum dengan bentuk uang tunai termasuk didalamnya adalah surat-surat berharga. Pengelolaan wakaf

uang dapat diartikan sebagai dengan menahan harta wakaf yang dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan tanpa menyebabkan kelenyapan ataupun menahan harta pokoknya tanpa melakukan tindakan seperti mewariskan, menjual, ataupun memberikan harta wakaf untuk disalurkan kesesuatu yang bersifat mubah (Hasim, Lubis, & Ali, 2016).

Media Sosial

Philip Kotler dan Kevin Keller melalui Fauzi & Lubis (2016) mengungkapkan bahwa media sosial adalah sarana yang digunakan untuk berbagi informasi berupa teks, gambar, suara, maupun video baik antara seseorang dengan perusahaan dan sebaliknya. Menurut Nasrullah melalui Setiadi (2016), media sosial adalah suatu sarana di internet yang memungkinkan pengguna untuk merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain untuk membentuk ikatan sosial secara virtual. Sedangkan menurut Kaplan & Haenlein, media sosial didefinisikan sebagai sebuah teknologi yang dapat memungkinkan untuk berkomunikasi secara virtual serta berbagi ide dengan mudah dan efisien (Andriani & Sulistyorini, 2022). Berbagai macam platform media sosial yang saat ini populer adalah Youtube, Whatsapp, Instagram, Twitter, dan lain sebagainya.

Keterlibatan Organisasi

Organisasi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) merupakan “*kesatuan (susunan dan sebagainya) yang terdiri atas bagian-bagian (orang dan sebagainya) dalam perkumpulan dan sebagainya untuk tujuan tertentu*” atau “*kelompok kerja sama antara orang-orang yang diadakan untuk mencapai tujuan bersama*”. Organisasi juga dapat diartikan sebagai sekumpulan orang-orang yang tersusun menjadi suatu kesatuan dengan berdasarkan pembagian tugas tertentu untuk mencapai tujuan bersama. Faktor organisasi sosial merupakan salah satu dari enam unsur budaya yang secara langsung dapat memengaruhi persepsi seseorang ketika memahami komunikasi dengan orang lain melalui keterlibatan dan keaktifan seseorang dalam mengikuti kegiatan yang diselenggarakan oleh organisasi sosial. Selain itu, keterlibatan seseorang dalam sebuah organisasi sosial akan memengaruhi persepsi seseorang tersebut terhadap suatu objek.

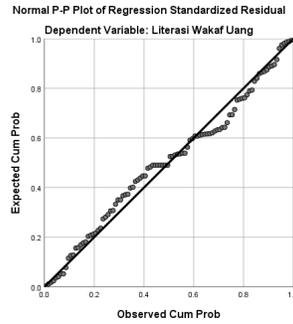
METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian kuantitatif-asosiatif. Penelitian ini digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel Media Sosial (X1) dan Keterlibatan Organisasi (X2) terhadap variabel Literasi Wakaf Uang pada generasi Z (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa di DKI Jakarta yang berjumlah 698.268 jiwa (BPS, 2021). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Penulis membatasi jumlah sampel karena besarnya jumlah populasi dan keterbatasan waktu sebanyak 100 orang responden dengan menggunakan rumus slovin. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner. Data yang diperoleh akan dilakukan analisis menggunakan regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan grafik P-Plot yang diperkuat dengan uji *Kolmogorov Smirnov*. Hasil analisis regresi linier dengan grafik normal P-Plot terhadap residual error mode 1 regresi diperoleh sudah menunjukkan adanya pola grafik yang normal. Ditandai dengan adanya sebaran titik yang berada tidak jauh dari garis diagonal.



Gambar 1 Grafik Normalitas P-Plot

Sumber: data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui bahwa tampilan grafik normal P-Plot terlihat memenuhi asumsi uji normalitas, yang mana terlihat bahwa data menyebar tidak jauh di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Uji normalitas dengan grafik P-Plot kemudian diperkuat menggunakan statistik *Kolmogorov Smirnov*, yang dalam aplikasi SPSS 26 disebut dengan uji K-S.

Tabel 1. Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	4.65402428
Most Extreme Differences	Absolute	0.086
	Positive	0.086
	Negative	-0.068
Test Statistic		0.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.066 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan tabel di atas, melihat nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,066 jika dibandingkan dengan tingkat alpha yaitu sebesar 5% atau 0,05, memiliki nilai yang lebih besar daripada tingkat alpha. Kriteria yang digunakan yaitu jika angka signifikansi *Kolmogorov Smirnov* atau *Asymp. Sig. (2-tailed)* > 0,05, maka menunjukkan data yang berdistribusi normal. Hasil pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi K-S-nya lebih besar dibandingkan dengan tingkat alpha, yaitu 0,066 > 0,05.

Uji Multikolinearitas

Tabel 2. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Media Sosial	0.861	1.161
	Keterlibatan Organisasi	0.861	1.161

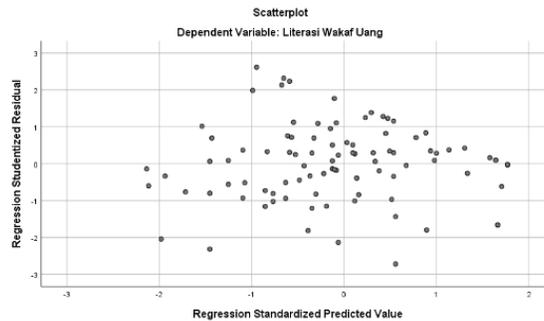
a. Dependent Variable: Literasi Wakaf Uang

Sumber: data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan tabel di atas, nilai *tolerance* menunjukkan variabel independent memiliki nilai lebih dari 0,10 yang berarti hasil tersebut menunjukkan tidak terjadinya multikolinearitas atau korelasi antar variabel independent. Begitupun dengan hasil perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) menunjukkan nilai yang kurang dari 10. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas atau korelasi antar variabel independent dalam penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini, digunakan grafik *scatterplot* dan uji *glejser*.



Gambar 2 Scatterplot

Sumber: data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan gambar di atas, dalam grafik *scatterplot* tersebut menunjukkan tidak ada pola yang jelas serta titik-titik dalam grafik tersebut menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

Tabel 3. Uji *Glejser*

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.863	2.360		4.180	0.000
	Media Sosial	-0.133	0.074	-0.190	-1.805	0.074
	Keterlibatan Organisasi	-0.146	0.113	-0.136	-1.289	0.201

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan tabel uji *glejser* di atas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi setiap variabel independent > 0,05 atau masing-masing bernilai 0,074 untuk variabel media sosial (X1) dan 0,201 untuk variabel keterlibatan organisasi (X2). Berdasarkan hal tersebut maka dapat dikatakan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji ada atau tidak pengaruh antara variabel bebas media sosial (X1) dan keterlibatan organisasi (X2) terhadap variabel terikat yaitu literasi wakaf uang (Y) yang ditulis atau dinyatakan dalam bentuk persamaan regresi. Perhitungan statistik untuk analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini dibantu dengan

menggunakan program statistic SPSS for Windows versi 26. Hasil penelitian atau *output* dari pengolahan data dengan SPSS versi 26 dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.636	3.686		0.986	0.326
	Media Sosial	0.989	0.115	0.676	8.582	0.000
	Keterlibatan Organisasi	0.095	0.177	0.042	0.538	0.592

a. Dependent Variable: Literasi Wakaf Uang

Sumber: data diolah SPSS (2022)

Model persamaan regresi yang didapat dari hasil pengolahan data tersebut adalah sebagai berikut:

$$Y = 3,636 + 0,989X_1 + 0,095X_2$$

$$\text{Literasi Wakaf Uang} = 3,636 + 0,989 \text{ Media Sosial} + 0,095 \text{ Keterlibatan Organisasi}$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas, diperoleh bahwa kedua variabel bebas (media sosial dan keterlibatan organisasi) memiliki koefisien regresi dengan arah positif atau searah dengan variabel terikat (literasi wakaf uang).

Model persamaan regresi di atas dapat diuraikan sebagai berikut.

- Nilai konstanta bernilai positif sebesar 3,636. Artinya, jika variabel independen media sosial dan keterlibatan organisasi bernilai 0, maka literasi wakaf uang pada generasi Z sebesar 3,636.
- Variabel media sosial (X_1) bernilai positif sebesar 0,989. Artinya, jika variabel media sosial (X_1) dinaikkan sebesar satu satuan, maka literasi wakaf uang pada generasi Z meningkat sebesar 0,989.
- Variabel Keterlibatan Organisasi (X_2) bernilai positif sebesar 0,095. Artinya, jika variabel keterlibatan organisasi dinaikkan sebesar satu satuan, maka literasi wakaf uang pada generasi Z meningkat sebesar 0,095.

Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk menguji apakah variabel independen yang ada dalam model memiliki pengaruh secara parsial atau individual terhadap variabel dependen. Hasil perhitungan uji t dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 5. Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.636	3.686		0.986	0.326
	Media Sosial	0.989	0.115	0.676	8.582	0.000
	Keterlibatan Organisasi	0.095	0.177	0.042	0.538	0.592

a. Dependent Variable: Literasi Wakaf Uang

Sumber: data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa:

1. Nilai t hitung variabel media sosial (X1) sebesar 8,582 > nilai t tabel 1,98472 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Hal ini berarti H0 ditolak dan H1 diterima, maka media sosial (X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap literasi wakaf uang pada generasi Z (Y).
2. Nilai t hitung variabel keterlibatan organisasi (X2) sebesar 0,538 < nilai t tabel 1,98472 dengan nilai signifikansi 0,592 > 0,05. Hal ini berarti H0 diterima dan H2 ditolak, maka keterlibatan organisasi (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap literasi wakaf uang pada generasi Z (Y).

Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk menguji apakah semua variabel independent yang ada dalam model memiliki pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil perhitungan uji F dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 6. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1985.666	2	992.833	44.911	0.000 ^b
	Residual	2144.334	97	22.107		
	Total	4130.000	99			

a. Dependent Variable: Literasi Wakaf Uang

b. Predictors: (Constant), Keterlibatan Organisasi, Media Sosial

Sumber: data diolah SPSS (2022)

Hasil pengujian berdasarkan tabel di atas, menunjukkan nilai sig. sebesar 0,000 < 0,05, dengan Nilai F hitung sebesar 44,911 > F tabel 3,09. Artinya, sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji F, menyatakan bahwa H0 ditolak dan H3 diterima. Maka variabel media sosial (X1) dan keterlibatan organisasi (X2) memiliki pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap literasi wakaf uang pada generasi Z (Y).

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan atau memengaruhi variasi variabel dependen/terikat. Di bawah ini adalah tabel koefisien determinasi yang dihasilkan dalam penelitian ini.

Tabel 7. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.693 ^a	0.481	0.470	4.70176

a. Predictors: (Constant), Keterlibatan Organisasi, Media Sosial

b. Dependent Variable: Literasi Wakaf Uang

Sumber: data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan tabel di atas, nilai R Square adalah sebesar 0,481 atau 48,1. Hal ini menunjukkan bahwa variabel media sosial dan keterlibatan organisasi memiliki pengaruh sebesar 48,1% dalam meningkatkan literasi wakaf uang. Sedangkan sisanya sebesar 51,9% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Pengaruh Media Sosial terhadap Literasi Wakaf Uang pada Generasi Z

Pengaruh media sosial terhadap literasi wakaf uang pada generasi Z secara parsial dapat dilihat dari hasil t hitung dan nilai signifikansinya. Nilai t hitung sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 5 adalah sebesar 8,582 dengan nilai sig. 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini dapat diartikan bahwa media sosial berpengaruh signifikan terhadap literasi wakaf uang pada generasi Z di wilayah DKI Jakarta. Sehingga hipotesis H1 dapat diterima.

Hasil penelitian ini memperkuat penelitian terdahulu oleh Sulistiani, Mulyadi, & Gumilar (2021) dan penelitian oleh Hakiki, Asrofi, & Julendra (2020) yang menyatakan bahwa sosialisasi wakaf melalui media sosial dapat sangat membantu masyarakat untuk lebih mengenal berbagai macam bentuk wakaf yang sedang berkembang dan bisa lebih efektif dalam memberikan informasi terkait cara berwakaf yang mudah melalui perangkat selular yang dimiliki oleh hampir seluruh lapisan masyarakat. Dan akun-akun di media sosial yang memberikan atau mengunggah edukasi mengenai wakaf dikatakan sebagai pintu gerbang untuk meningkatkan literasi wakaf terutama wakaf uang di masyarakat.

Pengaruh Keterlibatan Organisasi terhadap Literasi Wakaf Uang pada Generasi Z

Berdasarkan hasil uji t yang dapat dilihat pada Tabel 5, pengaruh keterlibatan organisasi terhadap literasi wakaf uang pada generasi Z secara parsial dapat dilihat dari hasil t hitung dan nilai signifikansinya. Nilai t hitung yang dihasilkan dari proses pengolahan data adalah sebesar 0,538 dengan nilai sig. 0,592 yang lebih besar dari 0,05. Hal ini dapat diartikan bahwa keterlibatan organisasi tidak berpengaruh signifikan terhadap literasi wakaf uang pada generasi Z di wilayah DKI Jakarta. Sehingga hipotesis H2 ditolak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cupian & Najmi (2020) dan penelitian oleh Ekawaty & Muda (2020) yang menyatakan bahwa keterlibatan seseorang dalam sebuah organisasi sosial/keagamaan/pegiat ekonomi, tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemahaman seseorang mengenai wakaf uang serta menentukan peluang masyarakat dalam menerima dan memahami konsep wakaf uang.

Pengaruh Media Sosial dan Keterlibatan Organisasi terhadap Literasi Wakaf Uang pada Generasi Z

Pengujian pengaruh media sosial dan keterlibatan organisasi terhadap literasi wakaf uang pada generasi Z di wilayah DKI Jakarta hasilnya dapat dilihat melalui Tabel 6 yang menunjukkan nilai F hitung sebesar 44,911 > F tabel 3,09 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan atau bersama-sama antara variabel media sosial dan keterlibatan organisasi terhadap literasi wakaf uang pada generasi Z di wilayah penelitian yaitu DKI Jakarta.

Pada Tabel 7 diketahui nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,481. Hal ini berarti bahwa media sosial dan keterlibatan organisasi berpengaruh sebesar 48,1% terhadap literasi wakaf uang pada generasi Z di wilayah DKI Jakarta. Sedangkan sisanya sebesar 51,9% (100% - 48,1%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa masih terdapat variabel lain yang dapat mempengaruhi tingkat literasi atau pemahaman generasi Z mengenai wakaf uang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa media sosial secara individual berpengaruh signifikan terhadap literasi wakaf uang generasi Z di wilayah DKI Jakarta dengan nilai t hitung sebesar 8,582 > nilai t tabel 1,98472 dan nilai sig. 0,000 < 0,05. Keterlibatan

seseorang dalam sebuah organisasi sosial/keagamaan/pegiat ekonomi tidak berpengaruh signifikan terhadap literasi wakaf uang pada generasi Z dengan nilai t hitung sebesar $0,538 <$ nilai t tabel $1,98472$ dengan nilai signifikansi $0,592 > 0,05$. Sedangkan secara bersama-sama atau simultan, media sosial dan keterlibatan organisasi memiliki pengaruh signifikan terhadap literasi wakaf uang pada generasi Z sebesar $48,1\%$. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam model regresi pada penelitian ini. Artinya, terdapat faktor lain selain media sosial dan keterlibatan organisasi yang dapat mempengaruhi tingkat literasi wakaf uang pada masyarakat khususnya generasi Z.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifuddin, N., Rosidah, L., & Sutrisno, E. (2021). *Sejarah Perkembangan Wakaf dalam Perspektif Hukum Islam dan Peraturan Perundang-Undangan*. Sukabumi: Jejak.
- Andriani, A. E., & Sulistyorini, S. (2022). Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Selama Pandemi Covid-19. *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*, *10*(1), 63-70.
- Badan Wakaf Indonesia, Pusat Kajian Strategis BAZNAS & Direktorat Pemberdayaan Zakat dan Wakaf Kementerian Agama Republik Indonesia. (2020). *Laporan Hasil Survey Indeks Literasi Wakaf 2020*. Jakarta: Badan Wakaf Indonesia.
- Baskoroputra, G. F. (2019). Analisa Tingkat Literasi Wakaf Uang Dan Pengaruhnya Pada Persepsi Wakaf Uang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Brawijaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, *7*(2), 1-13. Retrieved from <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/5739>
- BPS. (2020). *Hasil Sensus Penduduk 2020*. Jakarta: BPS.
- BPS. (2021). *Jumlah Perguruan Tinggi, Mahasiswa, dan Tenaga Edukatif (Negeri dan Swasta) di Bawah Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta 2019-2021*. Retrieved from [jakarta.bps.go.id](https://jakarta.bps.go.id/indicator/28/481/1/jumlah-perguruan-tinggi-1-mahasiswa-dan-tenaga-edukatif-negeri-dan-swasta-di-bawah-kementerian-ri-set-teknologi-dan-pendidikan-tinggi-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-dki-jakarta-2017-2018.html):
- Choiriyah. (2017). WAKAF PRODUKTIF DAN TATA CARA PENGELOLAANNYA. *Islamic Banking : Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Perbankan Syariah*, *2*(2), 25-34. doi:<https://doi.org/10.36908/isbank.v2i2.29>
- Cupian, & Najmi, N. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Persepsi Masyarakat Terhadap Wakaf Uang di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *6*(02), 151-162. doi:<http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v6i2.1045>
- Ekawaty, M., & Muda, A. W. (2015). Wakaf Uang: Tingkat Pemahaman Masyarakat dan Faktor Penentunya (Studi Masyarakat Muslim Kota Surabaya, Indonesia). *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, *11*(2), 1-28. doi:<https://doi.org/10.18860/iq.v11i2.3704>
- Fauzi, V. P., & Lubis, E. E. (2016). PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI SOCIAL MEDIA MARKETING ER-CORNER BOUTIQUE DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS DI KOTA PEKANBARU. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, *3*(1), 1-15.
- Hakiki, M. F., Asrofi, M., & Julendra, A. K. (2020). Waqf Edumedia: Social Media as a Means of Developing Waqf Literacy in Indonesia. *Journal of Islamic Economic Scholar*, *1*(3), 228-238. doi:<https://doi.org/10.14421/jies.2020.1.2.%25p>
- Hasim, K., Lubis, D., & Ali, K. M. (2016). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Penghimpunan Wakaf Uang di Indonesia (Pendekatan Analytical Network Process). *Jurnal al-Muzara'ah*, 127-141.
- Humas BWI. (2021, Februari 5). *Menelisik Manfaat Potensi Wakaf Uang untuk Bantu Kaum Dhuafa*. Retrieved from [bwi.go.id](https://www.bwi.go.id):

- <https://www.bwi.go.id/5926/2021/02/05/menelisk-manfaat-potensi-wakaf-uang-untuk-bantu-kaum-dhuafa/>
- Irawan, M. A. (2020). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Mahasiswa Terhadap Wakaf Uang (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Brawijaya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Ekonomi Islam). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 9(1), 1-17. Retrieved from <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7110>
- Janie, D. N. (2012). *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS*. Semarang: Semarang University Press.
- K. Lubis, S., Nasution, H. M., Hasanah, U., Othman, R., Ghani, R. A., Salleh, M. S., . . . Bandar, S. M. (2010). *Wakaf dan Pemberdayaan Umat*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Qolbi, R. N. (2021). Gerakan Wakaf Kampus: Optimalisasi Gerakan Nasional Wakaf Uang (GNWU) Di Lingkungan Kampus Menuju SDGs. *Al-Awqaf: Jurnal Wakaf dan Ekonomi Islam*, 14(1), 65-86. doi:<https://doi.org/10.47411/al-awqaf.v14i1.135>
- Rozalinda. (2015). *Manajemen Wakaf Produktif*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Sakitri, G. (2021). "SELAMAT DATANG GEN Z, SANG PENGGERAK INOVASI!". *Forum Manajemen*, 35(2), 1-10.
- Setiadi, A. (2016). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK EFEKTIFITAS KOMUNIKASI. *CAKRAWALA*, 16(2). doi:<https://doi.org/10.31294/jc.v16i2.1283>

ANALISIS EFEKTIVITAS PROGRAM SENYUM MANDIRI RUMAH ZAKAT BOGOR TERHADAP PERUBAHAN INDEKS KEMISKINAN MUSTAHIK

Dwiki Rafsanjani¹⁾, Abdillah¹⁾

1) rdwiki31@gmail.com abdillahpnj@gmail.com

Politeknik Negeri Jakarta, humas@pnj.ac.id, Jl. Prof. DR. G. A. Siwabessy, 16425, Depok, Indonesia

ABSTRACT

This study aims to determine the effectiveness of the utilization of productive zakat on changes in the mustahik poverty index. The data analysis technique in this study is the method of zakat fund effectiveness and poverty index analysis, namely Headcount Ratio Index (H), Poverty Gap Index (P1), Income Gap Index (I), Sen Index Of Poverty (P2). The sample in this study was mustahik in the Rumah Zakat Mandiri Smile program. Total Assets, Turnover, and Profits of Mustahik's businesses experienced an average percentage increase from before and after participating in the Mandiri Smile program. Meanwhile, the poverty level experienced a decline in the poverty index, as seen from the previous Headcount Ratio Index (H) value of 0.95, which fell to 0.2, the Poverty Gap Index (P1) value which was previously Rp. 112.817, which fell to -Rp. 78.165, and the value of Income Gap Index (I) which was previously 0.01474. fell to -0.05018, and the value of the Sen Index Of Poverty (P2) which was previously 0.38840 fell to 0.07398. This means that the utilization of productive zakat funds by Rumah Zakat has a positive impact on poverty alleviation. Of the 38 mustahik who are included in the poor category, there are 6 mustahik who have increased, meaning that 48% experienced a decrease in the poverty index.

Keywords: *Productive Zakat, Poverty Level, Business Improvement*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas pendayagunaan zakat produktif terhadap perubahan indeks kemiskinan mustahik. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah

metode efektivitas dana zakat dan analisis indeks kemiskinan yaitu *Headcount Ratio Index* (H), *Poverty Gap Index* (P1), *Income Gap Index* (I), *Sen Index Of Poverty* (P2). Sampel dalam penelitian ini adalah mustahik pada program Senyum Mandiri Rumah Zakat. Jumlah Aset, Omset, dan Keuntungan usaha mustahik mengalami peningkatan persentase secara rata-rata dari sebelum dan sesudah mengikuti program Senyum Mandiri. Sedangkan untuk tingkat kemiskinan mengalami penurunan indeks kemiskinan dilihat dari nilai *Headcount Ratio Index* (H) sebelumnya 0.95 turun menjadi 0.2, nilai *Poverty Gap Index* (P1) yang sebelumnya Rp 112.817 turun menjadi -Rp 78.165, nilai *Income Gap Index* (I) yang sebelumnya 0.01474 turun menjadi -0.05018, dan nilai *Sen Index Of Poverty* (P2) yang sebelumnya 0,38840 turun menjadi 0,07398. Hal ini berarti bahwa pendayagunaan dana zakat produktif oleh Rumah Zakat berdampak positif kepada pengentasan kemiskinan. Dari 38 orang mustahik yang termasuk kartegori miskin terdapat 6 orang mustahik yang mengalami peningkatan, artinya 48% mengalami penurunan indeks kemiskinan.

Kata-Kata Kunci: Zakat Produktif, Tingkat Kemiskinan, Peningkatan Usaha.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kemiskinan merupakan masalah besar yang ada di Indonesia dan masih menjadi masalah utama untuk menurunkan indeks kemiskinan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2020 dan 2021 (Dibanding September 2020, jumlah penduduk miskin Maret 2021 perkotaan naik sebanyak 138,1 ribu orang (dari 12,04 juta orang pada September 2020 menjadi 12,18 juta orang pada Maret 2021). Sementara itu, pada periode yang sama jumlah penduduk miskin perdesaan turun sebanyak 145,0 ribu orang (dari 15,51 juta orang pada September 2020 menjadi 15,37 juta orang pada Maret 2021). Berdasarkan Undang Undang No 24 Tahun 2004, menjelaskan kemiskinan adalah kondisi sosial ekonomi seseorang atau sekelompok orang yang tidak terpenuhinya hak-hak dasarnya untuk mempertahankan dan mengembangkan kehidupan yang bermartabat. Kabupaten Bogor merupakan salah satu kota besar yang ada di Jawa Barat dengan tingkat ekonomi berkembang dan masih memiliki permasalahan ekonomi, salah satunya masalah kemiskinan. Kabupaten Bogor merupakan Kabupaten/Kota dengan jumlah penduduk miskin terbanyak nasional. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), penduduk miskin di Kabupaten Bogor sebanyak 491,24 ribu jiwa pada Maret 2021. Angka tersebut merupakan yang terbesar dibandingkan dengan jumlah penduduk miskin di 513 kabupaten/kota lainnya.

Program untuk menurunkan tingkat kemiskinan yang dilakukan pemerintahan kabupaten Bogor adalah Program Keluarga Harapan (PKH) sebagai ujung tombak pengentasan kemiskinan di Kabupaten Bogor. Program ini sudah berjalan sejak 2007 hingga sekarang telah menjangkau kecamatan dan desa yang ada di kabupaten Bogor. Namun, dari program Kabupaten Bogor ini masih belum cukup efektif dalam menanggulangi tingkat kemiskinan di Kabupaten Bogor.

Kebanyakan orang-orang mengetahui Zakat konsumtif, tetapi seiring berjalannya waktu dan perkembangan pendistribusian zakat ini dapat diberikan dengan produktif. Berdasarkan data Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri) jumlah penduduk muslim di Indonesia sebanyak 237,53 juta jiwa per 31 Desember 2021. Jumlah itu setara dengan 86,9 % dari populasi tanah air yang mencapai 273,32 juta orang. Dengan jumlah 86,9 % penduduk muslim dapat diharapkan melalui zakat ini dapat mengentaskan kemiskinan dan memperkecil kesenjangan sosial yang ada di masyarakat.

Mengingat pentingnya hal tersebut di atas penulis melakukan penelitian ini agar dapat mengetahui efektivitas dari program Senyum Mandiri pada Lembaga Amil Zakat Rumah Zakat sebagai tolak ukur keberhasilan sebagai mana sudah dijelaskan sebelumnya. Agar diperoleh hasil Berhasil atau Tidak berhasilnya program tersebut. Penulis tertarik terhadap program tersebut sehingga mengangkat judul penelitian “Analisis Efektivitas program Senyum Mandiri Rumah Zakat Bogor terhadap Perubahan Indeks Kemiskinan Mustahik”.

Permasalahan

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang, maka rumusan masalah yang akan diteliti pada penelitian ini adalah :

- Bagaimana Efektivitas zakat produktif Rumah Zakat pada Program Senyum Mandiri ?
- Apakah program Senyum Mandiri dapat menurunkan indeks kemiskinan pada kelompok usaha yang menerima bantuan dana zakat produktif ?

Tujuan

Merujuk pada permasalahan dan pertanyaan penelitian, penelitian ini bertujuan untuk :

- Untuk mengetahui efektivitas program Senyum Mandiri pada Rumah Zakat.
- Untuk menguji pendidikan dan pelatihan kewirausahaan terhadap perubahan tingkat kemiskinan mustahik Senyum Mandiri Rumah Zakat.

TINJAUAN PUSTAKA

Kemiskinan

Kemiskinan dipandang sebagai ketidak mampuan dari segi ekonomi untuk memenuhi kebutuhan dasar makan dan bukannya makanan yang diukur dari sisi pengeluaran. Jadi penduduk miskin adalah penduduk yang rata-rata memiliki pengeluaran perbulan perkapita dibawah garis emiskinan, salah satu sebab kemiskinan yaitu kurangnya pendapatan dan aset yang dimiliki untuk memenuhi dasar kebutuhan seperti makanan, pakaian, perumahan, dan pendidikan serta penegtahuan untuk menunjang kehidupan yang lebih baik. Disamping itu juga kemiskinan berkaitan dengan susahny lapangan pekerjaan dan kebanyakan tidak memiliki pekerjaan atau pengangguran, serta tingkat pendidikan dan kesehatan merka yang kurang memadai

Kemiskinan Alamiah

Kemiskinan alamiah, yaitu kemiskinan yang disebabkan oleh kualitas sumberdaya alam dan sumber daya manusia yang rendah. Kondisi alam dan kondisi sumberdaya yang rendah membuat peluang produksi juga rendah. Khusus untuk sektor pertanian, kualitas lahan dan iklim yang susah ditebak menjadikan hasil pertanian tidak maksimal bahkan bisa sampai gagal panen. Di seluruh wilayah Indonesia hanya pulau Jawa saja yang memiliki lahan utuk pertanian yang bagus, jika diluar pulau jawa itu hanya sedikit saja bagian lahan untuk pertanian, hal ini membuat petani hanya bisa memproduksi setahun sekali saja ketika turun hujan

Kemiskinan kultural

Kemiskinan kultural, kemiskinan yang terkait erat dengan seseorang atau kelompok dalam masyarakat yang tidak mauberusaha dan memperbaiki kualitas kehidupannya. Kemiskinan ini bisa juga diakibatkan oleh sistem pembagaian di masyarakat atau budaya di sekitar daerah tersebut yang mengakibatkan dalam pembagian waris yang mengaibatan pembagian lahan, sehingga pembagian lahan semakin lama semakin sempit.

Kemiskinan Struktural

Kemiskinan struktural, kemiskinan yang disebabkan oleh struktural yang ada di masyarakat baik secara langsung maupun tidak. Tatanan kelembagaan atau sruktur sosial disini

diartikan sebagai satruktut organisasi atau aturan permainan yang diterapkan. Penerapan inilah yang sering kali merugikan masyarakat dan menyebabkan kemiskinan. Kemiskinan ini terjadi karena tidak adanya kelompok kelompok orang miskin dan sulitnya akses pembangunan pada daerah tersebut. Kondisi inilah yang mengakibatkan kemiskinan terjadi secara turun temurun yang dikarenakan terkurungnya kelompok masyarakat tertentu dalam kondisi kemiskinan. Kemiskinan ini dapat berubah ketika terjadi perubahan struktur sosial dan organisasi yang ada pada masyarakat.

Faktor Penyebab Kemiskinan

Menurut (Rejekiningsih, 2011) ada beberapa faktor penyebab terjadinya kemiskinan. Pertama kemiskinan terjadi karena masih kurangnya pendidikan yang didapatkan oleh masyarakat yang menyebabkan kurang maksimalnya sumberdaya manusia yang didapatkan dan akan sulit untuk bersaing dengan orang-orang yang berpendidikan tinggi. Kedua ketika sumberdaya rendah maka hasil produksi yang dihasilkanpun akan rendah dan berakibat pada upah yang di dapat. Ketiga kurangnya mental pencari kerja dari pada orang itu sendiri.

Indeks Kedalaman Kemiskinan

Indeks kesenjangan kemiskinan terkadang disebut sebagai rasio kesenjangan kemiskinan atau *Proverty Gap Indeks* didefinisikan sebagai rata-rata rasio kesenjangan kemiskinan terhadap garis kemiskinan. Indeks kedalaman kemiskinan memberikan perspektif kemiskinan yang lebih jelas tentang kedalaman kemiskinan. Ini juga membantu penilaian tentang menyeluruh atas kemauan tentang pengentasan kemiskinan dan evaluasi kebijakan publik atau inisiatif swasta tertentu.

Zakat

- Zakat yaitu hak yang wajib pada harta tertentu bagi golongan orang tertentu pada waktu tertentu untuk mencapai keridhaan Allah dan untuk membersihkan diri dari kikir.
- Zakat berasal dari kata “zaka” baik, suci, tumbuh, dan berkembang. Dikatakan zakat karena didalamnya diharapkan untuk mendapatkan berkah, membersihkan jiwa dan memupuknya dengan segala kebaikan.
- Menurut terminologi syariat, zakat adalah nama bagi sejumlah harta tertentu yang telah Allah wajibkan bagi seseorang dan untuk diterima oleh orang-orang yang berhak menerima dan dengan persyaratan pula.

- Zakat menurut kementerian agama (2011) UU NO. 23 tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat adalah harta yang telah diwajibkan kepada setiap orang atau badan atas harta yang telah diwajibkan bagi setiap orang untuk orang yang berhak mendapatkannya pula.
- Pengertian lain dari zakat ialah sesuatu yang diberikan orang lain atas hak Allah kepada yang berhak menerima antara fakir miskin, menurut ketentuan dalam agama Islam (Pedoman Zakat, Seri ke-3 Fikih Zakat, Depag 1999/2000).
- Zakat diatur dalam UU No. 23 tahun 2011 dan peraturan pemerintahan republik Indonesia No. 14 tahun 2014 tentang pengelolaan zakat.

Tujuan dan Manfaat Zakat

Allah SWT sudah menyampaikan dalam Al-Qur'an mengenai adanya zakat tentunya memiliki tujuan dan hikmah bagi seluruh umat manusia adapun menurut Kementerian Agama (2011) UU Republik Indonesia No. 23 tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat pada BAB II Tentang Tujuan Zakat pada pasal 5 yaitu:

- Meningkatkan pelayanan bagi masyarakat dalam menunaikan zakat sesuai dengan perintah agama.
- Meningkatkan fungsi dan pelayanan pranata keagamaan dalam upaya mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan keadilan sosial.
- Meningkatkan hasil guna dan berdaya guna.

Golongan Penerima Zakat

Ada delapan golongan penerima zakat, tertulis dalam surat at-Taubah ayat 60 antara lain:

- *Fakir* – mereka yang tidak memiliki apa-apa sehingga tidak bisa memenuhi kebutuhan pokoknya.
- *Miskin*- mereka yang memiliki harta namun tidak bisa memenuhi kebutuhan dasar hidupnya.
- *Amil*- mereka yang mengumpulkan dan membagikan zakat.
- *Mu'alaf*- mereka yang baru memeluk agama Islam dan membutuhkan bantuan untuk menyesuaikan hidupnya.
- *Hamba sayaha*- budak yang ingin memerdekakan hidupnya.

- *Gharimin*- mereka yang berhutang untuk keperluan halal dan tidak mampu untuk membayarnya.
- *Fisabilillah*- mereka yang berperang dijalan Allah misalkan : dakwah, jihad dan berperang.
- *Ibnu sabil*- mereka yang kehabisan biaya di perjalanan.

Dasar Hukum Zakat

Zakat yaitu salah satu rukun Islam dan menjadi salah satu penguat dan tegaknya Islam sampai saat ini. Oleh karena itu hukum dari zakat itu wajib (*fhardu*) kepada setiap muslim. Zakat menjadi salah satu ibadah wajib seperti shalat, puasa, dan menunaikan haji, seperti yang sudah dijelaskan secara rinci didalam Al-Qur'an dan Sunah. Zakat juga merupakan kegiatan sosial yang dapat berkembang di masyarakat berdasarkan perkembangan zaman umat manusia dimanapun.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu penelitian yang dilakukan dengan melakukan survei lapangan dan pengamatan secara ekstensif ke obyek penelitian. Survei ini dilakukan menggunakan kuesyoner yang diajukan langsung kepada koresponden.

Penelitian ini bersifat deskriptif-kuantitatif yang diawali dengan pengumpulan data lapangan (Kuesyoner yang bersifat kuantitatif yang berwujud angka – angka dan disusun secara sistematis dan diolah dengan alat bantu program Microsoft excel untuk menghitung efektivitas dan menghitung index kemiskinan, setelah diketahui hasilnya kemudian diartikan dengan memberikan gambaran dan penjelasan mengenai pengaruh pemberian dana zakat produktif serta pelatihan terhadap kesejahteraan mustahik

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Efektivitas dan Indeks Kemiskinan

Efektivitas yaitu suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas, dan waktu) yang telah dicapai. Dimana semakin besar persentase target yang dicapai, maka semakin tinggi tingkat efektivitasnya. Efektivitas dana zakat adalah nilai yang dihitung berdasarkan presentase perbandingan antara dana zakat dengan setelah mendapatkan pendanaan dana zakat. Dalam metode ini sebuah indikator dikatakan efektif apabila terdapat peningkatan persentase dari sebelum dan sesudah diberikannya bantuan dana zakat tanpa kriteria tertentu.

Untuk menganalisis pengaruh program Senyum Mandiri oleh Rumah Zakat terhadap tingkat kemiskinan mustahik, digunakan beberapa indikator kemiskinan. Indikator kemiskinan yang digunakan pada penelitian ini terdiri atas headcount ratio index (H), poverty gap index (P1), income gap index (I), dan Sen of poverty (P2).

Uji Analisis Efektivitas

Pada 40 Mustahik yang menerima bantuan dana Zakat Produktif Rumah Zakat dapat dikatakan hampir semua mengalami perubahan mulai dari aset, omset dan keuntungan. Dengan jumlah rata – rata perubahan aset dari Rp 507.500 menjadi Rp. 2.227.500, rata – rata perubahan omset Rp. 910.000 menjadi Rp. 4. 347.250, dan rata – rata perubahan keuntungan dari Rp. 728.750 menjadi Rp 2.724.500

Dalam analisis efektivitas yang dilakukan pada program Senyum Mandiri Rumah Zakat terbukti bisa menaikkan efektivitas usaha mustahik. Dapat dilihat rata – rata perubahan aset sebesar 56%, peningkatan ini terjadi karena bertambahnya modal usaha dan peningkatan dari omset penjualan. Dengan terjadinya kenaikan jumlah aset maka penjualan akan optimal dan terus meningkat pada setiap bulannya dan berdampak baik bagi usaha mustahik. Kemudian perubahan omset yang terjadi sebesar 130% Meningkatnya tingkat omset dari penjualan diakibatkan dari kenaikan jumlah penjualan dan juga produksi yang lebih banyak dari sebelumnya karena adanya tambahan aset yang terjadi pada usaha mustahik. Pengaruh dari naiknya omset penjualan akan sangat berpengaruh terhadap pendapatan usaha yang dijalankan mustahik dan dapat membantu mensejahterakan keluarga mustahik. Dan untuk yang terakhir adalah perubahan pada keuntungan sebesar 63% , terjadinya peningkatan ini tentu saja karena adanya dana tambahan sehingga dapat melakukan produksi yang lebih banyak. Selain zakat produktif yang diberikan Rumah Zakat juga memberikan *monitoring* dan motivasi kepada mustahik. Monitoring dilakukan setiap bulannya pada acara pengajian yang yang diadakan sekaligus memantau usaha setelah pemberian modal usaha. Jika pendapatan meningkat maka akan berdampak sangat baik terhadap kelangsungan hidup mustahik kedepannya karena mustahik akan memiliki dana tabungan untuk modal usaha dan meningkatkan usaha dan juga jumlah produksi.

Indeks Kemiskinan Sebelum Pendayagunaan

Hasil Perhitungan Indeks Kemiskinan Sebelum Mustahik Mengikuti Program Senyum Mandiri Rumah Zakat :

Headcount Ratio Index (H) = $(38/40) = 0.95$

Poverty Gap Index (P1) = Rp.112.817

Income Gap Index (I) = 0,01474

Sen Index Of Poverty (P2) = 0,38840

Indeks Kemiskinan Setelah Pendayagunaan

Hasil Perhitungan Indeks Kemiskinan Setelah Mustahik Mengikuti Program Senyum Mandiri Rumah Zakat :

Headcount Ratio Index (H)	= (6/40) = 0.2
Poverty Gap Index (P1)	= -Rp. 78.165
Income Gap Index (I)	= -0,05018
Sen Index Of Poverty (P2)	= 0,07398

Indeks Kemiskinan	Sebelum Mengikuti Program Senyum Mandiri Rumah Zakat	Setelah Mengikuti Program Senyum Mandiri Rumah Zakat
H	0,95	0.2
P1	Rp. 112.817	-Rp. 78. 165
I	0,01474	-0,05018
P2	0,38840	0,07398

Sumber : Data Primer Diolah

- *Headcount Ratio Index (H)*

Hasil dari pengelolaan data pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa sesudah mendapatkan bantuan dan zakat produktif dari Rumah Zakat , *Headcount Ratio (H)* mengalami penurunan dari 0,95 menjadi 0,2 dari 40 orang yang diteliti, jumlah mustahik sebelum mendapatkan bantuan dana modal yang pendapatan per kapita tiap bulannya berada dibawah garis kemiskinan yaitu ada 38 orang. Namun setelah mendapatkan bantuan dana zakat produktif dari Rumah Zakat mengalami penurunan menjadi 6 orang.

- *Poverty Gap Index (P1)*

Indeks kedalaman kemiskinan mustahik mengalami penurunan sesudah mendapatkan bantuan dana zakat produktif berupa modal usaha dari Rp. 112.817 menjadi -RP 78.165 Penurunan nilai indeks tersebut mengindikasi bahwa rata – rata pendapatan mustahik melewati garis kemiskinan sehingga antara pendapatan mustahik dengan garis kemiskinan menjadi berkurang.

- *Income Gap Index (I)*

Income Gap Index mustahik mengalami penurunan setelah mengikuti Program Senyum Mandiri Rumah Zakat ini dari 0,01474 menjadi -0,05018. Hal ini menyatakan penurunan kesenjangan kemiskinan rata – rata individu dan berdampak positif terhadap penurunan jumlah penduduk miskin pada mustahik yang menerima zakat produktif pada Rumah Zakat ini.

- **Sen Index Of Poverty**

Sen Index Of Poverty atau Indeks Keparahan Kemiskinan mustahik sebelum mendapatkan bantuan dan setelah mendapatkan dana zakat produktif dari Rumah Zakat dalam bentuk modal usaha sebesar 0,038840 sedangkan setelah mendapatkan bantuan dana zakat produktif nilai P2 turun menjadi 0,07398. Hal ini menunjukkan bahwa pendayagunaan zakat produktif dalam bentuk modal usaha dapat mengurangi ketimpangan pendapatan mustahik. Penurunan indeks kemiskinan disebabkan terbukanya akses bagi mustahik untuk mendapatkan modal usaha, karena sebelumnya mereka kesulitan atau tidak mampu mengakses bantuan dari lembaga keuangan bank. Dengan adanya bantuan zakat produktif dari Rumah Zakat, akses mustahik terhadap sumber modal yang diperlukan sangat mudah. Dan adanya bantuan modal usaha bisa merubah motivasi para mustahik untuk bekerja atau melakukan usahanya, sehingga mereka dapat memperoleh pendapatan secara mandiri. Pendapatan mustahik pun cenderung menjadi lebih merata dibandingkan dengan kondisi sebelum mendapatkan bantuan zakat produktif dari Rumah Zakat.

Pembahasan

- **Efektivitas Penyaluran Dana Zakat**

Pendayagunaan zakat produktif yang diberikan oleh Rumah Zakat dalam bentuk modal usaha serta pelatihan kepada mustahik memberikan dampak yang baik terhadap efektivitas usaha yang dijalankan oleh mustahik. Efektivitas ini dapat dilihat dari modal usaha, aset usaha, omset penjualan, dan keuntungan penjualan. Dilihat dari jumlah modal usaha mustahik sebelum dan sesudah mendapatkan bantuan terdapat perbedaan antara jumlah modal usaha mustahik penerima dana zakat produktif sebelum dan sesudah mendapatkan bantuan dana dari Rumah Zakat. Untuk nilai rata – rata jumlah modal usaha sebelum mendapatkan bantuan dari Rumah Zakat sebesar Rp. 972.500, sedangkan rata – rata jumlah modal usaha setelah mendapatkan bantuan dari Rumah Zakat sebesar Rp. 1.972.500. Dengan dilakukannya pemberian dana zakat produktif dapat meningkatnya jumlah modal usaha mustahik. Dengan meningkatnya jumlah modal ini maka mustahik bisa menambah bahan baku atau bahan dagangan untuk menambah jumlah produksi sekaligus menambah keuntungan. Peningkatan jumlah modal usaha disebabkan adanya kemudahan akses yang diberi oleh Rumah Zakat untuk mendapatkan bantuan modal. Bantuan pemodalannya usaha yang diberikan Rumah Zakat kepada mustahik ini juga dapat menjauhkan mustahik dari pinjaman rentenir yang menyulitkan.

Pendaya gunaan dana zakat produktif oleh Rumah Zakat dalam bentuk modal usaha berdampak pada peningkatan aset usaha. Aset usaha mustahik mempunyaiperbedaan antara sebelum dan sesudah mendaotkan bantuan . Hal ini dapat dilihat dari rata – rata aset usaha sebelum mendapatkan bantuan sebesar Rp. 507.500 artinya rata – rata aset usaha sebelum mendapatkan lebih kecil dibandingkan dengan setelah mendapatkan bantuan modal usaha. Untuk rata – rata aset usaha setelah mendapatkan bantuan yaitu sebesar Rp. 2.227.500 yang menandakan adanya peningkatan rata – rata sebesar 56%.

Pendayagunaan dana zakat produktif oleh Rumah Zakat dalam bentuk modal berdampak terhadap omset penjualan. Omset penjualan memiliki perbedaan sebelum dan sesudah mendapatkan bantuan modal usaha dari Rumah Zakat. Hal ini dapat dilihat dari rata – rata omset penjualan sebelum mendapatkan bantuan dana yaitu sebesar Rp. 910.000 artinya rata – rata omset sebelum mendapatkan bantuan dana lebih kecil daripada setelah mendapatkan dana bantuan zakat produktif. Untuk rata -rata omset penjualan sesudah mendapatkan bantuan dari Rumah Zakat sebesar Rp. 4.347.250 menandakan adanya peningkatan omset penjualan sebesar 130%. Meningkatnya jumlah omset penjualan akibat adanya peningkatan jumlah penjualan yang terjadi. Dan dengan adanya peningkatan omset penjuln otomatis berdampak pada keuntungan penjualan.

Pendayagunaan dana zakat produktif oleh Rumah Zakat dalam bentuk modal usaha juga berdampak positif terhadap keuntungan usaha. Dapat dilihat keuntungan usaha sebelum mendapatkan zaat produktif dari Rumah Zakat, hal ini dapat dilihat dari rata – rata pendapatan usaha sebelum mendapatkan bantuan zakat produktif yaitu sebesar Rp. 728.750 yang berarti rata -rata keuntungan sebelum mendapatkan bantuan zakat produktif lebih kecil daripada sesudah mendapatkan bantuan zakat produktif dari Rumah Zakat. Untuk rata – rata keuntungan usaha setelah mendapatkann bantuan zakat produktif dari Rumah Zakat yaitu sebesar Rp.2.724.500 yang menandakan adanya peningkatan keuntungan dari penjualan yaitu sebesar 63%. Peningkatan pendapatan usaha juga diakibatkan dari adanya pembinaan dan pemberian motivasi pada setiap bulannya yang dilakukan oleh Rumah Zakat kepada mustahik yang menerima dana zakat produtif dalam bentuk modal usaha. Dan dengan meningkatnya pendapatan usaha akan berdampak terhadap kemampuan mustahi untuk mendapatkan pendapatan berlebih yang kemudian mustahik bisa menyimpannya kedalam tabungan.

- Indeks kemiskinan Mustahik

Hasil perhitungan Indeks Kemiskinan mustahik mengalami penurunan sesudah menerima dana zakat produktif dalam bentuk modal usaha. Hal ini dapat dilihat dari Indeks Kemiskinan yang pertama yaitu *Headcount Ratio*, bahwa nilai *Headcount Ratio* sebelum mendapatkan bantuan zakat produktif sebesar 0,95 turun menjadi 0,2 sesudah adanya pemberian zakat produktif dari Rumah Zakat dalam bentuk modal kepada mustahik. Indeks kemiskinan kedua yakni Indeks Kedalaman Kemiskinan dengan cara mengukur dua instrumen yaitu *poverty gap index* (P) dan *income gap index* (I) menunjukkan penurunan nominal selisih agregat pendapatan terhadap garis kemiskinan sebelum mendapatkan bantuan dana zakat produktif sebesar Rp 112.817 turun menjadi -Rp78.165 dan untuk *income gap index* mengalami penurunan dari 0,01474 menjadi -0,05018 sesudah mendapatkan bantuan zakat produktif dari Rumah Zakat. Sedangkan untuk Indeks Kemiskinan selanjutnya yakni Indeks Keparahan Kemiskinan (P2) menunjukkan sebelum mendapatkan bantuan 0,38840 turun menjadi 0,07398 sesudah mendapatkan bantuan dana zakat produktif dari Rumah Zakat.

Berdasarkan uraian diatas pemberian zakat produktif yang diberikan oleh Rumah Zakat berdampak positif terhadap penurunan indeks kemiskinan mustahik, yang telah menerima bantuan dalam bentuk modal usaha dan pelatihan kewirausahaan. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pratama, 2015) yaitu *Headcount Ratio* yang menurun dari 0,8 menjadi 0,5. Indeks kedalaman kemiskinan juga mengalami penurunan dimana *poverty gap* menurun dari Rp. 547. 843 menjadi Rp. 210.020. demikian pula dengan nilai I yang mengalami penurunan dari 0,44 menjadi 0,17 dimana hal tersebut menunjukkan penurunan kesenjangan pendapatan. Nilai indeks Sen juga mengalami penurunan dari 0,50 menjadi 0,24.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan diatas menandakan pemberian dana zakat produktif dalam bentuk modal usaha dari Rumah Zakat memberikan dampak positif terhadap penurunan indeks kemiskinan mustahik, terbukti dengan menurunnya 4 indeks kemiskinan yang sudah penulis uraikan, kemudian adanya penurunan jumlah orang yang berada dibawah garis kemiskinan yang sebelumnya berjumlah 38 mustahik menjadi 6 orang mustahik walaupun masih ada mustahik yang berada dibawah garis kemiskinan tapi penurunannya dapat dikatakan berhasil. Kemudian diharapkan dengan adanya kontrol yang baik dari Rumah Zakat

dapat meningkatkan semangat usaha dari mustahik agar indeks kemiskinan di Kabupaten Bogor bisa terus menurun.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Rumah Zakat, menghasilkan Pendayagunaan Dana Zakat Produktif oleh Rumah Zakat dalam bentuk pemberian modal usaha dinilai efektif karena dapat meningkatkan usaha para penerima dana zakat produktif dilihat dari Aset, Omset, dan Keuntungan. Jumlah Aset, Omset, dan Keuntungan usaha mustahik mengalami peningkatan persentase secara rata – rata dari sebelum dan sesudah program Senyum Mandiri. Kemudian, Pendayagunaan Dana Zakat Produktif oleh Rumah Zakat dalam bentuk modal usaha memberikan dampak positif terhadap penurunan angka indeks kemiskinan penerima dana zakat produktif. Secara keseluruhan dapat dilihat bahwa program Senyum Mandiri telah mampu menurunkan angka indeks Headcount Ratio (H), indeks kesenjangan kemiskinan (P1), indeks kesenjangan pendapatan (I), dan nilai indeks keparahan kemiskinan (P2).

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik Nasional, (2021). *Kabupaten dengan jumlah penduduk miskin terbanyak Nasional 2021*. Jakarta Pusat: Badan Pusat Statistik.

Kementrian Dalam Negri,(2021). *Penduduk Indonesia Beragama Islam*. Jakarta Pusat: Kementrian Dalam Negri.

Harniati. (2010). Program - Program Sektor Pertanian yang Berorientasi Penanggulangan Kemiskinan. Bogor : Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian Departemen Pertanian.

Rejekiingsih, Tri Wahyu (2011). Identifikasi Faktor Penyebab Kemiskinan di Kota Semarang Dari Dimensi Kultural. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*. Vol 12. No. 1. Semarang: Universitas Diponegoro.

Pemerintah Republik Indonesia. (2011). *UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 23 TENTANG PENGELOLAAN ZAKAT*. Jakarta.

Bariyah, Oneng Nurul. (2012). *Total Quality Management Zakat (Prinsip dan Praktir Pemberdayaan Ekonomi)*. Jakarta: Penerbit Wahana Kardofa.

Pemetintah Republik Indonesia. (2004). *UNDANG UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 24 TAHUN 2004 TENTANG KEMISKINAN*. Jakarta.

- Sartika, Mila (2008). *Pengaruh Pendayagunaan Zakat Produktif terhadap Pemberdayaan Mustahiq pada LAZ Yayasan Solo Peduli Surakarta. Jurnal Ekonomi Islam La Riba. Vol. 2 No. 1.* Solo
- Nauval, Rizky. (2015). *Analisis Efektivitas Pendanaan Dana Zakat Produktif Terhadap Perkembangan Umkm Di Kota Bogor* [Skripsi]. Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Widiastuti, Tika (2015). *Model Pendayagunaan Zakat Produktif Oleh Lembaga Zakat Dalam Meningkatkan Pendapatan Mustahiq. Jurnal JEBIS. Vol. 1 No. 1.* Surabaya: Universitas Airlangga.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Beik, Irfan Syauqi. (2009). Analisis Peran Zakat dalam Mengurangi Kemiskinan :Studi Kasus Dompot Dhuafa Republika. *Jurnal Pemikiran dan Gagasan.* 2(2).
- Moleong, Lexy J. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi.* Bandung : PT Remaja Rosdakarya

Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Memijam di *P2P Lending* Syariah dengan Promosi sebagai Variabel Moderasi

Muadz¹⁾, Bambang Waluyo²⁾

¹⁾Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Jakarta,, muadz.aa18@mhswn.pnj.ac.id, Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, 16425, Depok, Indonesia

²⁾Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Jakarta,, bambang.waluyo@akuntansi.pnj.ac.id, Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, 16425, Depok, Indonesia

ABSTRACT

P2P Lending is considered to be able to stimulate economic growth in Indonesia with MSME actors being one of the targets as Sharia P2P Lending users to advance the business they run. In Indonesia, the development of P2P Lending with sharia concepts is in the form of Sharia P2P Lending products. However, the number of existing Sharia P2P Lending companies is still relatively small and even the OJK has assessed that some of these companies were closed because they were considered undeveloped. This study aims to analyze the effect of perceived ease of use and Islamic financial literacy on the interest of MSME actors to make loans in Sharia P2P Lending moderated by promotions carried out by Sharia P2P Lending companies. The analysis technique used is Moderated Regression Analysis (MRA) assisted by statistical software SPSS V26. This study uses primary data in the form of a questionnaire given to 60 MSME actors in the DKI Jakarta area. The results of this study prove that partially the perception of ease of use and Islamic financial literacy has a positive and significant influence on interest in borrowing in Sharia P2P Lending. Other results prove that the promotion variable only moderates the relationship between the Islamic financial literacy variable and interest in borrowing in Sharia P2P Lending only, while in the perceived ease of use variable, the promotion variable only acts as a predictor.

Keywords: *P2P, MSMEs, Promotion, Literacy, Interests.*

ABSTRAK

P2P Lending dinilai dapat menstimulasi pertumbuhan ekonomi di Indonesia dengan pelaku UMKM yang menjadi salah satu sasaran sebagai pengguna *P2P Lending* Syariah untuk memajukan usaha yang dijalankannya. Di Indonesia, pengembangan *P2P Lending* dengan konsep syariah berupa produk *P2P Lending* Syariah. Akan tetapi, jumlah perusahaan *P2P Lending* Syariah yang ada masih terhitung sedikit dan bahkan OJK telah menilai bahwa beberapa perusahaan tersebut ditutup karna dinilai tidak berkembang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan literasi keuangan syariah terhadap minat pelaku UMKM melakukan pinjaman di *P2P Lending* Syariah dengan dimoderasi oleh promosi yang dilakukan oleh perusahaan *P2P Lending* Syariah. Teknik analisis

¹ Corresponding author. E-mail: muadz.aa18@mhswn.pnj.ac.id

yang digunakan adalah *Moderated Regression Analysis* (MRA) yang dibantu dengan *software* statistik SPSS V26. Penelitian ini menggunakan data primer berupa kuesioner yang diberikan kepada 60 pelaku UMKM di wilayah DKI Jakarta. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa secara parsial persepsi kemudahan penggunaan dan literasi keuangan syariah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat meminjam di *P2P Lending* Syariah. Hasil lainnya membuktikan bahwa variabel promosi hanya memoderasi hubungan antara variabel literasi keuangan syariah terhadap minat meminjam di *P2P Lending* Syariah saja, sedangkan pada variabel persepsi kemudahan penggunaan, variabel promosi hanya berperan sebagai prediktor saja.

Kata-Kata Kunci: P2P, UMKM, Promosi, Literasi, Minat.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan zaman semakin pesat, terutama perkembangan di bidang Ilmu Pengetahuan dan Teknologi khususnya di sektor keuangan. Terdapat istilah digitalisasi keuangan yang menghasilkan suatu inovasi jasa keuangan dengan sebutan *Financial Technology* atau biasa disebut *fintech*. Produk-produk *fintech* adalah *Payment Channel System, Digital Banking, Online Digital Insurance, P2P Lending, dan Crowd Funding*.

P2P Lending merupakan salah satu produk yang telah dikembangkan dengan baik oleh perusahaan jasa keuangan. Layanan kredit ini memanfaatkan teknologi finansial dan dinilai sangat memudahkan masyarakat yang ingin melakukan pinjaman tanpa harus datang ke kantor. Selain pengembangan operasional berlangsungnya transaksi pinjam meminjam *P2P Lending* pada *Fintech*, di Indonesia juga terdapat pengembangan *P2P Lending* berupa pengembangan dengan landasan syariah yaitu *P2P Lending* Syariah. Pengembangan ini pun didasari dengan potensi penggunaan layanan keuangan syariah yang seharusnya memiliki potensi yang tinggi karena Indonesia sebagai salah satu negara yang memiliki penduduk muslim terbanyak yaitu mencapai 86,9% dari total populasi 2021 dengan jumlah 273,32 juta jiwa (BPS, 2021).

Di Indonesia, sudah ada beberapa perusahaan *P2P Lending* Syariah yang terdaftar pada OJK. Perusahaan – perusahaan ini merupakan lembaga keuangan syariah yang berarti pelaksanaannya telah sesuai prinsip syariah yang tertuang pada Fatwa DSN MUI. Perusahaan – perusahaan tersebut diantaranya sebagai berikut.

Tabel 1. *Platform Resmi P2P Lending* Syariah

No.	Nama Perusahaan	Nama Platform
1.	PT Ammana Fintek Syariah	Ammana.id
2.	PT Dana Syariah Indonesia	DANA SYARIAH
3.	PT Alami Fintek Syariah	ALAMI
4.	PT Duha Madani Syariah	Duha Syariah
5.	PT Berkah Fintek Syariah	Fintek Syariah
6.	PT Piranti Alphabet Perkasa	PAPITUPI Syariah
7.	PT Qazwa Mitra Hasanah	Qazwa

8.	PT Ethis Fintek Indonesia	Ethis.co.id
9.	PT Kapital Boost Indonesia	KAPITALBOOST
10.	PT Investree Radhika Jaya	Investree

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan, 2021

Dengan adanya perusahaan *P2P Lending* Syariah yang terhitung masih berjumlah sedikit, hal ini menjadi acuan untuk perkembangan fintech dimana perusahaan – perusahaan *P2P Lending* Syariah ini memiliki peluang yang cukup besar untuk menstimulasi perkembangan ekonomi di Indonesia, dapat dibuktikan juga dengan keberhasilan yang telah dilakukan oleh perusahaan – perusahaan *P2P Lending* Syariah ini dalam memberikan dan menyalurkan pendanaan selama perusahaan – perusahaan *P2P Lending* Syariah ini berdiri.

Tabel 2. Total Penyaluran Pendanaan Perusahaan *P2P Lending* Syariah

No.	Nama Perusahaan	Total Penyaluran
1.	Investree	Rp 11.38 T
2.	Ethis Finek	Rp 68.19 M
3.	Qazwa	Rp 24 M
4.	Berkah Fintek	Rp 672.22 M
5.	Dana Syariah	Rp 2.04 T
6.	ALAMI Sharia	Rp 2.27 T
7.	PAPITUPI Syariah	Rp 76.78 M
8.	Ammana	Rp 486 M

Sumber : Data diolah, 2022

Permasalahan

Pada Februari 2022 beberapa kinerja perusahaan *P2P Lending* Syariah mengalami penurunan. OJK menilai penurunan tersebut disebabkan model bisnis yang kurang diminati, ekuitas kecil, kurang kesiapan, dan berutang (Katadata, 2022).

Berdasarkan kondisi yang ada, terdapat suatu kesenjangan yang tidak seharusnya terjadi. Keterbelakangan dan tidak berkembangnya perusahaan *P2P Lending* Syariah ini masih ternilai bertolak belakang dengan peluang yang seharusnya kelebihan yang dimiliki oleh perusahaan *P2P Lending* Syariah ini khususnya kemudahan penggunaan yang dibandingkan dengan produk pinjaman bank, perusahaan *P2P Lending* Syariah dapat berkembang dengan baik. Berhubung dengan kesenjangan tersebut, untuk meningkatkan minat penggunaan *P2P Lending* Syariah oleh masyarakat, maka dilakukan penelitian terhadap faktor-faktor yang mendorong minat meminjam di *P2P Lending* Syariah sebagai salah satu alternatif pembiayaan.

Diduga terdapat beberapa faktor yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan minat meminjam di *P2P Lending* Syariah oleh pelaku UMKM antara lain adalah persepsi kemudahan penggunaan dan literasi keuangan syariah yang dapat dimoderasi dengan adanya promosi, dengan penawaran fitur layanan yang lengkap dan juga prinsip keuangan yang ditawarkan yaitu prinsip syariah, promosi diharapkan dapat mendorong masyarakat agar tertarik meminjam di *P2P Lending* Syariah sebagai modal untuk melakukan usaha.

Tujuan

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah ditentukan maka diperoleh tujuan penelitian yang diuraikan sebagai berikut:

- Menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat meminjam di *P2P Lending Syariah*.
- Menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah terhadap minat meminjam di *P2P Lending Syariah*.
- Menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat meminjam di *P2P Lending Syariah* yang dimoderasi oleh promosi.
- Menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah terhadap minat meminjam di *P2P Lending Syariah* yang dimoderasi oleh promosi.

TINJAUAN PUSTAKA

P2P Lending Syariah

P2P Lending Syariah adalah layanan keuangan yang memberikan fasilitas peminjaman kepada pihak tertentu dengan memanfaatkan sentuhan teknologi yang berlandaskan prinsip syariah. *P2P Lending Syariah* dan *P2P Lending konvensional* pada dasarnya tidak memiliki perbedaan karena keduanya berfungsi untuk menyediakan pendanaan. Perbedaan dari keduanya terdapat pada prinsip yang digunakan, dimana prinsip pada transaksi syariah adalah tidak diperbolehkannya mengandung unsur maghrib yaitu unsur maysir (judi), gharar (ketidakpastian), dan riba (Saleh, Utari, dan Wahab, 2020).

UMKM

PP Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, menyebutkan bahwa kriteria UMKM terbagi menjadi tiga bagian meliputi usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Usaha Mikro merupakan suatu usaha yang pelakunya adalah orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria tertentu. Usaha Kecil adalah usaha yang berdiri sendiri, yang pelakunya merupakan orang perorangan atau badan usaha perorangan yang bukan termasuk dari cabang atau anak usaha tertentu dengan kriteria tertentu. Usaha Menengah adalah usaha yang berdiri sendiri, yang pelakunya merupakan orang perorangan atau badan usaha perorangan, bukan termasuk anak perusahaan atau cabang perusahaan atau bagian dari usaha atau usaha besar dengan kriteria tertentu.

Persepsi Kemudahan Penggunaan

Definisi persepsi kemudahan penggunaan berdasarkan bahasanya “Ease of Use” berarti suatu ukuran keyakinan pengguna suatu teknologi tertentu bahwa dengan menggunakan suatu teknologi dapat memberikan keleluasaan untuk tidak mengeluarkan usaha lebih. Kata Ease yang berarti kemudahan menunjukkan kebebasan dari kesulitan atau usaha lebih. Persepsi kemudahan penggunaan adalah suatu anggapan individu dimana jika mereka menggunakan sistem tertentu maka akan bebas dari usaha.

Literasi Keuangan Syariah

Menurut Shobah (2017) literasi keuangan syariah adalah sebuah kesadaran masyarakat dalam mengelola dana yang dimiliki berdasarkan pengetahuan yang didapatkannya sesuai dengan syariat islam. sehingga hal tersebut dapat mengubah sikap dan tingkah laku masyarakat serta dapat menyejahterakan hidupnya.

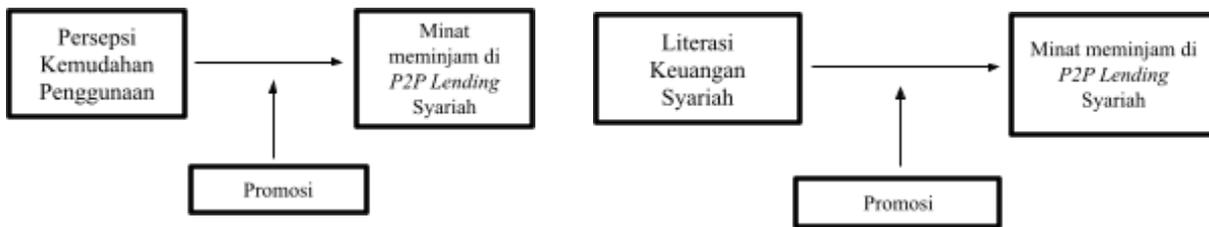
Promosi

Menurut Laksana (2019), “Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut”. Adapun alat-alat yang dapat digunakan untuk mempromosikan suatu produk dapat dilakukan dengan cara, yaitu iklan, promosi penjualan, publisitas, personal selling atau yang disebut dengan bauran promosi.

Minat

Menurut Adhi dan Wintaka (2020), minat dapat diartikan sebagai salah satu tindakan ketertarikan seseorang sebelum melakukan suatu tindakan, yang dijadikan dasar dari pengambilan keputusan. Istilah minat merupakan terminologi aspek kepribadian untuk menggambarkan adanya kemauan, dorongan (force) yang timbul dari dalam diri individu untuk memilih objek lain yang sejenis, sehingga jika seseorang menilai adanya kemudahan, manfaat, keamanan, dan kepercayaan yang dirasa dan dicapai dari penggunaan teknologi tersebut, disaat itulah akan mendatangkan minat menggunakannya lagi.

Kerangka Penelitian



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Sumber: data diolah, 2022

Hipotesis

Hipotesis yang disusun dari kerangka pemikiran yang telah dirancang antara lain sebagai berikut:

- H₁: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat melakukan pinjaman pada *P2P Lending Syariah*
- H₂: Literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat melakukan pinjaman pada *P2P Lending Syariah*
- H₃: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat melakukan pinjaman pada *P2P Lending Syariah* dengan promosi sebagai variabel moderasi.
- H₄: Literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat melakukan pinjaman pada *P2P Lending Syariah* dengan promosi sebagai variabel moderasi.

METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini sampel yang digunakan adalah pelaku UMKM di wilayah DKI Jakarta yang pernah melakukan atau sedang meminjam di *P2P Lending Syariah* dengan lama usaha 0-5 tahun sebagai responden dari kuesioner yang disebar baik kuesioner fisik maupun kuesioner elektronik. Kuesioner tersebut berisikan tentang pernyataan-pernyataan terkait persepsi kemudahan penggunaan dan literasi keuangan syariah pelaku UMKM di wilayah DKI Jakarta dan promosi yang telah dilakukan oleh perusahaan *P2P Lending Syariah*. Responden menilai dengan skala likert 1 -5 terhadap setiap pernyataan-pernyataan yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)	X1.1	0,546	0,250	VALID
	X1.2	0,488	0,250	VALID
	X1.3	0,685	0,250	VALID
	X1.4	0,639	0,250	VALID
	X1.5	0,502	0,250	VALID
	X1.6	0,523	0,250	VALID
Literasi Keuangan Syariah (X2)	X2.1	0,663	0,250	VALID
	X2.2	0,589	0,250	VALID
	X2.3	0,618	0,250	VALID
	X2.4	0,712	0,250	VALID
	X2.5	0,567	0,250	VALID
	X2.6	0,594	0,250	VALID
Promosi (Z)	Z.1	0,539	0,250	VALID
	Z.2	0,979	0,250	VALID
	Z.3	0,42	0,250	VALID
	Z.4	0,515	0,250	VALID
	Z.5	0,979	0,250	VALID
Minat (Y)	Y.1	0,460	0,250	VALID
	Y.2	0,596	0,250	VALID
	Y.3	0,362	0,250	VALID
	Y.4	0,487	0,250	VALID
	Y.5	0,452	0,250	VALID
	Y.6	0,594	0,250	VALID
	Y.7	0,427	0,250	VALID

Sumber: data diolah, 2022

Tabel 3 diatas menunjukkan hasil korelasi dari 60 item untuk variabel persepsi kemudahan penggunaan, literasi keuangan syariah, promosi, dan minat memiliki nilai lebih besar dari r tabel ($r\text{-hitung} > 0,250$). Hal ini menunjukkan item-item pertanyaan tersebut valid untuk digunakan dalam hal penyebaran kuesioner.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Standard	Keterangan
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)	0,646	0,6	RELIABEL
Literasi Keuangan Syariah (X2)	0,682	0,6	RELIABEL
Promosi (Z)	0,739	0,6	RELIABEL
Minat (Y)	0,653	0,6	RELIABEL

Sumber: data diolah, 2022

Data dari tabel 4 menunjukkan semua konstruk atau variabel memiliki Cronbach Alpha > 0,60 atau dapat dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 5. Hasil Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,06422527
Most Extreme Differences	Absolute	0,069
	Positive	0,069
	Negative	-0,067
Test Statistic		0,069
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200 ^{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: Output SPSS versi 26

Berdasarkan tabel hasil Uji Kolmogorov Smirnov tersebut diketahui bahwa nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,200 yang berarti memenuhi syarat pengambilan keputusan bahwa data berdistribusi normal karena nilai signifikansi sebesar $0,200 > 0,05$.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ²				
Model		Collinearity Statistics		
		B	Tolerance	VIF
1	(Constant)	10,752		

	Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,396	0,923	1,083
	Literasi Keuangan Syariah	0,243	0,880	1,136
	Promosi	0.004	0,938	1,066
a. Dependent Variable: Minat				

Sumber: *Output SPSS versi 26*

Berdasarkan tabel tersebut terlihat bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan, literasi keuangan syariah dan promosi menunjukkan nilai *tolerance* bernilai lebih dari 0,100, dan nilai *Variance Inflating Factor* (VIF) bernilai kurang dari 10,00. Maka kesimpulannya tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam penelitian ini.

3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 7. Hasil Uji Gletser

Model		t	SIg
1	(Constant)	-0,48 2	0,632
	Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)	3,100	0,080
	Literasi Keuangan Syariah (X2)	-0,25 0	.0,80 3
	Promosi (Z)	-0,81 4	0,419
Dependent Variable: abs_res			

Sumber: *Output SPSS versi 26*

Berdasarkan tabel 7 dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflating Factor* (VIF) yang diperoleh dari ketiga variabel yaitu memenuhi kriteria maka dapat disimpulkan bahwa pada pengujian ini tidak terdapat gejala multikolinearitas dan dapat dilakukan pengujian selanjutnya.

Uji Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Tabel 8. Hasil Uji t

Model		t	SIg
1	(Constant)	3,664	0,001
	Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)	3,558	0,001
	Literasi Keuangan Syariah (X2)	2,306	0,025
Dependent Variable: Minat			

Sumber: *Output SPSS versi 26*

- Hipotesis 1

Berdasarkan signifikansi yang diperoleh pada variabel persepsi kemudahan penggunaan yaitu sebesar 0,001 dan nilai t hitung yang diperoleh yaitu 3,558. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel persepsi kemudahan penggunaan lebih kecil dari 0,05 atau 0,001 <

0,05 dan nilai t hitung variabel persepsi kemudahan penggunaan lebih besar dari t tabel atau $3,558 > 2,00247$. Dengan demikian kesimpulan yang didapatkan yaitu H_1 diterima, dengan penjelasan bahwa persepsi kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh terhadap minat meminjam di *P2P Lending Syariah*.

- Hipotesis 2

Berdasarkan signifikansi yang diperoleh pada variabel literasi keuangan syariah yaitu sebesar 0,025 dan nilai t hitung yang diperoleh yaitu 2,306. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel literasi keuangan syariah lebih kecil dari 0,05 atau $0,025 < 0,05$ dan nilai t hitung variabel literasi keuangan syariah lebih besar dari t tabel atau $2,306 > 2,00247$. Dengan demikian kesimpulan yang didapatkan yaitu H_2 diterima, dengan penjelasan bahwa literasi keuangan syariah secara parsial berpengaruh terhadap minat meminjam di *P2P Lending Syariah*.

2. Moderated Regression Analysis (MRA)

Tabel 9. Hasil Uji *Moderated Regression Analysis*

Model		t	SIg
1	(Constant)	1,937	0,058
	Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)	0,865	0,001
	Literasi Keuangan Syariah (X2)	2,310	0,025
	Promosi (Z)	2,327	0,024
	X1_Z	-0,465	0,644
	X2_Z	2,097	0,041
Dependent Variable: Minat			

Sumber: *Output SPSS* versi 26

- Hipotesis 3

Pada tabel 9 diperoleh nilai signifikansi uji t variabel promosi sebesar $0.024 < 0,05$, hasil ini menunjukkan bahwa variabel promosi memiliki nilai signifikan. Kemudian, pada regresi dengan interaksi (X1_Z) diperoleh signifikansi interaksi sebesar $0.644 > 0.05$, hasil ini menunjukkan bahwa uji interaksi tidak dapat pengaruh signifikan. Karena b2 (variabel promosi) signifikan dan b3 (variabel persepsi kemudahan penggunaan) tidak signifikan, maka penggunaan variabel promosi pada hipotesis ini termasuk dalam kategori prediktor, yang artinya bahwa variabel promosi bukan sebagai variabel moderasi, namun hanya sebagai variabel penjelas atau prediktor.

Berdasarkan hasil uji interaksi pada tabel 9 menunjukkan bahwa variabel moderasi $X1*Z$ mempunyai nilai t hitung sebesar $0.465 < \text{nilai t tabel sebesar } 2.00404$ dengan tingkat signifikansi $0.644 > 0.05$ maka H_3 ditolak. Maka dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi tidak memoderasi hubungan variabel persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat meminjam di *P2P Lending Syariah*.

- Hipotesis 4

Pada regresi dengan interaksi (X2_Z) diperoleh signifikansi interaksi sebesar $0.041 < 0.05$, hasil ini menunjukkan bahwa uji interaksi terdapat pengaruh signifikan. Karena b2 (variabel promosi) signifikan dan b3 (literasi keuangan syariah) signifikan, maka penggunaan variabel promosi termasuk dalam kategori quasi moderasi, yang artinya bahwa variabel promosi memang merupakan variabel moderasi.

Berdasarkan hasil uji interaksi pada tabel 9 menunjukkan bahwa variabel moderasi X2*Z mempunyai nilai t hitung sebesar $2.097 >$ nilai t tabel sebesar 2.00404 dengan tingkat signifikansi 0.041 yang lebih kecil dari 0.05 maka H4 diterima. Maka dalam penelitian ini menunjukkan bahwa promosi merupakan variabel yang mampu memoderasi hubungan variabel literasi keuangan syariah terhadap minat meminjam di *P2P Lending* Syariah secara signifikan.

KESIMPULAN

Berdasarkan pada data yang telah dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan dengan menggunakan metode *Moderated Regression Analysis* (MRA) atau uji interaksi, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Hasil penelitian yaitu terdapat pengaruh positif variabel persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat pelaku UMKM di DKI Jakarta dalam melakukan pinjaman di *P2P Lending* Syariah. Artinya, semakin tinggi nilai persepsi kemudahan penggunaan aplikasi *P2P Lending* Syariah maka akan semakin tinggi pula minat pelaku UMKM di wilayah DKI Jakarta melakukan pinjaman di *P2P Lending* Syariah.
- Hasil penelitian yaitu terdapat pengaruh positif variabel literasi keuangan syariah terhadap minat pelaku UMKM di DKI Jakarta dalam melakukan pinjaman di *P2P Lending* Syariah. Artinya, semakin tinggi nilai literasi keuangan syariah pelaku UMKM maka akan semakin tinggi pula minat pelaku UMKM di wilayah DKI Jakarta melakukan pinjaman di *P2P Lending* Syariah.
- Hasil penelitian yaitu promosi tidak memoderasi hubungan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat pelaku UMKM di DKI Jakarta dalam melakukan pinjaman di *P2P Lending* Syariah. Hal ini membuktikan bahwa dalam hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat meminjam di *P2P Lending* Syariah tidak diperkuat ataupun diperlemah akan hadirnya promosi. Artinya, persepsi kemudahan penggunaan tidak didapat dari promosi yang dilakukan perusahaan *P2P Lending* Syariah melainkan melalui persepsi langsung dari pelaku UMKM yang menggunakan aplikasi *P2P Lending* Syariah. Penjelasan tersebut telah menjawab tujuan penelitian ketiga yaitu promosi tidak memoderasi pengaruh dari persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat meminjam di *P2P Lending* Syariah oleh pelaku UMKM di DKI Jakarta.
- Hasil penelitian yaitu promosi memoderasi hubungan antara literasi keuangan syariah terhadap minat pelaku UMKM di DKI Jakarta dalam melakukan pinjaman di *P2P Lending* Syariah. Hal ini membuktikan bahwa dalam hubungan antara literasi keuangan syariah terhadap minat meminjam di *P2P Lending* Syariah dapat turut berpengaruh. Artinya, semakin tinggi nilai promosi yang mengandung wawasan mengenai keuangan syariah maka akan

semakin tinggi pula minat pelaku UMKM di wilayah DKI Jakarta melakukan pinjaman di *P2P Lending Syariah*. Penjelasan tersebut telah menjawab tujuan penelitian keempat yaitu promosi memoderasi pengaruh dari literasi keuangan syariah terhadap minat meminjam di *P2P Lending Syariah* oleh pelaku UMKM di DKI Jakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Daftar 10 Fintech Peer to Peer (P2P) Lending Syariah Resmi Berizin OJK dan Anggota AFPI, <https://www.ojk.co.id/> diakses 23 Maret 2022
- Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 117/DSN-MUI/II/2018. *Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi*.
- Finansial Bisnis. Jangan Salah Ini Daftar 10 Fintech P2P Lending Syariah Resmi Berizin OJK dan Anggota AFPI. finansial.bisnis.com. Diakses 29 April 2022
- Haroen, Nasrun. 2013. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama.
- Hermawan, Agus. 2013. *Promosi dalam Prioritas Kegiatan Pemasaran*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Mardani. 2012. *Fiqh Ekonomi Syariah*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Oktavi. 2017. *Pengaruh Promosi dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Penggunaan Handphone di UMM Malang*. Malang.
- Otoritas Jasa Keuangan. *Data dan Statistik Direktori Fintech*. www.ojk.go.id (Diakses 25/04/2022).
- Otoritas Jasa Keuangan. Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia 2016 (SNLKI). <http://www.ojk.go.id/> (Diakses 16/07/2022).
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 77/POJK.01/2016/SAL-POJK *Fintech*. www.ojk.go.id. Diakses 25 April 2022.
- Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat
- Remund, David L. 2010. *Financial Literacy Explicated: The Case for a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy*. The Journal of Consumer Affairs.
- Rizal, Muhamad dkk. 2018. *Fintech As One Of The Financing Solutions For SMEs*. Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan, Vol.3, No. 2, hal.89-100
- Sandu Siyoto dan M. Ali Sidik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Shobah, Nurus. 2017. *Analisis Literasi Keuangan Syariah Terhadap Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Sebagai Upaya Meningkatkan Sharia Financial Inclusion (Studi pada Mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Sunan Ampel Surabaya)*. Universitas Islam negeri Sunan Ampel Surabaya
- Siregar, A. E. 2016. *Financial Technology Tren Bisnis Keuangan Ke Depan*. infobanknews.com. Diakses 22 Januari 2022.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- The Association of Chartered Certified Accountants (ACCA). 2013. *The Bussiness Benefits Of Sustainability Reporting in Singapore*. Singapore.

Pengaruh Halal Awareness dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian pada *E-commerce* Tokopedia di Indonesia

Ananda Nabilah Aprilliani¹⁾, Nurul Hasanah²⁾

¹⁾Politeknik Negeri Jakarta, ananda.nabilahaprilliani.ak18@mhs.w.pnj.ac.id, Depok, 16425, Kota Depok, Indonesia

²⁾Politeknik Negeri Jakarta, nurul.hasanah@akuntansi.pnj.ac.id, Depok, 16425, Kota Depok, Indonesia

ABSTRACT

One of the biggest factors supporting the growth of the sharia economy in Indonesia is the country's majority-Muslim population. One way to assist this movement is by making halal product purchases online. One of Indonesia's online retailers, Tokopedia, offers a specific category of halal goods under the name Tokopedia Salam (Halal Corner). This study intends to examine how halal product labeling and consumer awareness of halal issues affect buying behavior on Tokopedia's online marketplace. The basic data used in this study were gathered by using multiple linear regression techniques to distribute questionnaires to 100 respondents in the DKI Jakarta area. Halal awareness and halal labeling are proven to positively correlate with purchasing decisions based on the research authors, but only halal labels have a significant effect. The results of this study are expected to be able to provide information and input for e-commerce Tokopedia to provide information about knowledge about halal awareness to consumers.

Keywords: *Purchase decision; halal awareness; halal label; Tokopedia e-commerce ; halal certification.*

ABSTRAK

Indonesia sebagai negara yang mayoritas beragama Islam menjadi salah satu potensi terbesar yang mendukung peningkatan pergerakan ekonomi syariah di Indonesia, dengan salah satu bentuk kontribusi melalui kegiatan belanja produk-produk halal di *e-commerce*. Tokopedia menjadi salah satu *e-commerce* Indonesia yang menghadirkan segmen khusus produk halal bernama Tokopedia Salam (*Halal Corner*). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh halal awareness dan label halal produk terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Tokopedia. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden daerah DKI Jakarta dengan metode regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa *halal awareness* dan label halal memiliki korelasi positif terhadap keputusan pembelian, namun hanya label halal yang memiliki pengaruh signifikan. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi serta masukan bagi *e-commerce* Tokopedia untuk memberikan informasi pengetahuan seputar halal awareness kepada konsumen.

Kata kunci: Keputusan pembelian; halal awareness; label halal; *e-commerce* Tokopedia; sertifikasi halal.

Coresponding author. E-mail: ananda.nabilahaprilliani.ak18@mhs.wpnj.ac.id

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Era digital telah merambah ke seluruh negara di dunia tidak terkecuali Indonesia. Semua yang dilakukan secara manual kini dilakukan secara digital seiring dengan berkembangnya teknologi. Hal ini tidak dipungkiri membawa banyak perubahan khususnya pada gaya hidup dan perilaku pembelian konsumen. Dalam penelitian Dendy Ansari dan Dita Amanah (2018) menyatakan bahwa era globalisasi banyak kemudahan-kemudahan yang diberikan termasuk dalam proses transaksi jual-beli yang dilakukan melalui internet atau yang lebih dikenal sebagai transaksi belanja online. Melihat perkembangan teknologi yang maju secara pesat hal tersebut juga berdampak terhadap perekonomian dunia maupun nasional. Bukan hanya ekonomi secara konvensional saja yang mengalami perkembangan tetapi ekonomi syariah juga mengalami perkembangan yang sama.

Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduk muslim bisa dipastikan memiliki potensi untuk menjadikan produk halal menjadi pendukung peningkatan ekonomi syariah di Indonesia saat ini. Oleh karena itu, dalam meningkatkan suatu perekonomian perlu dilakukan kegiatan ekonomi yang diikuti oleh perubahan dalam struktur dan corak kegiatan ekonomi. Hal tersebut sejalan dengan aksi pemerintah Indonesia yang secara aktif mengembangkan ekonomi di Indonesia khususnya ekonomi syariah, yang ditandai dengan upaya pemerintah menggalakan pertumbuhan industri, dimulai dari sektor keuangan dan berlanjut pada pengembangan sektor riil.

Ekonomi syariah Indonesia memiliki strategi perkembangan utama yang sudah tertulis dalam Masterplan Ekonomi Syariah 2019-2024 sebagai upaya mengembangkan ekonomi syariah di Indonesia. Salah satu bentuk penguatan program syariah di Indonesia yaitu dapat dilakukan penguatan pada sektor ekonomi digital, yang saat ini sebagian besar masyarakat Indonesia lebih banyak bertransaksi melalui *e-commerce* atau online marketplace yang sudah menjadi gaya hidup serta kebutuhan sebagian besar masyarakat.

Masyarakat di kota-kota besar kini menjadikan *e-commerce* sebagai bagian dari gaya hidup mereka. Perilaku konsumtif dari puluhan juta orang kelas menengah di Indonesia menjadi alasan mengapa *e-commerce* di Indonesia akan terus berkembang. *E-commerce* berkembang semakin pesat setelah jaringan internet digunakan untuk kegiatan bisnis. Oleh karenanya, dengan besarnya keunggulan *e-commerce* dibanding dengan transaksi konvensional membuat *e-commerce* menjadi sebuah gaya hidup baru. Tren belanja secara online mulai diminati karena proses keputusan belanja online tidak rumit dengan proses keputusan secara offline (Royani, 2014).

Pengguna online marketplace semakin meningkat seiring berkembangnya teknologi. Tokopedia menjadi salah satu marketplace yang paling banyak dikunjungi dengan menempati peringkat pertama sebagai *e-commerce* yang paling banyak dikunjungi di Indonesia (Statista, 2021). Sebagai salah satu perusahaan unicorn terbesar di Indonesia, Tokopedia berinisiatif untuk mengembangkan aplikasi dengan menambahkan fitur syariah yaitu Tokopedia Salam. Program ekonomi syariah ini terfokus agar masyarakat dapat lebih mudah menemukan beragam

kebutuhan produk-produk halal seperti makanan & minuman, fashion & kecantikan serta perlengkapan ibadah.

Konsep produk halal kini mulai banyak didiskusikan dan dianggap dapat dijadikan standar untuk sebuah produk. Tidak hanya konsumen Muslim, dari kalangan konsumen beragama lain pun mulai menjadikan produk halal sebagai standar untuk produk yang mereka konsumsi. Produk halal dijadikan sebagai acuan atau standar untuk jaminan kualitas, kebersihan, kesehatan, dan keselamatan dari apa yang para konsumen konsumsi (Pramintasari & Fatmawati, 2017).

Di dalam Al-Qur'an terdapat petunjuk agar umat muslim mengkonsumsi atau membeli produk halal dan menghindarkan diri dari produk yang haram. Menurut ayat al-qur'an surah Al-Baqarah: 168

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya: Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu. Berdasarkan ayat dan arti diatas dapat kita simpulkan bahwa, dianjurkan sebagai umat muslim untuk mengkonsumsi suatu produk yang halal. Produk yang dikatakan halal bukan berarti produk yang berlabel halal saja tetapi halal dalam proses pembuatan dan penempatannya juga.

Konsep produk halal sudah diimplementasikan juga pada *e-commerce* dimana salah satunya dengan diluncurkannya fitur Tokopedia Salam. Dengan diluncurkannya fitur Tokopedia Salam dapat diharapkan adanya peningkatan yang signifikan dalam transaksi di Tokopedia yaitu dengan menjual berbagai produk yang berlabel dan terjamin halal serta proses transaksi yang aman dan juga tidak mengandung unsur riba. Akan tetapi faktanya masih banyak konsumen yang belum mengetahui tentang adanya fitur Tokopedia Salam pada aplikasi *e-commerce* Tokopedia. Hal ini diduga masyarakat bahkan kalangan konsumen muslim Tokopedia belum seluruhnya mengetahui fitur yang diproyeksikan ramah akan konsumen muslim, tentunya apabila fitur ini berkembang akan turut menyumbang potensi yang besar bagi kemajuan pasar *e-commerce* syariah di Indonesia dengan berbagai produk-produk halal yang diperjualbelikan.

Konsumen muslim dituntut selektif dalam memilih produk untuk dikonsumsi. Selain itu, saat ini konsumen muslim menjadi lebih sadar tentang produk-produk yang halal dari proses manufaktur awal hingga akhir. Membeli produk yang halal adalah hal yang utama bagi umat muslim, sehingga para penjual di Indonesia yang sebagian besar penduduknya beragama Islam sangat perlu memperhatikan kehalalan produk yang dijual kepada para konsumen muslim (Prastiwi & Auliya, 2016). Namun, pada kenyataannya masih banyak masyarakat membeli produk dengan pola berpikir bahwa produk haram hanyalah yang bahan utamanya menggunakan bahan yang haram saja, tanpa berpikir lebih luas lagi bahwa masih ada hal lain yang dapat mempengaruhi kehalalan sebuah produk seperti cara mengolah, produk tambahan yang digunakan, cara mendistribusikan serta cara penyimpanan dapat mempengaruhi kehalalan sebuah produk (Aulia, 2018).

Masyarakat Indonesia yang terlihat cenderung konsumtif sehingga lebih mendahulukan keinginan dibandingkan dengan kebutuhan. Maka dari itu dilihat dari segi secara keagamaan apa yang dilakukan belum menjadikan agama sebagai way of life. Berdasarkan masalah yang ada penulis mencoba untuk menguji tingkat halal awareness serta label halal dalam keputusan masyarakat Indonesia membeli sebuah produk, karena yang dikatakan sebelumnya bahwa masyarakat Indonesia secara keagamaan belum menjadikan agama sebagai way of life (Nasrullah, 2015).

Label halal dalam kemasan produk tentunya menjadi peranan yang sangat penting. Pada Maret 2022, logo halal Indonesia terbaru yang dikeluarkan Kementerian Agama (Kemenag) menuai pro dan kontra di tengah masyarakat. Pembuatan logo baru ini merujuk Undang-Undang nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) dan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 39 tahun 2021 tentang Penyelenggara Bidang JPH. Namun, desain logo tersebut mendapat beberapa kritik dari masyarakat. Wakil ketua MUI Anwar Abbas mengatakan bahwa label halal baru yang dikeluarkan oleh Kementerian Agama lebih mengedepankan artistik daripada menonjolkan kata halal dalam bahasa arab (CNN Indonesia, 2022). Hal ini juga menjadi salah satu bentuk halal awareness suatu konsumen dalam memutuskan pembelian sebuah produk.

Dalam penelitian sebelumnya tentang halal awareness terhadap keputusan pembelian dapat ditarik kesimpulannya bahwa hasil pengujian pengaruh pengetahuan produk halal, religiositas dan halal awareness terhadap keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Aulia, 2018). Dalam penelitian yang dilakukan Wisnu et.al. (2020), menyatakan bahwa label halal memengaruhi keputusan pembelian melalui kesadaran halal. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan Nicky (2019), menyatakan bahwa label halal tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk. Artinya, ada atau tidaknya label halal, konsumen tetap membeli produk tersebut.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis melihat beberapa fenomena yang terjadi mengenai keputusan pembelian konsumen muslim untuk berbelanja di *e-commerce* khususnya *e-commerce* Tokopedia. Dengan demikian maka penulis akan meneliti: “Pengaruh Halal Awareness dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-commerce* Tokopedia di Indonesia”.

Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang, maka pertanyaan penelitian pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh *halal awareness* terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Tokopedia?
2. Bagaimana pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Tokopedia?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh *halal awareness* terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Tokopedia.
2. Untuk menganalisis pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Tokopedia.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Halal Awareness

Halal awareness atau kesadaran diartikan sebagai keadaan atau cara untuk mengetahui suatu produk sebelum membeli dan mengonsumsinya (Farlina, Shafii, & Shahwan, 2015). Menurut Ahmad et.al., (2013) kesadaran halal diketahui berdasarkan mengerti tidaknya seorang muslim tentang apa itu halal, mengetahui proses penyembelihan yang benar, dan memprioritaskan

makanan halal untuk mereka konsumsi. Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kesadaran halal adalah suatu pengetahuan muslim tentang konsep halal, proses halal, dan menganggap bahwa mengkonsumsi makanan halal merupakan hal yang penting bagi dirinya. Menurut Ambali & Bakar (2014) dimensi variabel *halal awareness* yang dikembangkan adalah *exposure to halal, religious belief, health reason of halal, role of halal certification via logo/label*.

Labelisasi Halal

Labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk hala. Labelisasi halal dapat menjadi jaminan bahwa suatu produk telah halal dan adanya kepastian hukum terhadap kehalalan suatu produk yang dibuktikan dengan sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dan diberi labelisasi halal. Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 dan Bayu (2015:3) tentang label dan iklan pangan, indikator label halal adalah Tulisan, merupakan hasil dari penulis yang diharapkan bisa untuk dibaca, Kombinasi gambar dan tulisan, merupakan gabungan antara hasil gambar dan tulisan yang dijadikan menjadi satu bagian, dan Menempel pada kemasan, dapat diartikan sebagai suatu yang melekat (dengan sengaja atau tidak sengaja) pada kemasan (pelindung suatu produk).

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah tahap setelah adanya niat atau keinginan membeli (Prihanti, 2019). Pengambilan keputusan konsumen merupakan sebuah proses integrasi yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu di antaranya. Dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa keputusan pembelian salah satu bentuk perilaku konsumen di dalam menggunakan suatu produk. Dalam menggunakan suatu produk untuk mengambil sebuah keputusan pembelian, konsumen akan melalui proses yang merupakan gambaran dari perilaku konsumen menganalisis berbagai macam pilihan untuk mengambil keputusan dalam melakukan pembelian. Menurut Kotler dan Keller (2016) indikator keputusan pembelian terdiri dari proses membeli menyadari adanya masalah kebutuhan (need recognition), kemantapan pada sebuah produk (belief in product), dan kebiasaan dalam membeli produk.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Dengan menggunakan metode tersebut, penelitian yang akan dilakukan adalah untuk membuktikan hipotesis antar variabel independen *Halal Awareness* (X1) dan Label Halal (X2) terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian (Y) pada *e-commerce* Tokopedia. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Dalam penelitian ini karena peneliti ingin mengetahui pengaruh *halal awareness* dan label halal terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Tokopedia, maka yang dipilih sebagai responden adalah para konsumen yang paling tidak sering melakukan transaksi online khususnya *e-commerce* Tokopedia. Populasi yang digunakan oleh peneliti yaitu masyarakat DKI Jakarta. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan metode kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi linear.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji kelayakan item-item kuesioner penelitian yang akan dibagikan kepada 100 responden masyarakat DKI Jakarta. Kriteria pengujian dari kuesioner adalah jika $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Berdasarkan hasil uji validitas, semua item pertanyaan dalam kuesioner memiliki $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa semua item pertanyaan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui kestabilan ukuran dan konsistensi responden dalam menjawab kuesioner bila dilakukan pengujian berulang kali. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memiliki Cronbach's Alpha $> 0,70$. Berdasarkan hasil uji reliabilitas, diperoleh Cronbach's Alpha dari masing-masing variabel bernilai lebih dari 0,70. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa setiap item dari tiap variabel dinyatakan reliabel.

Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah suatu variabel independen dan dependen berdistribusi dengan normal atau tidak. Penelitian ini dilakukan dengan uji *one sample kolmogrov-smirnov* dengan taraf signifikansinya 0,05, maka dapat dikatakan berdistribusi dengan normal apabila signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05. Berdasarkan hasil uji normalitas diperoleh nilai signifikansi (*Exact. Sig. (2-tailed)*) sebesar $0.190 > 0.050$, dimana jika nilai signifikansi lebih besar dari taraf signifikansi (0.050) maka data berdistribusi normal. Maka dari itu terbukti bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi secara normal dan teknik analisis regresi dapat digunakan.

Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi antar variabel bebas. Uji multikolonieritas pada model regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan nilai *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* $> 0,1$ dan $VIF < 10$, maka dapat dikatakan tidak terdapat multikolonieritas. Berdasarkan hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* dari variabel *halal awareness* dan label halal sebesar 0,556 yang menunjukkan bahwa kedua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan bebas dari gejala multikolinearitas. Hal ini dikarenakan nilai *tolerance* $> 0,1$ dan atau nilai $VIF < 10$.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada suatu periode pengamatan ke periode pengamatan lainnya. Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji *glejser*, diperoleh nilai signifikansi variabel *halal awareness* dan label halal sebesar 0.673 dan 0.351. Hasil ini menunjukkan bahwa penelitian ini sudah memenuhi syarat tidak terjadinya heterokedastisitas yaitu nilai signifikansi > 0.05 .

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil penelitian terhadap uji asumsi klasik di atas dapat disimpulkan bahwa data atau model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak memiliki masalah dalam normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Dapat disimpulkan bahwa penelitian menggunakan uji regresi linear berganda dapat dilakukan untuk penelitian ini. Tabel berikut ini merupakan hasil uji regresi linear dalam penelitian ini:

Tabel 1. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4.763	2.733		-1.743	.085
	Halal Awareness	.264	.150	.187	1.753	.083
	Label Halal	.660	.147	.479	4.487	.000

Sumber: Data Diolah SPSS (2022)

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda pada Tabel 1 diatas menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -4,763 + 0,264x_1 + 0,660x_2$$

$$\text{Keputusan pembelian} = -4,763 + 0,264 \text{ halal awareness} + 0,660 \text{ Label Halal}$$

Berdasarkan hasil uji regresi di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

- Nilai konstan pada hasil uji regresi adalah -4,763. Artinya, apabila variabel *halal awareness* dan label halal bernilai 0, maka keputusan pembelian pada *e-commerce* Tokopedia akan bernilai negatif. Dengan demikian apabila nilai variabel *halal awareness* dan label halal bertambah 1 satuan maka nilai variabel keputusan pembelian akan turun sebesar -4,763 dan begitu pun sebaliknya.
- Variabel *halal awareness* (X_1) memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,264. Artinya, dengan meningkatnya variabel *halal awareness* (X_1) sebanyak 1 satuan maka akan meningkatkan variabel keputusan pembelian (Y) sebanyak 26,4 satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap.
- Variabel label halal (X_2) memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,660. Artinya, dengan meningkatnya variabel label halal (X_2) sebanyak 1 satuan maka akan meningkatkan variabel keputusan pembelian (Y) sebanyak 66 satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap.

Hasil Uji Hipotesis

Uji t (parsial) digunakan untuk menguji tingkat signifikan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara individu. Berikut hasil uji t (Parsial) penelitian ini:

Tabel 2. Tabel Uji T (Parsial)

Variabel	t Hitung	Sig.	t Tabel	Keterangan
<i>Halal Awareness</i> (X ₁)	1,753	.083	1,985	Berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian(Y)
Label Halal(X ₂)	4,487	.000	1,985	Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Data Diolah SPSS (2022)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa:

- 1) Nilai t hitung variabel Halal Awareness (X₁) sebesar 1,753 < nilai t tabel 1,985 dengan nilai signifikan 0,083 > 0,05. Hal ini berarti H₀ diterima dan H₁ ditolak, maka *halal awareness* (X₁) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Tokopedia (Y).
- 2) Nilai t hitung variabel Label Halal (X₂) sebesar 4,487 > nilai t tabel 1,985 dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05. Hal ini berarti H₀ ditolak dan H₂ diterima, maka Label Halal (X₂) memiliki peran signifikan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Tokopedia (Y).

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan atau mempengaruhi variasi variabel dependen/terikat. Dibawah ini adalah tabel koefisien determinasi yang dihasilkan dalam penelitian ini:

Tabel 3. Koefisien Determinasi

Mode l	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.620 ^a	.384	.372	2.69305

Sumber: Data Diolah SPSS (2022)

Berdasarkan tabel di atas, nilai R Square adalah sebesar 0,384 atau 38,4. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *halal awareness* dan label halal memiliki pengaruh sebesar 38,4% dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Sedangkan sisanya sebesar 61,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Pembahasan

1. Analisis Pengaruh *Halal Awareness* terhadap Keputusan Pembelian pada *E-commerce* Tokopedia

Halal awareness tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* tokopedia di Indonesia. Hal ini dikarenakan, sebagian besar responden belum mengerti tentang konsep halal pada suatu produk itu bagaimana dan aspek apa saja yang menjadi unsur suatu produk dikatakan halal. Rendahnya tingkat kesadaran halal seseorang juga disebabkan oleh rendahnya tingkat religiusitas responden, sehingga *halal awareness* tidak menjadi pertimbangan masyarakat dalam membeli suatu produk. Hasil

penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Aspan et al., (2017) yang menyatakan bahwa kesadaran halal tidak mempengaruhi keputusan pembelian secara signifikan. Hal ini mencerminkan bahwa responden belum memiliki pengetahuan yang luas tentang Islam dan menjadikan responden bijak dalam memilih produk yang halal. Responden tidak terlalu berpikir bahwa memiliki kesadaran halal penting dalam menentukan keputusan pembelian dari sebuah produk. Produk yang halal tidak hanya dilihat dari label nya saja tetapi kita juga harus memiliki kesadaran halal tentang bagaimana produk tersebut di proses apakah sudah sesuai dengan syariat islam atau belum.

2. Analisis Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-commerce* Tokopedia

Label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* tokopedia di Indonesia. Hal tersebut membuktikan bahwa keberadaan labelisasi halal pada suatu produk memberikan nilai positif yang memiliki peluang besar dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Dengan demikian adanya label halal pada suatu produk secara langsung dapat memberikan informasi akan kualitas dan mutu suatu produk sehingga menjadi pertimbangan konsumen dalam proses keputusan membeli suatu produk. Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian terdahulu oleh Era, et.al, (2018) yang menyatakan bahwa keberadaan label halal pada produk memberikan nilai positif yang memiliki peluang besar dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Minat beli diambil dari persepsi terlebih dahulu di mana orang akan memilih, mengatur dan mempertimbangkan produk-produk yang akan dikonsumsi. Setelah adanya persepsi tersebut maka timbullah keyakinan dan sikap masyarakat dengan adanya label halal. Pada akhirnya keyakinan dan sikap tersebut mempengaruhi pembelian masyarakat. Oleh karenanya, keyakinan dan sikap mempengaruhi perilaku pembelian individu dan sesuai dengan etika konsumsi dalam Islam yang selalu merujuk kepada dasar halalan thayyiban.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan untuk menganalisis pengaruh *halal awareness* dan label halal terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* tokopedia di Indonesia dengan menggunakan metode uji analisis regresi linear berganda, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji analisis regresi linear berganda untuk hipotesis pertama menunjukkan bahwa *halal awareness* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Hasil uji hipotesis analisis regresi linear berganda untuk hipotesis kedua menunjukkan bahwa label halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

Ambali AR, BakarAN.(2014). People's Awareness on Halal Foods and Products: Potential Issues for Policy-Makers. *Procedia -Social and Behavioral Sciences*.121:3 –25.

- Ambali, A.R. and Bakar, A.N. (2013). Halāl food and products in Malaysia: People's awareness and policy implications, *Intellectual Discourse*, vol. 21, no. 1.
- Aspan, M., Lubis, S., & Erdawati. (2017). Religiosity Moderation on The Effect of Sharia Label Equity In Decision of Selecting Sharia Bank Mandiri Product in West Pasaman. *Journal of Social and Economics Research*, 72-84.
- Aulia, S. G. B. et al. (2018). Perilaku Konsumsi Fast Food Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Syiah Kuala Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian Unsyiah*, 3(1), 130–139.
- Dedy Ansari, dan Era, Dita. (2018), Prilaku Belanja Online Di Indonesia; Studi Kasus, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol 9, No 2
- Farlina., Zurina Shafii., & Syahidawati Shahwan. (2015). Awareness and Perception of Muslim Consumers on Halal Cosmetics and Personal Care Products. *International Journal of Business, Economics and Management*, 2(1), 1-2.
- Kotler, P dan K.L Keller (2016) . *Manajemen pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga. Jakarta
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Pramintasari, T. R., & Fatmawati, I. (2017). Pengaruh Keyakinan Religius, Peram Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Produk Makanan Halal. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 1-33
- Premi, wahyuni widyaningrum. (2019). Pengaruh label halal, kesadaran halal, iklan dan celebrity endorser terhadap minat pembelian kosmetik melalui variabel persepsi sebagai mediasi, *jurnal ekonomi dan manajemen*, vol. 2, nomor 2.
- Wisnu, Hendri Hermawan, Wikan Isthika dan Mila Sartika. (2020). Persepsi Label Halal Bagi Remaja Sebagai Indikator Dalam Keputusan Pembelian Produk: As a Qualitative Research. *Perisai; Islamic Banking and Finance Journal*. Vol. 1 No. 3

Peran Digital Fundraising Terhadap Peningkatan Jumlah Muzakki (Studi Kasus Pada Dompot Dhuafa)

Amanda Salsabilah Dythia¹⁾, Dede Abdul Fatah²⁾

amanda.salsabilahdythia.ak18@mhs.pnj.ac.id, dede.abdulfatah@akuntansi.pnj.ac.id

Politeknik Negeri Jakarta,
Jl. Prof. Dr. G. A Siwabessy, 16425, Depok, Jawa Barat, Indonesia

ABSTRACT

This study aims to describe the implementation, effectiveness and increase in the number of muzakki with digital fundraising in the Dompot Dhuafa Zakat Management Organization. The method used in this research is qualitative with triangulation data analysis method: data collection, data presentation and conclusion drawing to obtain answers to research questions. The data used are primary data from interviews, observations and documentation. The results obtained indicate that the digital fundraising system succeeded in increasing the number of muzakki in 2018 and 2019. However, there was a decrease in the following years, namely 2020 and 2021. On the other hand, the digital fundraising system greatly facilitated Dompot Dhuafa in collecting donation confirmation data and eased admin work. staff.

Keywords: Zakat, Role, Digital Fundraising.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan implementasi, efektivitas dan peningkatan jumlah muzakki dengan adanya digital *fundraising* di Organisasi Pengelola Zakat Dompot Dhuafa. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah kualitatif dengan metode analisis data Triangulasi: pengumpulan data, penyajian data dan penarikan kesimpulan untuk memperoleh jawaban atas pertanyaan penelitian. Data yang digunakan merupakan data primer hasil dari wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian yang didapat menunjukkan bahwa sistem digital *fundraising* berhasil menaikkan jumlah muzakki pada tahun 2018 dan 2019. Namun, terdapat penurunan pada tahun berikutnya yaitu tahun 2020 dan 2021. Di sisi lain sistem digital *fundraising* sangat memudahkan Dompot Dhuafa dalam pendataan konfirmasi donasi dan meringankan pekerjaan admin staf.

Kata-Kata Kunci: Zakat, Peran, Digital Fundraising.

¹Corresponding author. E-mail: amanda.salsabilahdythia.ak18@mhs.pnj.ac.id

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada era ini telah muncul berbagai teknologi yang mendorong setiap masyarakat untuk menggunakan layanan internet. Di Indonesia sendiri sudah menerapkan berbagai kegiatan kantor tanpa harus terjun secara langsung. Kegiatan yang dulunya menggunakan sistem konvensional harus bertemu secara langsung kini dengan mudah melakukan lewat internet seperti pembelajaran melalui online, melakukan rapat online, belanja secara online dan dapat dengan cepat menerima informasi melalui teknologi digital. Kegiatan tersebut sudah merupakan hal yang wajar di era sekarang melalui teknologi digital.

Perkembangan teknologi digital dapat dengan mudah dipahami oleh masyarakat. Pada dasarnya arus perkembangan teknologi akan menentukan dinamika hidup manusia saat ini dan manusia akan mengikuti alur dinamika tersebut. Menurut laporan *We Are Social*, terdapat 204,7 juta pengguna internet di Tanah air per Januari 2022. Jaringan ini harus dimanfaatkan demi menjangkau akses-akses terkecil dan belum terlihat efisiensi waktu untuk penjualan suatu produk atau pelayanan sebuah jasa, salah satunya adalah pengumpulan zakat. Sistem pengumpulan dana zakat di Indonesia juga harus terus mengembangkan inovasi baru untuk mempermudah dan memperluas jaringan muzakki dengan memanfaatkan teknologi digital sebagai tempat pembayaran zakat melalui online.

Dengan menerapkan transaksi pembayaran melalui teknologi digital akan lebih menguntungkan karena melalui teknologi digital (internet) dapat menjangkau calon *muzakki* yang lebih luas dan cepat. Tingginya tingkat penggunaan internet ini maka menjadikan peluang untuk mengembangkan teknologi zakat atau digital *fundraising*. Berkembangnya digital *fundraising* maka jangkauan akan lebih luas, informasi dapat lebih cepat tersebar dan tentu saja dapat melakukan efisiensi anggaran. Tentu saja dalam pengelolaannya tidak boleh dikelola secara sembarangan, Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) harus memiliki sistem yang baik dan teratur agar menghasilkan hasil yang bagus untuk kemajuan OPZ itu sendiri dan kepuasan *muzakki*.

Berdasarkan data Outlook Zakat Indonesia 2021 yang disusun oleh pusat kajian strategis Badan Amil Zakat Nasional menyebutkan potensi zakat Indonesia pada tahun 2020 mencapai Rp327,6 triliun. Zakat dengan potensi terbesar adalah zakat perusahaan Rp144,5 triliun, kemudian ada zakat penghasilan dan jasa Rp139,07 triliun, zakat uang Rp58,76 triliun, zakat pertanian Rp19,79 triliun, dan zakat peternakan Rp9,52 triliun (Outlook Zakat Indonesia, 2021). Akan tetapi, jumlah yang terealisasi baru mencapai Rp 71,4 triliun atau sekitar 21,7 persen. Dari jumlah ini Rp 61,2 triliun tidak melalui OPZ resmi, dan hanya Rp 10,2 triliun yang melalui OPZ resmi, (Puskas BAZNAS, 2021).

Dari data pusat kajian strategis Badan Amil Zakat Nasional di atas terjadi ketimpangan harapan dan realitas dalam penghimpunan dana zakat di Indonesia. Padahal berdasarkan *Worldpopulationreview* Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar pada 2021, yakni sebanyak 231 juta jiwa dan hal ini menjadi faktor potensi zakat yang sangat besar, namun jika melihat data penghimpunan zakat masih jauh dari potensi yang ada hal ini menjadi permasalahan yang perlu dicari tahu penyebabnya dan di benahi bersama.

Banyak lembaga/instansi yang ikut memanfaatkan era digital tersebut baik untuk pemasaran ataupun peningkatan pendapatan. Dalam hal ini salah satu lembaga/ instansi yang ikut memanfaatkan perkembangan era digital ini adalah OPZ Dompot Dhuafa. Dompot dhuafa sendiri merupakan salah satu OPZ yang membuka penerimaan zakat lewat digital. Pencapaian penerimaan dana zakat, infak dan wakaf pada tahun 2020 sebesar 409 miliar. Artinya selama 27 tahun berdiri sebagai lembaga amil zakat pencapaian penghimpunan dana di tahun 2020 masih

kalah dibandingkan dengan pencapaian kitabisa.com yang baru berumur 7 tahun menggunakan strategi galang dana secara *online*.

Berikut adalah tabel penerimaan dana zakat di OPZ Dompot Dhuafa lewat masing-masing kanal:

Table 1. Penerimaan Dana Zakat Masing-Masing Kanal

Tahun	Digital Payment	Banking Channel	kanal lainnya
2019	21,4%	48,2%	30,4%
2020	68,6%	21,5%	9,9%

Sumber: Data diolah laporan kinerja Dompot Dhuafa 2019 dan 2020.

Melihat tabel 1. dapat dilihat kenaikan penerimaan dana zakat lewat digital payment di tahun 2020. Tahun tersebut merupakan tahun merebaknya virus Covid-19 yang mengharuskan masyarakat tetap di rumah. Pada tahun sebelumnya yaitu tahun 2019 penerimaan digital *payment* erupakan kanal penerimaan yang paling kecil. Maka dapat dikatakan penerimaan digital *payment* mengalami kenaikan pada tahun 2020 faktor terbesarnya adalah adanya virus Covid-19.

Table 2. Jumlah Muzakki di Dompot Dhuafa

Tahun	Jumlah Muzakki
2018	40.232
2019	78.289
2020	46.019
2021	44.557

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel 2 Jumlah donatur cenderung naik setiap tahun namun terjadi penurunan pada tahun 2020 dan 2021.

Penelitian yang membahas mengenai digitalisasi dalam pembayaran zakat cukup banyak penulis temukan sebagai acuan dalam penulisan penelitian ini. Penelitian yang dilakukan oleh Basrowi [2020] menyimpulkan bahwa teknologi informasi dalam bentuk *Fintech*, *Blockchain*, *Internet of Things (IoT)*, dan Kecerdasan buatan (AI), ternyata mampu membantu pengelola Baznas dalam menghimpun, mengelola dan menyalurkan zakat hingga penerimaan Zakat dan total muzaki tumbuh dapat meningkat.

Kenyataannya walaupun Organisasi Pengelola Zakat telah menggandeng berbagai macam kanal digital untuk metode pembayaran zakat, muzaki masih belum memanfaatkan metode tersebut. Padahal digitalisasi zakat ini sudah menawarkan kemudahan untuk penggunaannya, yaitu dapat diakses di mana saja, adanya transparansi, dan juga OPZ mampu melakukan penyaluran zakat dengan cepat. (Swastika, 2020).

Berdasarkan pemaparan di atas, guna mencapai target potensi zakat, perlu adanya upaya peningkatan muzakki dengan salah satu caranya melalui digital *fundraising* sebagai media penyedia informasi bagi masyarakat modern di mana zaman ini sudah memasuki 4.0. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Peran Digital Fundraising Terhadap Peningkatan Jumlah Muzakki (Studi Kasus Pada Dompot Dhuafa)”

Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka yang menjadi pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi digital *fundraising* yang diterapkan oleh OPZ Dompot Dhuafa kantor pusat dalam meningkatkan jumlah muzakki?

2. Seberapa efektif peran digital *fundraising* yang diterapkan oleh OPZ Dompot Dhuafa kantor pusat dalam meningkatkan jumlah muzakki?
3. Apakah penggunaan digital *fundraising* meningkatkan jumlah muzakki di Dompot Dhuafa kantor pusat?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian maka tujuan penelitian ini untuk yaitu:

1. Mendeskripsikan implementasi digital *fundraising* yang diterapkan oleh OPZ Dompot Dhuafa dalam meningkatkan jumlah muzakki.
2. Mendeskripsikan efektivitas dari peran digital *fundraising* dalam meningkatkan jumlah OPZ Dompot Dhuafa.
3. Mendeskripsikan peningkatan jumlah muzakki di Dompot Dhuafa kantor pusat dengan penggunaan digital *fundraising*.

TINJAUAN PUSTAKA

Peran

Pengertian peran menurut Soerjono Soekanto, yaitu peran merupakan aspek dinamis kedudukan (status), apabila melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan suatu peranan. Peranan teknologi melalui peningkatan kualitas dikemukakan juga oleh Gasperz (1997). Perhatian penuh pada perbaikan kualitas akan memberikan dampak positif kepada perusahaan. Calori (1992) berpendapat bahwa peran teknologi yaitu menciptakan proses inovasi, inovasi produk, dan adaptasi terhadap segmen pasar dan besarnya pasar.

Penulis menarik kesimpulan dari beberapa pengertian di atas bahwa peran teknologi adalah suatu sistem yang diharapkan oleh seseorang dapat membantunya melakukan tujuan, visi, misi dan pekerjaan mereka lebih cepat, efisien dan memiliki kualitas yang baik.

Efektivitas

Efektivitas merupakan kemampuan melaksanakan tugas, fungsi (operasi kegiatan program atau misi) dari pada suatu organisasi atau sejenisnya yang tidak adanya tekanan atau ketegangan diantara pelaksanaannya [Ari, 2013]. Pengertian tersebut mengartikan bahwa efektivitas merupakan tahap dicapainya keberhasilan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Efektivitas selalu terkait dengan hubungan antara hasil yang diharapkan dengan hasil yang sesungguhnya dicapai. Maka dapat diartikan jika efektifitas sebagai suatu pengukuran akan tercapainya tujuan yang telah direncanakan sebelumnya secara matang.

Efektivitas dapat diukur dengan melihat hasil kerja yang dicapai oleh suatu organisasi. Pengukuran efektivitas diukur melalui berhasil tidaknya suatu organisasi mencapai tujuan-tujuannya. Apabila suatu organisasi berhasil mencapai tujuan, maka organisasi tersebut dapat dikatakan telah berjalan dengan efektif. Hal terpenting yang dapat dilihat adalah efektifitas tidak menyatakan tentang berapa besar biaya yang dikeluarkan untuk mencapai tujuan tersebut. Efektivitas hanya melihat apakah proses program atau kegiatan tersebut telah mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Digital Fundraising

Fundraising adalah sebuah cara untuk mempengaruhi masyarakat agar mau mengeluarkan sedikit penghasilannya untuk melakukan amal kebajikan dalam bentuk pemberian dana atau sumber daya lainnya yang bernilai, untuk diberikan kepada masyarakat yang berhak menerimanya. [Susilawati, 2018]. Menurut [Furqon, 2015] fundraising berarti pengumpulan

dana. *Fundraising* (pengumpulan dana) adalah proses pengumpulan kontribusi sukarela dalam bentuk uang atau sumber daya lain dengan meminta sumbangan dari individu, perusahaan, yayasan atau lembaga pemerintah.

Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa *fundraising* merupakan kegiatan mengumpulkan uang dari masyarakat, lembaga ataupun instansi yang tujuannya digunakan untuk kegiatan yang bermanfaat, pengelolaan dana zakat tercapai dengan efisien. Kemudian dapat disimpulkan kegiatan digital fundraising merupakan kegiatan pengumpulan dan dari masyarakat perorangan atau pun lembaga yang tujuannya untuk kebajikan dan dikumpulkan secara tidak langsung yaitu melalui digital payment bank, crowdfunding, atau pun *QR CODE*.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian kualitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah kualitatif dengan metode analisis data Triangulasi: pengumpulan data, penyajian data dan penarikan kesimpulan untuk memperoleh jawaban atas pertanyaan penelitian. Data yang digunakan merupakan data primer hasil dari wawancara, observasi dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Perusahaan

Dompot Dhuafa adalah lembaga filantropi Islam yang berkhidmat dalam pemberdayaan kaum dhuafa dengan pendekatan budaya melalui kegiatan filantropis (*welas asih / kasih saying*) dan wirausaha social profetik (*prophetic socio-technopreneurship*). Profesionalitas Dompot Dhuafa (DD) kian terasah seiring meluasnya program kepedulian dari yang semula hanya bersifat lokal menjadi nasional, bahkan internasional. Tidak hanya berkhidmat pada bantuan dana bagi kalangan tak berpunya dalam bentuk tunai, Dompot Dhuafa juga mengembangkan bentuk program yang lebih luas seperti bantuan ekonomi, kesehatan, pendidikan dan bantuan bencana.

Sejak tahun 2016 Dompot Dhuafa memulai pengumpulan dana dengan menggunakan sistem digital demi mengikuti perkembangan zaman agar pengumpulan dan lebih bisa ditingkatkan dan menjangkau calon muzakki dan muzakki lebih dekat serta meningkatkan pelayanan kepada donatur Dompot Dhuafa di mana pun berada.

Hingga saat ini, kepercayaan dan partisipasi publik terus menuntun Dompot Dhuafa dalam menghadapi tantangan global. Berawal dari kolom donasi, Dompot Dhuafa terus berkhidmat mengantarkan amanah para donatur maupun muzakki kepada mustahik atau penerima manfaat. Dari perjalanan 1993 sampai dengan 2021, kebaikan para donatur Dompot Dhuafa telah menyentuh penerima manfaat lebih dari 24 juta jiwa.

Hasil Penelitian

Data penelitian ini didapat melalui hasil wawancara yang dilakukan oleh dengan Kurniawan selaku *Senior Officer* Divisi *Digital Fundraising* di Dompot Dhuafa Kantor Pusat sebagai narasumber. Wawancara dilakukan pada tanggal 22 Juli 2022 secara langsung. Berikut adalah hasil wawancara yang diperoleh:

1. Sistem *fundraising* yang digunakan Dompot Dhuafa Kantor Pusat.

Dompot Dhuafa awalnya menggunakan sistem fundraising berbasis konvensional. Seiring berkembangnya digitalisasi kini Dompot Dhuafa mulai menggunakan sistem *fundraising* berbasis digital. Sistem *fundraising* berbasis digital telah digunakan OPZ Dompot Dhuafa

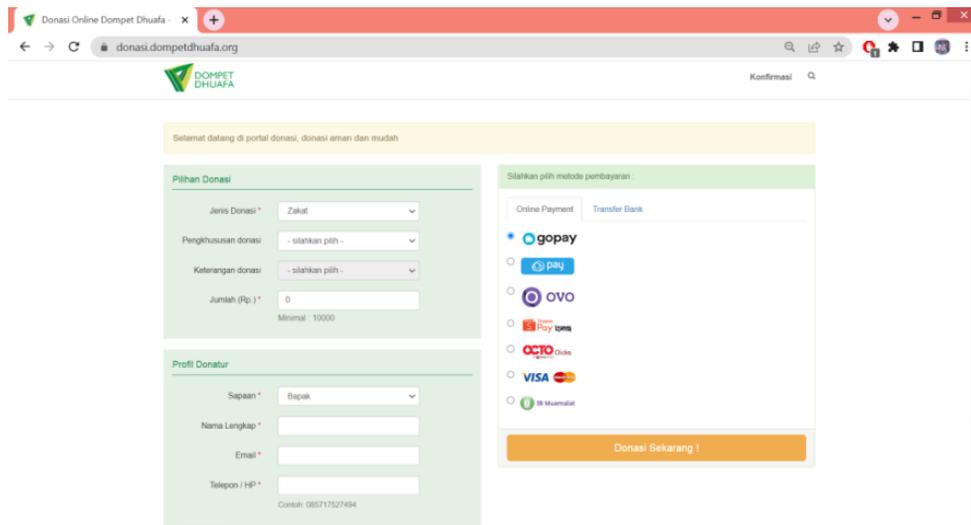
- sejak tahun 2016. Dengan hadirnya sistem digital *fundraising* OPZ Dompot Dhuafa tetap menjalankan sistem *fundraising* konvensional secara beriringan dengan *fundraising* digital.
2. Implementasi kegiatan digital *fundraising* dalam penerimaan zakat yang dilakukan Dompot Dhuafa Kantor Pusat melalui sistem digital.
Sistem *fundraising digital* yang diterapkan OPZ Dompot Dhuafa dilakukan melalui sistem *crowdfunding*, *Search Engine Marketing*, *Search Engine Optimize*, website dan pembayaran lewat *online payment* seperti OVO, Go-Pay, QRIS serta ShopeePay.
 3. Pertumbuhan Muzakki di OPZ Dompot Dhuafa
Berdasarkan wawancara dengan Kurniawan, beliau mengatakan pertumbuhan muzakki sangat signifikan. Terutama pada tahun 2018 merupakan tahun yang pertumbuhannya sangat besar. Kemudian dari data yang didapatkan dari Dompot Dhuafa Kantor Pusat pada tahun 2018 terdapat sebanyak 40.232 muzakki, tahun 2019 terdapat sebanyak 78.289 muzakki, tahun 2020 terdapat sebanyak 46.019 muzakki dan tahun 2021 terdapat sebanyak 44.557 muzakki. Kenaikan dari tahun 2018 ke 2019 ada sebanyak 38.057 muzakki dapat dikatakan karena terjadi wabah Covid-19.
 4. Hal-Hal yang mempengaruhi pertumbuhan jumlah muzakki dengan menggunakan sistem digital *fundraising*.
Hal yang dapat mempengaruhi calon muzakki atau yang sudah menjadi muzakki di OPZ Dompot Dhuafa saat menggunakan sistem digital *fundraising*, yaitu kemudahan dalam bertransaksi, informasi setelah disalurkan dana zakat, serta laporan keuangan.
 5. Tantangan yang dihadapi Dompot Dhuafa dengan menggunakan digital *fundraising*.
Tantangan yang dihadapi Dompot Dhuafa dalam digital *fundraising* ada 2 yang pertama adalah pengembangan inovasi teknologi, kemudian informasi edukasi kepada generasi yang berbeda. Inovasi sedikit terhambat dikarenakan adanya budget dari perusahaan, selanjutnya tantangan yang kedua di Dompot Dhuafa terdapat ragam generasi masyarakat, yaitu generasi *baby boomers*, *Mileneal* dan *Z*. tantangan untuk generasi *baby boomers* merupakan informasi bagaimana cara untuk *checkout* saat bertransaksi. Kemudian untuk generasi *Mileneal* dan *Z* adalah edukasi mengenai cara perhitungan zakat yang harus dikeluarkan.
 6. Peran digital *fundraising* pada OPZ Dompot Dhuafa
Penggunaan digital dipilih oleh OPZ Dompot Dhuafa karena dengan sistem digital ini dapat memperoleh informasi detail serta kemudahan dalam pendataan. Dengan sistem digital donatur atau muzakki sudah dapat langsung memilih akan melakukan transaksi zakat kemudian calon muzakki dapat memilih dana zakat yang dikeluarkan akan disalurkan untuk program apa. Selain itu jika muzakki melakukan pembayaran dengan *online payment* atau *virtual account* muzakki mendapat kemudahan tidak perlu konfirmasi melalui whatApp, telfon atau email setelah melakukan transaksi karena sudah otomatis tersimpan sesuai data yang diisi oleh muzakki. Sedangkan jika menggunakan sistem konvensional datang ke kantor Dompot Dhuafa dan transfer rekening bank, calon muzakki atau muzakki harus melakukan konfirmasi ke admin *WhatsApp*.

Pembahasan

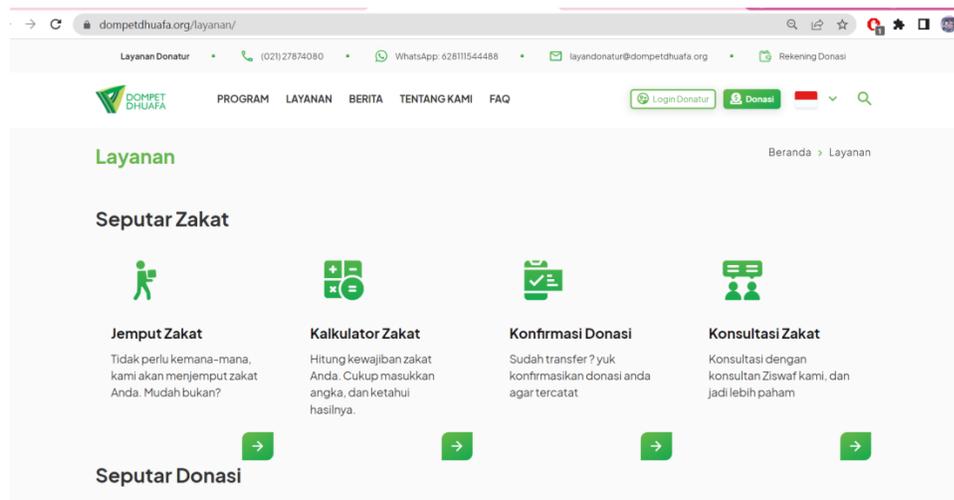
Penelitian yang dilakukan terkait sistem *digital fundraising* yang digunakan Dompot Dhuafa dalam meningkatkan jumlah muzakki diperoleh pembahasan mengenai implementasi dan peran digital *fundraising* pada Dompot Dhuafa kantor pusat dan efektivitas *digital fundraising* pada Dompot Dhuafa kantor pusat. Berikut Pembahasan tersebut:

1. Implementasi *Digital Fundraising* pada Dompot Dhuafa

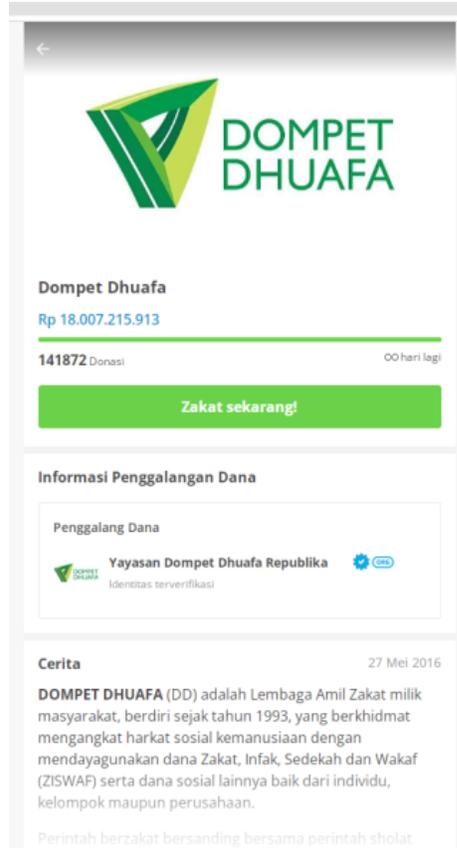
Dompêt Dhuafa kantor Pusat sudah menerapkan *digital fundraising* sejak tahun 2016 sebelum adanya sistem *digital fundraising*, Dompêt Dhuafa menggunakan *fundraising* secara konvensional yang dilakukan dengan cara yaitu, datang ke gerai atau *booth* Dompêt Dhuafa dan penjemputan zakat. Sistem *fundraising digital* yang diterapkan OPZ Dompêt Dhuafa melalui sistem digital diterapkan lewat *crowdfunding*, *Search Engine Marketing*, *Search Engine Optimize*, transfer bank dan website. Pembayaran bisa dilakukan menggunakan *online payment* seperti OVO, Go-Pay, QRIS serta ShopeePay.



Gambar 1. Website Portal Donasi Dompêt Dhuafa
Sumber: <https://donasi.dompêtduafa.org/>



Gambar 2. Layanan Donasi Dompêt Dhuafa
sumber: <https://www.dompêtduafa.org/layanan/>



Gambar 3. Portal Donasi melalui KitaBisa
 Sumber: <https://kitabisa.com/campaign/dompetdhuafa>

2. Efektivitas *Digital Fundraising* pada Dompot Dhuafa

Kegiatan digital fundraising yang diterapkan OPZ Dompot Dhuafa melalui website, *crowdfunding*, OVO, Go-pay memberikan banyak manfaat, diantaranya dapat memberikan kemudahan dalam pendataan data informasi muzakki dan donatur. Selain itu manfaat yang didapatkan dengan digital *fundraising* dapat dilakukan di mana saja dan pendataan yang dimiliki Dompot Dhuafa menjadi rapih dan tersimpan. OPZ Dompot Dhuafa memiliki data nama, nomer telepon, dan *e-mail* muzakki. Dengan *digital fundraising* juga memudahkan karyawan bagian administrasi *WhatsApp* dengan tidak banyak pesan atau pertanyaan-pertanyaan mengenai bagaimana cara konfirmasi donasi.

Tujuan pokok *fundraising* zakat diantaranya menghimpun dana, menghimpun donatur, menghimpun para simpatisan atau pendukung, membangun citra lembaga (*brand image*) dan memberikan kepuasan para muzakki penulis akan membahas mengenai 3 tujuan.

Tujuan pertama fundraising yaitu menghimpun dana. Berikut adalah tabel jumlah pemasukan dana Zakat di OPZ Dompot Dhuafa tahun 2017 sampai tahun 2021:

Table 3. Akumulasi Penerimaan Dana Zakat

Tahun	Jumlah Penerimaan Dana Zakat
2017	Rp145.858.551.296
2018	Rp156.015.369.139
2019	Rp215.801.304.053

2020	Rp204.546.161.071
2021	Rp211.766.883.962

Sumber: Data diolah

Tabel 3 menunjukkan peningkatan jumlah total dana Zakat di OPZ Dompot Dhuafa tahun 2017 sampai 2021. Pada tahun 2017 jumlah penerimaan total sebesar Rp145.858.551.296. Pada tahun 2018 jumlah penerimaan mengalami peningkatan sebesar Rp101.56.817.843 Sehingga jumlah total penerimaan sebesar Rp156.015.369.139. Kemudian pada tahun 2019 penerimaan dana Zakat mengalami peningkatan sebesar Rp59.785.934.914 sehingga jumlah penerimaan total menjadi Rp215.801.304.053. Namun pada tahun 2020 penerimaan dana Zakat mengalami penurunan sebesar (Rp11.255.142.982) sehingga jumlah penerimaan total menjadi Rp204.546.161.071. Selanjutnya di tahun 2021 penerimaan dana Zakat mengalami peningkatan sebesar Rp7.220.722.891 sehingga jumlah penerimaan total menjadi Rp211.766.883.962.

Tujuan kedua, penghimpunan donatur/muzaki. Selaras dengan pertumbuhan jumlah pemasukan dana Zakat di OPZ Dompot Dhuafa juga mengalami peningkatan jumlah Muzakki.

Table 4. Jumlah Peningkatan Muzakki OPZ Dompot Dhuafa

Tahun	Jumlah muzakki	Persen kenaikan Jumlah Muzakki
2017	28.490	
2018	40.232	29,19%
2019	78.289	48,61%
2020	46.019	-41,21%
2021	44.557	-3,17%

Sumber: Data Diolah

Tabel 4 menunjukkan pada tahun 2017 jumlah muzaki yang membayar zakat di OPZ Dompot Dhuafa adalah 28.490. Pada tahun 2018 jumlah muzaki meningkat sehingga menjadi 40.232. Kemudian pada tahun 2019 jumlah muzaki menjadi 78.289. Akan tetapi pada tahun 2020 dan 2021 jumlah muzaki yang membayar zakat di OPZ Dompot Dhuafa mengalami penurunan, tahun 2020 jumlah muzaki sebanyak 46.019 dan tahun 2021 sebanyak 44.557 muzaki. Seiring dengan peningkatan dan penurunan jumlah penerimaan dana zakat, jumlah muzaki mengalami peningkatan pada penurunan. Terutama pada tahun 2019, penerimaan dana zakat dan peningkatan jumlah muzaki yang cukup tajam.

3. Peningkatan Jumlah Muzakki dengan Sistem *Digital Fundraising*.

Jumlah muzakki mengalami peningkatan yang signifikan terutama pada tahun 2018.

Table 5. Jumlah Peningkatan Muzakki serta Penerimaan dana Zakat di OPZ Dompot Dhuafa Kantor Pusat

Tahun	Jumlah Penerimaan Dana Zakat	Jumlah muzakki	Persen kenaikan Jumlah Muzakki
2017	Rp145.858.551.296	28.490	
2018	Rp156.015.369.139	40.232	29,19%
2019	Rp215.801.304.053	78.289	48,61%
2020	Rp204.546.161.071	46.019	-41,21%
2021	Rp211.766.883.962	44.557	-3,17%

Sumber: Data diolah

Dari tabel 5 pada tahun 2017, 2018 dan 2019 mengalami kenaikan pesat, kenaikan paling tinggi pada tahun 2019 sebesar 38.057. Kemudian pada tahun 2020 dan 2021 terjadi penurunan.

Penurunan dapat terjadi karena muzakki yang sebelumnya membayarkan zakat ke OPZ Dompot Dhuafa berpindah tempat ke Organisasi Pengelola Zakat lain.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif dapat disimpulkan Dompot Dhuafa kantor Pusat saat ini OPZ Dompot Dhuafa masih menggunakan 2 (dua) sistem fundraising yaitu secara konvensional dan digital. Kedua sistem tetap dijalankan secara beriringan karena ada beragam generasi masyarakat seperti *baby boomers*, *Milineal* dan *Z* yang memiliki sifat berbeda. Kegiatan *Digital Fundraising* dilakukan melalui *crowdfunding*, *Search Engine Marketing*, *Search Engine Optimize*, transfer bank dan website.

Terjadi kenaikan jumlah muzakki yang pesat pada tahun 2017, 2018, dan 2019 ini merupakan awal digunakannya sistem digital fundraising. Pada tahun 2019 jumlah muzakki naik pesat dikarenakan menyebarnya Covid-19 yang mengharuskan masyarakat untuk tetap di rumah. Namun, terjadi penurunan jumlah muzakki pada tahun selanjutnya yaitu, tahun 2020 dan 2021. Dengan bertambahnya jumlah muzakki di Dompot Dhuafa maka total penerimaan dana zakat yang di terima Dompot Dhuafa juga mengalami kenaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ari, Y. W. (2013). Efektivitas Pelaksanaan Peraturan Daerah Perpajakan dan Retribusi Daerah Dalam Memperoleh Pendapatan Asli Daerah Di Kabupaten Supiori Provinsi Papua.
- Basrowi, & Utami, P. (2020). Pemanfaatan Teknologi Dalam Peningkatan Penerimaan Zakat, Jumlah. *AL-URBAN: Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam*, 4.
- BPS. (2021). *Jumlah Perguruan Tinggi, Mahasiswa, dan Tenaga Edukatif (Negeri dan Swasta) di Bawah Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta 2019-2021*. Retrieved from jakarta.bps.go.id: <https://jakarta.bps.go.id/indicator/28/481/1/jumlah-perguruan-tinggi-1-mahasiswa-dan-tenaga-edukatif-negeri-dan-swasta-di-bawah-kementerian-ri-seteknologi-dan-pendidikan-tinggi-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-dki-jakarta-2017-2018.html>
- Furqon, A. (2015). *Manajemen Zakat*. Semarang: Karya Abadi Jaya.
- Rahmatullah, & Putra, B. R. (2020). Digital fundraising Model of Cash Waqf. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol.6(no.3), h.1.
- Suhardono, E. (1994). *Teori Peran (Konsep, Derivasi dan Implikasinya)*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Susilawati, N. (2018). ANALISIS MODEL FUNDRAISING ZAKAT, INFAK DAN SEDEKAH. 4(1).

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan Dividen pada Perusahaan Sektor Industri Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada Periode 2017-2021

Bella Adhe Wardani¹⁾, Indianik Aminah²⁾

¹⁾Program Studi Manajemen Keuangan, Politeknik Negeri Jakarta

²⁾Program Studi Manajemen Keuangan Politeknik Negeri Jakarta
Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, Kota Depok, Jawa Barat 16424

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of sales growth and firm size on dividend policy in pharmaceutical industry sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in the 2017-2021 period. The analytical method used is multiple linear regression secondary data. The sample selection used purposive sampling method from 8 companies and examined the data of 32 company samples for the observation period from 2017 to 2021. The results found that partially or individually, the independent variables explained by sales growth had no significant effect on dividend policy and company size. negative and significant effect on dividend policy. However, both variables simultaneously have a significant effect on dividend policy.

Keywords: *Pharmaceutical Industry Sector; Sales Growth, Firm Size; and Dividend Policy*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap kebijakan dividen pada perusahaan sektor industri farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2017-2021. Metode analisis yang digunakan regresi linier berganda data sekunder. Pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dari 8 perusahaan dan meneliti data sebanyak 32 sampel perusahaan untuk periode pengamatan tahun 2017 hingga 2021. Hasil penelitian menemukan bahwa secara parsial atau secara individual, variabel independen yang dijelaskan oleh pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap kebijakan dividen dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kebijakan dividen. Tetapi kedua variabel secara simultan, tersebut berpengaruh signifikansi terhadap kebijakan dividen.

Kata-Kata Kunci: Sektor Industri Farmasi; Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan; dan Kebijakan Dividen

¹ Corresponding author. E-mail: bella.adhewardani.ak18@mhs.pnj.ac.id

² Corresponding author. E-mail: indianik.aminah@akuntansi.pnj.ac.id

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Meningkatnya kasus positif Covid-19 di Indonesia menyebabkan kelangkaan pada produk-produk Kesehatan. Dengan demikian menyebabkan penjualan produk kesehatan di Indonesia terus meningkat. Industri farmasi sangat berperan penting dalam hal pengadaan produk dan alat Kesehatan. Industri Farmasi menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1799/MENKES/PER/XII/2010, industri farmasi adalah badan usaha yang memiliki izin dari Menteri Kesehatan untuk melakukan kegiatan pembuatan obat atau bahan obat.

Industri farmasi menjadi salah satu sektor ekonomi yang mampu mencatatkan pertumbuhan positif meski secara umum perekonomian Indonesia mengalami kontraksi pada kuartal II 2020. Pertumbuhan positif tercermin pula dari kinerja beberapa perusahaan farmasi yang mampu membukukan kenaikan laba pada kuartal I 2020. Seperti diketahui, pada kuartal II 2020 pertumbuhan ekonomi Indonesia mengalami kontraksi atau tumbuh negatif sebesar 5,32% secara tahunan atau year on year (yoy). Secara keseluruhan sepanjang kuartal I 2020 pertumbuhan ekonomi terkontraksi 1,62% jika dibandingkan dengan periode yang sama tahun lalu. Seiring kontraksi perekonomian pada kuartal II 2020, Kementerian Perindustrian mencatat kinerja beberapa sektor industri manufaktur yang masih tumbuh positif. Sektor tersebut meliputi industri kimia, farmasi dan obat tradisional dengan pertumbuhan sekitar 8,65%, lebih tinggi dibanding kuartal I 2020 yang tumbuh 5,59% (Katadata.co.id, 2020).

Menurut artikel kontan.co.id (2022) Tirta Kusnadi, industri farmasi Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan selama pandemi Covid-19. Pada tahun 2021, industri farmasi tumbuh sebesar 10%. Menurutnya, pertumbuhannya 10,18 %, dengan mempertimbangkan indikator penjualan yang dihitung oleh lembaga yang kredibel. Jumlahnya sekitar 90-95 triliun rupiah. Pertumbuhan penjualan merupakan investasi yang sukses selama periode masa lalu dan dapat digunakan sebagai perkiraan pertumbuhan masa depan. Tingginya pertumbuhan penjualan mencerminkan pertumbuhan pendapatan perusahaan meningkat. Pertumbuhan pendapatan mencerminkan pertumbuhan pendapatan yang dicapai perusahaan.

Mengingat perusahaan farmasi merupakan industri yang mengandalkan modal investor untuk berbisnis, maka perusahaan farmasi harus mampu menjaga stabilitas keuangan. Mengingat luasnya dampak kesulitan keuangan di industri farmasi, analisis harus dilakukan dengan cara mengidentifikasi kesulitan keuangan awal dan potensi kebangkrutan. Dalam situasi ini, perusahaan farmasi membutuhkan uang yang cukup untuk bertahan dan bersaing. Salah satu cara yang digunakan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pendanaannya agar tetap kompetitif adalah dengan menjual sahamnya ke publik melalui pasar modal.

Pada kegiatan ekonomi di pasar modal investor yang menanamkan modalnya pada suatu perusahaan tentunya mengharapkan keuntungan berupa pendapatan (capital gain), atau berupa dividen. Dividen merupakan pendapatan investor yang dibagikan perusahaan dari keuntungan perusahaan, dan dividen juga mencerminkan kinerja perusahaan. Pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan memiliki hubungan yang menyebabkan profitabilitas semakin meningkat. Apabila semakin besar ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan maka menyebabkan persentase perolehan profitabilitas juga meningkat.

Permasalahan

Penelitian ini adalah peningkatan industri farmasi di Indonesia menyebabkan peningkatan pertumbuhan penjualan sehingga dapat berdampak pula pada ukuran perusahaan. Kebijakan dividen yang

dikeluarkan oleh emiten industri farmasi dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya adalah factor pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan.

Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan masalah penelitian, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualann terhadap kebijakan dividen pada perusahaan sektor industri farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2017-2021.
2. Menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap kebijakan dividen pada perusahaan sektor industri farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2017-2021
3. Menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap kebijakan dividen pada perusahaan sektor industri farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2017-2021.

TINJAUAN PUSTAKA

Pertumbuhan Penjualan

Menurut Baumgartner, Hatami, et al. (2016:116), pertumbuhan penjualan mencerminkan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan profit atau kas. Variabel pertumbuhan penjualan didasarkan pada argumen bahwa pertumbuhan penjualan mencerminkan tingkat produktivitas terpasang yang siap beroperasi serta mencerminkan kapasitas saat ini yang dapat diserap pasar dan mencerminkan daya saing perusahaan dalam pasar. Pertumbuhan perusahaan menjadi sebuah indikator untuk daya saing perusahaan dalam industri. Pertumbuhan perusahaan akan mempengaruhi kemampuan untuk mendapatkan untung dan mempertahankan untung untuk mendanai investasi di masa yang akan datang. Apabila pertumbuhan penjualan meningkat berarti kinerja yang dilakukan oleh perusahaan menjadi lebih baik.

Berdasarkan Gunawan dan Harjanto (2019), pertumbuhan perusahaan diinginkan oleh pihak internal dan eksternal karena menguntungkan investor atau kreditur, dan pertumbuhan perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Sales Growth} = \frac{\text{Net Sales } t - \text{Net Sales } t-1}{\text{Net Sales } t-1} \times 100$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah ukuran yang dapat dihitung dari tingkat total aset dan penjualan, dan dapat menunjukkan keadaan perusahaan yang lebih menguntungkan dalam hal sumber pendanaan untuk melakukan investasi yang menguntungkan karena ukuran perusahaan menjadi lebih besar. Ukuran perusahaan dapat digunakan untuk merepresentasikan karakteristik keuangan suatu perusahaan. Perusahaan yang cukup besar akan lebih mudah memperoleh modal di pasar modal daripada perusahaan yang lebih kecil. Karena akses yang mudah berarti lebih banyak fleksibilitas untuk perusahaan besar.

Machfoedz dalam Jesslyn (2018), Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara (total aktiva, log size, nilai pasar saham, dan lain-lain). Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi ke dalam 3 kategori yaitu perusahaan besar (large firm), perusahaan menengah (Medium firm), dan perusahaan kecil (small firm).

$$Size = (Ln)Total Asset$$

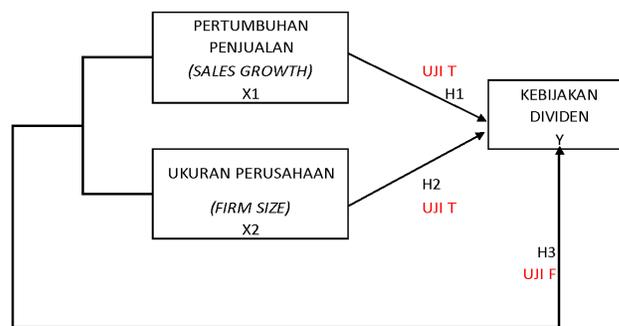
Kebijakan Dividen

Kebijakan dividen merupakan bagian dari keputusan investasi karena merupakan keputusan perusahaan dan memiliki dampak yang kuat terhadap harga saham perusahaan di pasar modal. Menurut Martono & Harjito (2014), kebijakan dividen berkaitan dengan apakah laba yang dihasilkan perusahaan dibagikan kepada pemegang saham dalam bentuk dividen pada akhir tahun atau ditahan untuk menghimpun dana guna pembiayaan investasi masa depan. Sedangkan menurut Lestari (2019) Dividen kas dapat diukur dengan Dividend Payout Ratio yang dijadikan proksi dalam menetapkan kebijakan dividen dan dijadikan sebagai pengambilan keputusan oleh perusahaan untuk menentukan besarnya dividen kas yang akan dibagikan kepada para investor.

$$DPR = Dividen Per Share : Earning Per Share$$

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang dikemukakan, maka dibentuk kerangka pemikiran untuk pengembangan hipotesis dan penggambaran hubungan pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan kebijakan dividen perusahaan sebagai berikut.



Gambar 1. Kerangka Penelitian, Sumber: Data diolah

H0: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pertumbuhan penjualan terhadap kebijakan dividen pada perusahaan sektor industri farmasi yang terdaftar di BEI pada periode 2017-2021.

H1: Terdapat pengaruh yang signifikan antara pertumbuhan penjualan terhadap kebijakan dividen pada perusahaan sektor industri farmasi yang terdaftar di BEI pada periode 2017-2021.

H0: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara ukuran perusahaan terhadap kebijakan dividen pada perusahaan sektor industri farmasi yang terdaftar di BEI pada periode 2017-2021.

H2: Terdapat pengaruh yang signifikan antara ukuran perusahaan terhadap kebijakan dividen pada perusahaan sektor industri farmasi yang terdaftar di BEI pada periode 2017-2021.

H0: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap kebijakan dividen pada perusahaan sektor industri farmasi yang terdaftar di BEI pada periode 2017-2021.

H3: Terdapat pengaruh yang signifikan antara pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap kebijakan dividen pada perusahaan sektor industri farmasi yang terdaftar di BEI pada periode 2017-2021.

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi yang menjadi objek penelitian ini adalah perusahaan sektor industri farmasi yang tercatat di BEI dengan periode tahun 2017 hingga tahun 2021. Metode pemilihan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu pemilihan dengan didasarkan atas kriteria tertentu, di mana kriterianya adalah sebagai berikut.

1. Laporan keuangan perusahaan yang lengkap selama periode tertentu.
2. Periode dalam bentuk tahunan selama 5 tahun terakhir yaitu 2017 s.d 2021.
3. Menerbitkan Laporan keuangan tahunan, *Annual report* pada tahun 2017 s.d 2021.
4. Membagikan dividen dalam 5 tahun terakhir yaitu 2017 s.d 2021.

Penelitian berhasil mendapatkan 8 perusahaan yang dijadikan sampel penelitian yakni, KBLF, SIDO, DVAL, PEHA, TSPC, SDPC, KAEF, MERK . Penelitian ini berhasil menggunakan sampel perusahaan dengan jumlah 32 data selama periode pengamatan.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan untuk penelitian ini adalah data kuantitatif asosiatif dengan bentuk data sekunder. Data yang digunakan bersumber dari BEI atau situs resmi masing-masing perusahaan sampel di mana data diperoleh dari Laporan Keuangan dan Laporan Tahunan.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda dengan menggunakan software SPSS versi 22. Uji asumsi klasik yang terdiri dari uji *multikolinearitas*, uji *normalitas*, uji *heteroskedastisitas*, uji *autokorelasi*, dan uji hipotesis yang terdiri dari uji-F dan uji-T.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Penelitian ini menggunakan pertumbuhan penjualan (*sales growth*) dan ukuran perusahaan (*firm size*) sebagai variabel independen; kebijakan dividen (DPR) sebagai variabel dependen.

Tabel 1. Hasil Statistik Deskriptif
Sumber: Data diolah (2022)

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pertumbuhan Penjualan	32	-3,04	22,79	76,294	627,586
Ukuran Perusahaan	32	14,97	30,87	245,316	558,491
Kebijakan Dividen	32	,06	1,09	,5188	,28845
Valid N (listwise)	32				

Berdasarkan Tabel 1, dapat dinyatakan bahwa variabel Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan memiliki nilai rata-rata (mean) lebih besar daripada nilai standar deviasi, hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut mempunyai sebaran yang kecil sehingga penyimpangan data yang tidak menyebar luas. Sedangkan variabel Kebijakan Dividen memiliki nilai mean yang lebih kecil dibandingkan nilai standar deviasi sehingga penyebarannya tidak merata.

Hasil Analisis Regresi

Metode analisis yang dilakukan penelitian ini adalah metode regresi linier berganda dan untuk memperoleh pengolahan data maka menggunakan aplikasi SPSS 22.

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Sumber: Data diolah (2022)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,462	,197		7,401	,000
	Pertumbuhan Penjualan	-,009	,006	-,199	-1,425	,165
	Ukuran Perusahaan	-,036	,007	-,689	-4,923	,000

a. Dependent Variable: Kebijakan Dividen

Berdasarkan Tabel 2, penelitian terhadap kebijakan dividen, memiliki hasil keputusan untuk menggunakan model regresi linear berganda. Dengan analisis data menggunakan SPSS 22, maka diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,430 + (-0,006) X_1 + (-0,050) X_2$$

Dimana:

Y = Kebijakan Dividen

X₁ = Pertumbuhan Penjualan

X₂ = Ukuran Perusahaan

Hasil Koefisien Determinan (*R-Square*)

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Sumber: Data diolah (2022)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,676 ^a	,457	,420	,21977

Pada penelitian ini mendapatkan nilai *Adjusted R-square* sebesar 0,420 atau 42%. Hal ini berarti bahwa keragaman variabel dependen yang mampu dijelaskan oleh variabel independen model penelitian sebesar 42%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 58% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik pada penelitian ini dilakukan melalui empat tahapan yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, dan uji autokorelasi.

1. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas *Kolmogorov Smirnov*, menunjukkan bahwa nilai probabilitas yang didapatkan sebesar 0.200. Nilai probabilitas 0.200 lebih besar dari alpha 5%. Hal ini menandakan bahwa hasil penelitian uji statistik normalitas *Kolmogorov Smirnov* data berdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dilakukan dengan uji glejser. Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan nilai probabilitas lebih besar dari alpha (5%) untuk setiap variabel pada model penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa model penelitian yang diuji terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas

Hasil uji korelasi menunjukkan tidak ada hubungan linier atau korelasi antara Pertumbuhan Penjualan dengan Ukuran Perusahaan. Hal ini dapat diartikan bahwa secara korelasi terbukti bahwa tidak ada multikolinieritas pada model penelitian ini.

4. Uji Autokorelasi

Hasil uji autokorelasi, menunjukkan *asyp.sig* pada output run test sebesar 0,106. Artinya nilai probabilitas 0,106 lebih besar dari alpha 5%. Hal ini menandakan tidak terjadi autokorelasi.

Hasil Uji Hipotesis

1. Uji T

Tabel 4. Hasil Uji T
Sumber: Data diolah (2022)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,462	,197		7,401	,000

Pertumbuhan Penjualan	-,009	,006	-,199	-1,425	,165
Ukuran Perusahaan	-,036	,007	-,689	-4,923	,000

a. Dependent Variable: Kebijakan Dividen

Uji t bertujuan untuk mengetahui hubungan setiap individu variabel independen terhadap variabel dependen secara signifikan diperoleh hasil uji sebagai berikut:

a. Uji Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Kebijakan Dividen

Hasil Uji t pada Pertumbuhan Penjualan menunjukkan nilai T-hitung sebesar -1,425 dengan nilai prob (0,165). Nilai probabilitas sebesar 0,165 lebih besar dari alpha 5%, hal ini berarti bahwa Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kebijakan Dividen. Berdasarkan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa hipotesis pengungkapan Pertumbuhan Penjualan ditolak (H1 ditolak).

b. Uji Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan Dividen

Hasil Uji t pada Ukuran Perusahaan menunjukkan nilai T-hitung sebesar -4,923 dengan nilai prob (0,000). Nilai probabilitas sebesar 0,000 lebih kecil dari alpha 5%, hal ini berarti bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Kebijakan Dividen. Berdasarkan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa hipotesis pengungkapan Ukuran Perusahaan diterima (H2 diterima).

2. Uji F

Tabel 5. Hasil Uji F
Sumber: Data diolah (2022)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,179	2	,589	12,201	,000 ^b
	Residual	1,401	29	,048		
	Total	2,579	31			

a. Dependent Variable: Kebijakan Dividen

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

Hasil model Analisis Regresi Linear Berganda, diperoleh hasil uji F hitung sebesar 12,201 dengan nilai prob (0,000). Nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari alpha 5%, maka dinyatakan tolak H0. Maka hal ini berarti bahwa probabilitas yang diukur dengan Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap Kebijakan Dividen.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Kebijakan Dividen

Hasil dari uji hipotesis, yaitu Uji T (Parsial) menunjukkan bahwa profitabilitas yang diukur dengan Pertumbuhan Penjualan (*Sales Growth*) terhadap harga saham menunjukkan signifikansi sebesar $0,165 > 0,05$, maka H1 ditolak artinya secara parsial Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap kebijakan dividen pada perusahaan sub sektor industri farmasi di Bursa Efek Indonesia pada periode 2017 s.d 2021. Pertumbuhan Penjualan (*Sales Growth*) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kebijakan dividen, maka hal ini menunjukkan bahwa Pertumbuhan Penjualan (*Sales Growth*) bukan menjadi indikator yang digunakan para investor untuk melakukan pengambilan keputusan berinvestasi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yaitu Eliyanti et al. (2019), Ni Kadek Desi Darmayanti et al. (2016), Tiara Saumy Evant et al. (2019) dan Hantono et al. (2019) yang menyatakan bahwa Pertumbuhan Penjualan (*Sales Growth*) tidak memiliki pengaruh terhadap kebijakan dividen. Secara teori penelitian ini sejalan dengan teori Baumgartner, Hatami, et al. (2016:116), pertumbuhan penjualan mencerminkan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan profit atau kas. Dapat diartikan bahwa semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan, maka semakin besar juga kebutuhan akan tambahan pembiayaan dimasa yang akan datang yang memungkinkan perusahaan untuk menahan labanya.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Tingkat Profitabilitas Perusahaan

Hasil dari uji hipotesis, yaitu Uji T (Parsial) menunjukkan bahwa profitabilitas yang diukur dengan Ukuran Perusahaan (*Size Firm*) terhadap harga saham menunjukkan signifikansi sebesar $0,000 > 0,05$, maka H2 diterima artinya secara parsial Ukuran Perusahaan (*Size Firm*) berpengaruh negatif terhadap kebijakan dividen pada perusahaan sub sektor industri farmasi di Bursa Efek Indonesia pada periode 2017 s.d 2021. Ukuran Perusahaan (*Size Firm*) berpengaruh secara signifikan terhadap kebijakan dividen, maka hal ini menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan (*Size Firm*) menjadi indikator yang digunakan para investor untuk melakukan pengambilan keputusan berinvestasi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yaitu Tiara Saumy Evant et al. (2019) yang menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan (*Size Firm*) memiliki pengaruh terhadap kebijakan dividen. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Eliyanti et al. (2019), Ni Kadek Desi Darmayanti et al. (2016), Firlana Akbar et al. (2020) yang menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan (*Size Firm*) tidak memiliki pengaruh terhadap kebijakan dividen.

Secara teori penelitian ini sejalan dengan teori Kurniasih (2012:148) menyatakan ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan. Hartono (2012:14) “Ukuran Perusahaan

(firm size) adalah besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aset atau besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aset”.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap kebijakan dividen perusahaan dengan objek penelitian perusahaan sektor industry farmasi yang terdaftar Bursa Efek Indonesia, diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. Pertumbuhan Penjualan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kebijakan dividen perusahaan sektor industri farmasi.
2. Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kebijakan dividen perusahaan sektor industri farmasi.
3. Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan secara bersamaan atau simultan berpengaruh positif dan signifikansi terhadap kebijakan dividen perusahaan sektor industri farmasi.

Dengan ditemukannya pengaruh pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap kebijakan dividen perusahaan farmasi perlu memanfaatkan aset mereka dengan lebih baik untuk menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi, sehingga pertumbuhan penjualan juga akan lebih tinggi. Perusahaan juga perlu memperhatikan besar kecilnya harta yang dimiliki perusahaan, sehingga laba yang dibagikan juga semakin besar. Perusahaan farmasi juga diharapkan mampu mengukur perilaku investor, sehingga manajemen dapat menyusun strategi perusahaan untuk menarik investor menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Sedangkan bagi investor harus mengevaluasi kinerja keuangan perusahaan layak atau tidak bagi investor dalam menanamkan modal tersebut Ini akan memungkinkan investor untuk menentukan apakah layak untuk berinvestasi di saham perusahaan pilihan mereka dan situasi ekonomi makro di suatu negara, dan kapan waktu yang tepat untuk membeli saham agar tidak mengalami kerugian

DAFTAR PUSTAKA

- Tiara Saumy Evant dan Yolandafitri Zulvia. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan Dividen Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2012-2017. <http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/pek/article/view/7843/3632>
- Sinta Amarthani. (2020). Penetapan Kebijakan Dividen Dengan Pertimbangan Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Buras Efek Indonesia Priode 2013-2018. <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/3813/>
- Maya Puspitasari. (2018). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Dan Kinerja Keuangan Terhadap Kebijakan Dividen Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI. <https://eprints.umm.ac.id/39181/>
- Murtiani Siregar. (2021). Analisis Pengaruh Laba Bersih, Arus Kas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan Dividen Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI). <http://repository.umsu.ac.id>
- Ni Kadek Desi Darmayanti dan I Ketut Mustanda. (2016). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Jaminan Aset, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan Dividen Pada Sektor Industri Barang Konsumsi.

<https://www.neliti.com/publications/255341/pengaruh-pertumbuhan-penjualan-jaminan-aset-dan-ukuran-perusahaan-terhadap-kebij>

- Rita Wijayanti. (2019). Pengaruh Insider Ownership, Investment, Struktur Modal, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Kebijakan Dividen (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018). *<http://repository.upstegal.ac.id/673/>*
- Suci Wahyuliza dan Ratna Fahyani. (2019). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal Dan Return On Equity Terhadap Kebijakan Dividen Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *<http://ejournal.ildikti10.id/index.php/benefita/article/viewFile/3388/1258>*
- Prasetyo Widyo Iswara. (2017). Pengaruh Rasio Likuiditas, Rasio Profitabilitas, Rasio Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Asset Growth terhadap Kebijakan Dividen (Studi Kasus pada Perusahaan Industri Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015). *<http://repository.nscpolteksby.ac.id/39/>*
- Republika.co.id. (2020, 1 Mei). Survei BPS: Obat dan Pulsa Meningkat di Masa Pandemi. *<https://republika.co.id/berita/survei-bps-obat-dan-pulsa-meningkat-dimasa-pandemi>*. Diakses/Mei/2021
- Katadata.co.id (2020, 11 Agustus). Kebal Pandemi, Laba Tiga Perusahaan Farmasi Semester I Naik Signifikan. *<https://katadata.co.id/agungjatmiko/finansial//kebal-pandemi-laba-tiga-perusahaan-farmasi-semester-i-naik-signifikan>*
- Winarto, Y. (2022, Maret 25). *Industri Farmasi Nasional Tumbuh 10 % Selama Pandemi*. Retrieved from Kontan: *<https://industri.kontan.co.id/news/industri-farmasi-nasional-tumbuh-10-selama-pandemi>*

Analisis Pengaruh Struktur Modal dan Nilai Perusahaan Terhadap Harga Saham (Studi Kasus Pada Perusahaan Sektor *Consumer Goods Industry* Sub Sektor *Tobacco Manufactures* Pada Tahun 2016 – 2020)

Sonny Winujaya¹⁾, Indianik Aminah²⁾

¹⁾Program Studi Manajemen Keuangan, Politeknik Negeri Jakarta

²⁾Program Studi Manajemen Keuangan, Politeknik Negeri Jakarta
Jl. Prof. DR. G. A. Siwabessy, Kota Depok, Jawa Barat 16424

ABSTRACT

The purpose of this study is to find out how the effect of Capital Structure (DER) and Firm Value (Tobins'Q) on stock prices in companies in the Tobacco Manufactures sub-sector that have been on the Indonesia Stock Exchange since 2016 – 2020, as well as the implications of these variables. related in this study to the problems contained in the Tobacco Manufactures sub-sector during that period. The method used in this research is quantitative with associative form, with the data used is semester and obtained from the financial statements of related companies in the period 2016 - 2020. The technique used in sampling is purposive sampling until a sample of 4 companies is obtained. The data analysis method used is the panel data analysis method, this research is processed and tested using Eviews (Econometric Views) Version 9. The results of this study indicate that the capital structure with the debt-to-equity ratio indicator partially has no effect on stock prices, while for Firm value with Tobins'q indicator partially has a significant positive effect on stock prices, and simultaneously all independent (independent) variables significantly affect the dependent variable.

Keywords: Capital Structure, Debt to Equity Ratio, Firm Value, Tobins'Q, Stock Price.

ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana pengaruh Struktur Modal (DER) dan Nilai Perusahaan (Tobins'Q) terhadap Harga Saham pada perusahaan yang berada pada sub sektor *Tobacco Manufactures* yang telah di Bursa Efek Indonesia sejak tahun 2016 – 2020, serta implikasi dari variabel yang terkait dalam penelitian ini terhadap permasalahan yang terdapat pada sub sektor *Tobacco Manufactures* selama periode tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah Kuantitatif dengan bentuk Asosiatif, dengan data yang digunakan yaitu semester dan diperoleh dari laporan keuangan perusahaan yang terkait pada periode 2016 – 2020. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu *purposive sampling* hingga didapatkan sampel sejumlah 4 perusahaan. Metode analisis data yang digunakan yaitu metode analisis data panel, penelitian ini diolah dan diuji menggunakan *software* Eviews (*Econometric Views*) Versi 9. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa struktur modal dengan indikator *debt to equity ratio* secara parsial tidak berpengaruh terhadap harga saham, sedangkan untuk nilai perusahaan dengan indikator *tobins'q* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap harga saham, serta secara simultan semua variabel bebas (*independen*) signifikan mempengaruhi variabel terikatnya.

¹ Corresponding author. E-mail: sonny.winujaya.ak18@mhswnpnj.ac.id

² Corresponding author. E-mail: indianik.aminah@akuntansi.pnj.ac.id

Kata Kunci: Struktur Modal, *Debt to Equity Ratio*, Nilai Perusahaan, Tobins'Q, Harga Saham.

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara terbesar keempat di dunia dengan populasi penduduk yang mencapai 270.203.917 jiwa pada tahun 2020 (Badan Pusat Statistik, 2021) dan berdasarkan sejarah yang ada Indonesia telah menjadi wilayah perdagangan penting sejak abad ke – 7, maka tidak heran jika pada saat ini Indonesia merupakan satu – satunya negara ASEAN yang menjadi anggota G – 20 yang secara resmi bernama *The Group of Twenty (G-20) Finance Ministers and Central Bank Governors* yaitu kelompok yang terdiri dari 19 negara dengan perekonomian besar di dunia ditambah dengan Uni Eropa (g20.org.tr, 2015). Keberhasilan Indonesia menjadi *Economy Global Power* tersebut tidak lain adalah karena pertumbuhan ekonomi yang stabil di setiap tahunnya.

Menurut (Murni, 2016) dalam teorinya mengemukakan bahwa persyaratan yang harus dipenuhi suatu negara agar perekonomiannya dapat berkembang secara stabil atau *steady growth* dalam jangka panjang yaitu perlu adanya Investasi. Secara historis Indonesia dapat dikatakan telah melaksanakan kegiatan investasi sejak lama dan yang menariknya bahwa kegiatan tersebut ternyata sudah dilakukan jauh sebelum Indonesia merdeka, tepatnya pada tahun 1912 di Batavia sejak jaman kolonial Belanda. Pada penelitian ini sektor yang akan diambil adalah sektor barang konsumsi (*consumer goods*), merupakan usaha pengolahan yang mengubah bahan dasar atau setengah jadi menjadi barang jadi yang umumnya dapat dikonsumsi pribadi atau rumah tangga (Kayo, 2020). Dan perusahaan yang akan diteliti lebih lanjut ialah yang berada pada sub sektor produsen tembakau atau rokok (*tobacco manufactures*).

Harga saham yang terletak pada sub sektor produsen tembakau atau rokok (*tobacco manufactures*) ini dapat dikatakan unik, karena walaupun memiliki kesamaan dalam hal produk akan tetapi juga memiliki *range* yang lumayan jauh antar emitennya. Seperti yang telah diketahui bahwa harga saham merupakan sebuah acuan atau indikator utama yang akan dipertimbangkan oleh investor dalam menentukan sahamnya, berikut merupakan perbandingan harga saham tiap emiten yang berada pada sub sektor produsen tembakau atau rokok (*tobacco manufactures*):

Tabel 1
Data Harga Saham Pada Perusahaan Sub Sektor *Tobacco Manufactures*

No	Kode Perusahaan	Harga Saham				
		2016	2017	2018	2019	2020
1	GGRM	53.824	72.919	75.617	49.572	38.348
2	HMSP	3.089	3.923	3.173	1.862	1.422
3	ITIC	-	-	-	2.600	650
4	RMBA	484	380	312	330	340
5	WIIM	400	273	133	160	520

Sumber: Bursa Efek Indonesia, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 1 dapat dilihat bahwa harga saham pada perusahaan yang berada di sub sektor produsen tembakau atau rokok (*tobacco manufactures*) rata – rata mengalami penurunan yang signifikan hingga akhir tahun 2020, kecuali beberapa saham dengan harga yang relative lebih terjangkau mengalami peningkatan yang signifikan. Hal tersebut dapat terjadi karena didukung dengan hadirnya para investor pemula yang hanya melihat dari sisi risiko sistematis tanpa adanya pertimbangan terlebih dahulu mengenai risiko unsistematisnya.

Dalam berinvestasi terdapat dua risiko yaitu risiko sistematis & risiko tidak sistematis. Risiko sistematis (*systematic risk*) adalah risiko yang pada umumnya bersifat sistematis atau sulit untuk

dihindari, contohnya: peningkatan suku bunga, kenaikan inflasi, dsb. Sedangkan Risiko tidak sistematis (*unsystematic risk*) merupakan suatu risiko yang bersumber dari pengaruh internal perusahaan yang dapat mengakibatkan penyimpangan pada tingkat pengembalian yang mungkin akan dapat dikontrol oleh perusahaan, contohnya: risiko likuiditas, risiko kebangkrutan, dsb. Oleh karena itu *unsystematic risk* sendiri merupakan hal yang seharusnya dipertimbangkan terlebih dahulu oleh investor dalam menentukan pilihannya, seperti melihat hasil dari laporan keuangan perusahaan. Karena kenaikan dan penurunan dari harga saham di pasar modal akan berbanding lurus dengan kinerja suatu perusahaan, maka harga saham akan menjadi salah satu indikator dari keberhasilan kinerja perusahaan tersebut.

Berdasarkan permasalahan utama yang terjadi dalam penelitian ini yaitu terjadinya penurunan harga saham yang signifikan pada sub sektor *tobacco manufactures* dan juga terdapatnya perbedaan harga saham pada tiap emitennya walaupun sedang berada dalam kondisi yang sama, oleh karena itu penelitian ini akan mengulas lebih lanjut serta menguji dan membuktikan bagaimana pengaruh antara Struktur Modal dengan Harga Saham? dan antara Nilai Perusahaan akan Harga Saham? serta bagaimana pengaruh dari Struktur Modal dan Nilai Perusahaan secara simultan terhadap Harga Saham dan Implikasinya? Karena hal tersebut tentunya dapat memberikan efek berkelanjutan terhadap harga saham pada perusahaan sub sektor *tobacco manufactures* dimasa yang akan datang dan juga akan cukup berdampak besar bagi pasar modal khususnya pada sektor *consumer goods industry* dan perekonomian Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Sinyal (Signalling Theory)

Signaling Theory didasarkan pada suatu pengertian bahwa informasi yang dimiliki dan diterima oleh setiap individu akan berbeda dan tidak sama atau adanya asimetri informasi (Sintyana & Artini, 2019), dalam hal tersebut manajer perlu memberikan informasi kepada pihak – pihak yang berkepentingan melalui penerbitan laporan keuangan. Karena tanggapan investor terhadap sinyal (petunjuk) positif dan negatif akan sangat mempengaruhi keadaan pasar, oleh karena itu informasi ini akan sangat membantu investor dalam proses pengambilan keputusan dengan melihat prospek perusahaan kedepannya. Maka sangat penting bagi pihak manajemen agar dapat memberikan informasi yang sebenar – benarnya untuk bisa tetap menjaga kepercayaan investor terhadap perusahaannya dengan cara memberikan informasi yang lengkap, relevan, akurat, serta tepat waktu.

Harga Saham

Menurut (Jogiyanto, 2017) dan (Zubir, 2013) dapat disimpulkan bahwa Harga Saham merupakan harga yang terbentuk sesuai dengan permintaan (*Demand*) dan penawaran (*Supply*) yang terjadi antara penjual dan pembeli saham di pasar modal yang nilainya dapat berubah – ubah setiap waktu dan juga merupakan manifestasi atau cerminan dari suatu perusahaan akan pengelolaan dan kinerjanya selama periode yang ditentukan.

Struktur Modal

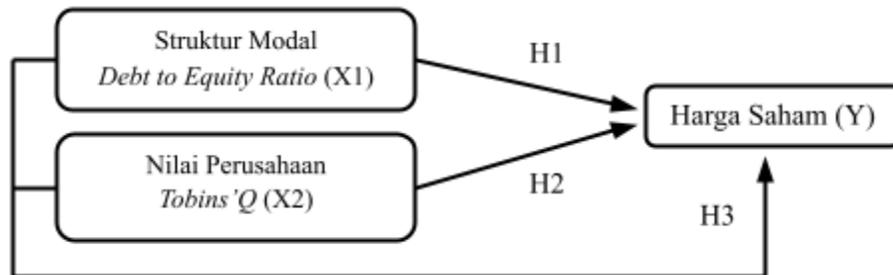
Menurut (Sartono, 2014) dan (Fahmi, 2017) dapat disimpulkan bahwa Struktur Modal merupakan gambaran dari bentuk proposisi finansial perusahaan yaitu antara modal yang dimiliki yang bersumber dari utang jangka panjang (*long-term liabilities*) dan modal sendiri (*shareholder's equity*) yang menjadi sumber pembiayaan suatu perusahaan. Adapun indikator yang digunakan ialah DER (*Debt to Equity Ratio*) yang digunakan untuk mengetahui total ekuitas perusahaan dan kemampuan perusahaan tersebut dalam membayar kewajibannya dengan rumus: Total Utang / Total Ekuitas.

Nilai Perusahaan

Menurut (Brigham & Houston, 2018) dan (Harmono, 2017) dapat disimpulkan bahwa Nilai Perusahaan merupakan hasil kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan, dan nilai perusahaan ini sangat penting karena mencerminkan kinerja suatu perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan tersebut. Adapun indikator yang digunakan pada nilai perusahaan dalam penelitian ini ialah Tobins'Q dengan rumus: $(\text{Kapitalisasi Pasar} + \text{Total Utang}) / (\text{Total Aset})$.

Kerangka Pemikiran

Berikut merupakan struktur dasar kerangka pemikiran dalam penelitian ini:



Hipotesis

Berlandaskan kerangka pemikiran tersebut maka diperoleh hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H1: Struktur Modal berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Harga Saham.

H2: Nilai Perusahaan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Harga Saham.

H3: Struktur Modal dan Nilai Perusahaan berpengaruh secara simultan dan bersifat relevan terhadap Harga Saham.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif, merupakan ilmu dan seni yang berkaitan dengan tata cara (metode) pengumpulan data, analisis data, dan interpretasi terhadap hasil analisis untuk bisa mendapatkan informasi untuk penarikan kesimpulan dan pengambilan keputusan. Dengan bentuk Asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan ataupun adanya hubungan antar dua variabel atau lebih.

Objek penelitian

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah perusahaan yang berada pada *sub sector tobacco manufactures* yang memiliki laporan keuangan lengkap sejak tahun 2016 – 2020. Alasan dari pemilihan sub sektor tersebut selain dari adanya permasalahan utama mengenai harga sahamnya ialah dikarenakan adanya kesenjangan atau terdapatnya sebuah perbedaan yang signifikan antara data yang ada dengan realita yang terjadi pada perusahaan dalam sub sektor ini serta belum banyak penelitian yang membahas mengenai *sub sector* tersebut khususnya dengan variabel yang terkait pada penelitian ini.

Metode Pengambilan Sampel

Berikut merupakan daftar populasi dalam penelitian ini, diantaranya: *Cosmetics & Household sejumlah 7 emiten, Food & Beverages sejumlah 36 emiten, Houseware sejumlah 7 emiten, Others*

Consumer Goods Industry sejumlah 6 emiten, *Pharmaceuticals* sejumlah 13 emiten, dan terakhir *Tobacco Manufacturers* sejumlah 5 emiten dengan total keseluruhan sejumlah 74 emiten.

Kriteria sampel pada penelitian ini ialah perusahaan yang berada pada sub sektor *tobacco manufactures* yang telah beroperasi dan terdaftar di BEI sejak 2016 – 2020, diantaranya ialah sebagai berikut:

1. Perusahaan *Consumer and Goods Industry* yang terdaftar di BEI total 74 Emiten.
2. Dikurangi dengan perusahaan yang termasuk ke dalam Sub Sektor *Tobacco Manufactures*: total (69)
3. Dikurangi dengan perusahaan yang telah beroperasi dan terdaftar di BEI sejak 2016 – 2020: total (1)
4. Diperoleh jumlah Sampel Perusahaan dengan total 4 Emiten.
5. Jumlah Data yang diperoleh dari: (4 sampel x (5 Tahun x 2 Semester)) dengan total Observasi 40.

Berdasarkan hasil kriteria pengambilan sampel diketahui bahwa perusahaan yang akan menjadi objek penelitian diantaranya ada: PT Gudang Garam Tbk (GGRM), PT Handjaya Mandala Sampoerna Tbk (HMSP), PT Bantoel International Investama Tbk (RMBA), dan PT Wismilak Inti Makmur Tbk (WIIM).

Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam pengolahan pada penelitian ini adalah data Sekunder dan Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui Dokumentasi dengan cara seperti: mengkaji jurnal, makalah, buku – buku, dan sumber lainnya. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari situs resmi seperti: www.idx.co.id, www.finance.yahoo.com, dsb. Maka selanjutnya data tersebut akan diakumulasikan lalu direkapitulasi sesuai dengan indikator yang telah ditentukan melalui Microsoft Excel, yang nantinya akan diolah dan diuji menggunakan *software* Eviews (*Econometric Views*) Versi 9 yang berfungsi untuk mengolah data statistik dan ekonometri.

Metode Analisa Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah Data Panel (*pooled data*), menurut (Caraka & Yasin, 2017) data panel adalah gabungan antara data runtun waktu (*time series*) dan data silang (*cross section*).

Estimasi Regresi Data Panel

Dalam estimasi regresi data panel terdapat tiga kategori model, diantaranya ada:

1. *Common Effect Model* dengan Pendekatan *Ordinary Least Square* (OLS)
2. *Fixed Effect Model* dengan Pendekatan *Least Square Dummy Variable* (LSDV)
3. *Random Effect Model* dengan Pendekatan *Generalized Least – Square* (GLS)

Pemilihan Model Estimasi Regresi Data Panel

1. Chow Test (Uji Chow): Chow test digunakan untuk memilih kedua model diantara Model *Common Effect* dan Model *Fixed Effect*. Asumsi bahwa setiap unit *cross section* memiliki perilaku yang sama cenderung tidak realistis mengingat dimungkinkannya setiap unit *cross section* memiliki perilaku yang berbeda menjadi dasar dari uji chow.
2. Hausman Test (Uji Hausman): Uji hausman digunakan untuk membandingkan model *Fixed Effect* dengan *Random effect*. Alasan dilakukannya uji hausman didasarkan pada model *fixed effect model* yang mengandung suatu unsur *trade off* yaitu hilangnya unsur derajat bebas dengan memasukkan variabel *dummy* dan model *Random Effect* yang harus memperhatikan ketiadaan pelanggaran asumsi dari setiap komponen galat.
3. Lagrange Multiplier Test (Uji LM): Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat unsur heteroskedastisitas pada model yang dipilih.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas Data: Uji normalitas data digunakan untuk menguji apakah dalam variabel independent dan dependent atau kedua variabel mempunyai distribusi normal atau tidak dengan ketentuan nilai signifikan diatas 0.05 (Ghozali, 2016).
2. Uji Multikolineritas: Uji multikolineritas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent, efek dari multikolineritas yaitu menyebabkan tingginya variabel pada sampel yang berarti memiliki standar *error* yang besar. (Ghozali, 2016).

Uji Hipotesis

1. Uji Statistik t: Uji ini digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial dalam menerangkan variasi variabel dependen dan digunakan untuk mengetahui apakah ada atau tidak pengaruh dari masing – masing variabel independent yang diuji pada tingkat signifikansi 0.05 (Ghozali, 2016).
2. Uji Statistik F: Uji Statistik F ini menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas bersama – sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2016).

Uji Koefisiensi Determinasi (R²)

Uji Koefisiensi Determinasi (R²) pada intinya dapat mengukur seberapa jauh kemampuan mengenai model dalam menerangkan variabel dependen, nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang rendah artinya kemampuan mengenai variabel – variabel independen dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen amat terbatas, nilai yang telah mendekati 1 (satu) berarti variabel – variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi pada variabel dependen (Ghozali, 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Pemilihan Model

Tabel 2

Hasil Uji Pemilihan Model

Uji Chow	<i>Cross Section</i> F > 0.05 (CEM)	0.0000	FEM
	<i>Cross Section</i> F < 0.05 (FEM)		

Uji Hausman	Probabilitas > 0.05 (REM) Probabilitas < 0.05 (FEM)	0.8502	RE M
Uji Langerange	Prob. Breusch – Pagan > 0.05 (CEM)	(0.0000)	RE M
Multiplier (LM)	Prob. Breusch – Pagan < 0.05 (REM)		

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2022

Berdasarkan hasil uji pemilihan model pada Tabel 2 maka dapat disimpulkan bahwa uji terbaik yang dapat dijalankan dalam penelitian ini ialah *Random Effect Model* (REM), dan berlandaskan pada ketentuan uji *random effect model* yang melalui pendekatan *Generalized Least – Square* (GLS) maka dalam uji asumsi klasik hanya diperlukan uji Normalitas Data dan uji Multikolinearitas.

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas Data: Berdasarkan hasil output uji normalitas data diketahui bahwa nilai *probability* sebesar 0.407112 > dibandingkan dengan taraf signifikansi 0.05, maka H0 diterima. Kesimpulannya menyatakan bahwa data residual pada model regresi terdistribusi normal.
2. Uji Multikolinearitas: Berdasarkan hasil output pada uji multikolinearitas diperoleh bahwa nilai korelasi dari masing – masing variabel bebas < 0.85 maka H0 ditolak, kesimpulannya menyatakan bahwa tidak terdapat multikolinearitas antar variabel bebas pada model regresi.

Hasil Uji Regresi Data Panel

Tabel 3
Hasil *Random Effect Model*

Method: Panel EGLS (<i>Cross-section random effects</i>)				
Periods included: 10				
Cross-sections included: 4				
Total panel (balanced) observations: 40				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	6.919759	1.798279	3.847990	0.0005
X1	0.282164	0.211798	1.332235	0.1909
X2	0.181399	0.033459	5.421460	0.0000
Weighted Statistics				
R-squared	0.456610	Mean dependent var	0.163434	
Adjusted R-squared	0.427237	S.D. dependent var	0.316071	
S.E. of regression	0.239206	Sum squared resid	2.117118	
F-statistic	15.54552	Durbin-Watson stat	1.344249	
Prob(F-statistic)	0.000013			

Sumber: Data Diolah Eviews 9, 2022

Berdasarkan hasil output pada Tabel 3 diperoleh bahwa nilai R-squared sebesar 0.456610 dengan koefisien korelasi $\sqrt{0.456610} = 0.675729$ yang menyatakan bahwa hubungan antara variabel x dan y adalah searah dan dapat dikatakan kuat, karena hasil nilai dari koefisien korelasi mendekati 1. Adapun hasil persamaan regresi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Ln Harga Saham (C)} = 6.919759 + 0.282164 \text{ Struktur Modal (X1)} + 0.181399 \text{ Nilai Perusahaan (X2)}$$

Uji Hipotesis

1. Uji Statistik t

Dengan ketentuan $df = (n - k - 1)$, n: merupakan observasi sedangkan k: merupakan jumlah variabel independen, maka diperoleh Hasil Nilai T-tabel sebesar 1.68709. Berdasarkan Hasil Tabel 3 menunjukkan bahwa:

- 1) Nilai T-hitung struktur modal (X1) sebesar $1.332235 <$ dibandingkan dengan nilai T-tabel 1.68709 dan Prob $0.1909 >$ taraf signifikansi 0.05 , Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X1 Tidak Berpengaruh dan Tidak Signifikan terhadap Y.
- 2) Nilai T-hitung nilai perusahaan (X2) sebesar $5.421460 >$ dibandingkan dengan nilai T-tabel 1.68709 dan Prob $0.0000 <$ taraf signifikansi 0.05 , Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X2 Berpengaruh dan Signifikan terhadap Y.

2. Uji Statistik F

Dengan ketentuan $df\ 1 = (i - 1)$ dan $df\ 2 = (n - (k + i))$, i : merupakan jumlah sampel, n : merupakan jumlah observasi, sedangkan k : merupakan jumlah variabel independen, maka diperoleh Hasil Nilai F-Tabel sebesar 2.88 . Berdasarkan Hasil pada Tabel 3 menunjukkan bahwa diperoleh Nilai F-Hitung sebesar $15.54552 >$ dibandingkan dengan nilai F-Tabel 2.88 dan Prob $0.000013 <$ taraf signifikansi 0.05 , Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas (independen) Secara Simultan dan Signifikan Mempengaruhi Variabel Terikatnya.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Berdasarkan hasil pada Tabel 3 menunjukkan bahwa diperoleh Nilai Adjusted R-squared sebesar 0.427237 dengan ketentuan $KD = \text{Adjusted R-Square} \times 100\% = 0.427237 \times 100\% = 42.72\%$. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas (independen) memiliki Kontribusi sebesar 42.72% , sedangkan untuk sisanya yaitu sebesar 57.28% merupakan Kontribusi dari variabel lainnya.

Pembahasan Hasil Penelitian

1. Analisis Pengaruh Struktur Modal Terhadap Harga Saham

Bersumber pada hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Struktur Modal (DER) Tidak Berpengaruh dan Tidak Signifikan terhadap Harga Saham (Y), Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Rohmah et al., 2019) yang menyatakan bahwa *Debt to Equity Ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Maka hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa setiap kali variabel Struktur Modal (DER) mengalami peningkatan ataupun penurunan sebesar 1 satuan, tidak akan mempengaruhi kenaikan ataupun penurunan secara langsung kepada harga saham.

2. Analisis Pengaruh Nilai Perusahaan Terhadap Harga Saham

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Nilai Perusahaan (Tobins'q) Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Harga Saham (Y), Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Aprilyani & Handayani, 2020) dan juga hasil penelitian yang dilakukan oleh (Saputra & Martha, 2019) yang menyatakan bahwa nilai perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Maka hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa setiap kali variabel Nilai Perusahaan (Tobins'q) mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka akan langsung mempengaruhi kenaikan terhadap harga saham sebesar 0.181399 satuan.

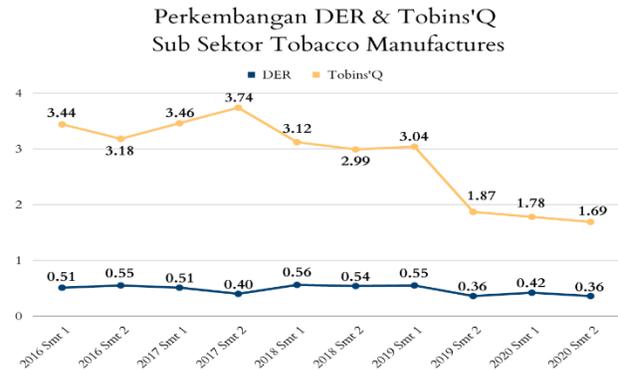
3. Analisis Pengaruh Struktur Modal dan Nilai Perusahaan Secara Simultan Terhadap Harga Saham

Berlandaskan hasil koefisien regresi pada Tabel 3 diperoleh Nilai Konstanta (C) sebesar 6.919759 , artinya bahwa variabel Struktur Modal (DER) dan Nilai Perusahaan (Tobins'q) dianggap Konstan dengan Arah Positif. Lalu berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh hasil bahwa DER dan Tobins'q Secara Simultan dan Signifikan Mempengaruhi Variabel Harga Saham. Selain itu hasil dari penelitian diperoleh Nilai Adjusted R-squared sebesar 42.72% , maka dapat disimpulkan bahwa DER dan Tobins'q memiliki Kontribusi sebesar 42.72% , sedangkan untuk sisanya yang sebesar 57.28% merupakan Kontribusi dari variabel lainnya.

4. Analisis Implikasi Antar Variabel



Gambar 2 Rata – Rata Harga Saham Pada Sub Sektor Tobacco Manufactures



Gambar 3 Rata – Rata DER & Tobins'Q Pada Sub Sektor Tobacco Manufactures

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2022

Mengacu pada Gambar 2 dapat dilihat bahwa rata – rata harga saham pada sub sektor *tobacco manufactures* selama akhir periode 2018 – akhir periode 2020 mengalami penurunan yang signifikan, namun yang menarik selain hal tersebut yaitu dikarenakan harga dari masing – masing emiten pada sub sektor *tobacco manufactures* tidak sepenuhnya seperti apa yang dipikirkan. Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 1 yang menunjukkan bahwa harga saham pada perusahaan dengan nilai kapitalisasi saham yang besar mengalami penurunan yang signifikan bahkan bisa mencapai setengah harga, namun yang menarik ialah harga pada perusahaan yang relatif lebih terjangkau justru mengalami peningkatan yang signifikan seperti WIIM yang mengalami peningkatan 3x lebih besar dari harga sebelumnya. Penurunan rata – rata harga saham pada sub sektor *tobacco manufactures* ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya:

- 1) Anjloknya IHSG: Jatuhnya IHSG pada akhir tahun 2018 sebesar -2.54% (Saleh, 2018) dan tentunya penurunan indeks selama setahun ini tidak terlepas dari sejumlah sentimen negatif, seperti: pertumbuhan ekonomi Indonesia yang belum beranjak dari 5% , depresiasi nilai tukar rupiah, defisit neraca perdagangan, hingga sentimen luar negeri seperti: perang dagang, dsb.
- 2) Meningkatnya Tarif Bea Cukai Rokok: Pemerintah menetapkan rata – rata kenaikan tarif cukai hasil tembakau (CHT) atau cukai rokok sebesar 23% pada tahun 2020 dan kenaikan cukai rokok ini lebih tinggi dibandingkan dengan tahun – tahun sebelumnya yang hanya sekitar $10.04\% - 11.19\%$ (Karnadi, 2021), dengan peningkatan yang terjadi hingga akhir tahun sebesar 12.96% sejak tahun 2018.
- 3) Dampak Pandemi Covid – 19: Menurut (Rachmiaty, 2022) salah satu kelompok yang dinilai sangat rentan untuk terinfeksi virus Corona adalah seorang perokok. Covid – 19 dinilai sangat berbahaya bagi perokok, terutama bagi yang memiliki komorbid seperti: penyakit jantung, hipertensi, diabetes dan kanker. Karena fungsi dari paru – paru akan makin menurun, sehingga penderitanya akan sangat berisiko untuk mengalami sesak napas yang bahkan bisa berakibat fatal, adapun beberapa komplikasi berbahaya akibat Covid – 19 yang dapat dialami oleh seorang perokok, diantaranya seperti: *Pneumonia*, *Acute respiratory distress syndrome* (ARDS) atau sindrom gangguan pernapasan akut, dan gagal pernapasan akut. Oleh karena itu asumsi masyarakat sangat melekat bahwa rokok berbahaya pada saat kondisi pandemi covid – 19 dan bahkan memungkinkan untuk merenggut nyawa dari pelakunya itu sendiri.

Berdasarkan perbedaan harga yang terletak pada Tabel 1 diketahui bahwa sebagian investor lebih memilih untuk beralih ke sektor lainnya dikarenakan ke tiga faktor tersebut yang mengindikasikan bahwa sub sektor *tobacco manufactures* ini sedang tidak baik – baik saja, sedangkan sebagian investor lainnya yang memahami bahwa kinerja perusahaan pada sub sektor ini masih terbilang bagus karena walaupun

sedang menghadapi kondisi yang tidak mendukung namun kinerjanya masih stabil bahkan masih bisa meningkat. Jika dilihat dari laporan keuangan emiten rokok ini tidak terlalu buruk, misalnya seperti: GGRM yang bahkan mampu untuk mencatatkan kenaikan laba bersih di tahun 2017 sebesar 16.07% dari Rp 6.67 triliun menjadi Rp 7.75 triliun. Walaupun rata – rata emiten rokok mengalami peningkatan beban namun pada kenyataannya itu bukan menjadi sentimen negatif jika perusahaan mampu untuk meningkatkan laba bersihnya meskipun dengan beban yang melonjak.

Adapun hal lain yang mendukung sebagian investor tersebut untuk bertahan dan memilih saham pada sub sektor rokok ini yaitu dikarenakan konsumen dari rokok itu sendiri di Indonesia terbilang sangat banyak dan kebiasaan tersebut pun sangat sulit untuk dihentikan, oleh karena itu akan sangat sulit untuk memisahkan rokok dari kehidupan masyarakat di Indonesia. Hal ini juga didukung oleh riset yang dilakukan oleh (Rachmiaty, 2022) yang menyatakan bahwa walaupun tengah berada dalam kondisi pandemi covid – 19, namun ternyata konsumsi rokok masyarakat di Indonesia selama pandemi ini sebesar 50.2% dan tidak berkurang bahkan mengalami peningkatan sebesar 15.2% meskipun dengan pendapatan rumah tangga yang cenderung menurun. Intensitas belanja rokok tetap tinggi dikarenakan mudahnya akses dan besarnya variasi pilihan rokok yang terjual di pasaran, dan sekitar 25% perokok melakukan *shifting* ke produk rokok yang lebih murah selama pandemi.

Dikarenakan kondisi yang masih tidak memungkinkan maka sebagian investor tersebut akhirnya lebih memilih untuk berinvestasi pada perusahaan rokok dengan harga saham yang lebih terjangkau, dengan harapan setelah kondisi kembali seperti semula maka harga rokok pada saham tersebut akan berada pada titik puncaknya sehingga akan sangat memungkinkan untuk bisa mendapatkan keuntungan yang maksimal dari saham pada sub sektor *tobacco manufactures*. Pada Gambar 3 dapat dilihat bahwa perkembangan rata – rata variabel Struktur Modal dengan indikator DER berada pada kondisi yang stabil selama awal periode 2016 hingga akhir tahun 2020 dengan hasil rata – rata sebesar 0.47, berdasarkan ketentuan rasio DER hal tersebut tentunya merupakan suatu kondisi yang bagus karena hasil maupun rata – rata pada sub sektor *tobacco manufactures* masih berada pada tingkatan yang baik yaitu < 1 . Dapat disimpulkan bahwa tiap perusahaan yang berada pada sub sektor *tobacco manufactures* ini sudah melakukan usaha yang maksimal dalam memenuhi seluruh kewajibannya.

Variabel selanjutnya yaitu Nilai Perusahaan dengan indikator Tobins'q dapat dilihat bahwa perkembangannya mengalami penurunan yang signifikan dari 8.84% pada akhir tahun 2017 hingga mencapai -29.21% pada akhir tahun 2020. Namun dari hasil rata – rata sejak awal tahun 2016 sampai dengan akhir tahun 2020 variabel tobins'q ini memiliki nilai sebesar 2.83, berdasarkan ketentuan rasio tobins'q hal tersebut tentunya merupakan suatu kondisi yang masih terbilang bagus karena hasil maupun rata – rata pada sub sektor *tobacco manufactures* masih berada pada tingkatan yang baik yaitu > 1 . Maka hal tersebut menunjukkan bahwa nilai dari perusahaan (*value company*) masih lebih besar dibandingkan dengan nilai aset yang dicatat atau dimiliki oleh perusahaan, dan hal tersebut mengindikasikan bahwa pelaku pasar (investor) memberikan penilaian lebih (*value added*) terhadap perusahaan.

Mengacu pada hasil penelitian ini yang membuktikan bahwa nilai perusahaan dengan indikator tobins'q berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham tidaklah terlepas dari komponen pembentuk dari indikator itu sendiri yang tentunya mempengaruhi hasil dari penelitian ini selain harga sahamnya, yaitu ada: total liabilitas dan total aset. Berdasarkan data rata – rata sub sektor *tobacco manufactures* diperoleh hasil bahwa total liabilitasnya mengalami penurunan yang signifikan dari -1.13% hingga mencapai -9.86% dan total asetnya mengalami peningkatan yang signifikan dari -7% hingga mencapai 5.66% pada akhir tahun 2020, hal tersebut mengindikasikan bahwa perusahaan pada sub sektor *tobacco manufactures* sudah memaksimalkan kinerja perusahaannya dari sisi pembentuk indikator tobins'q.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa letak permasalahan utama bukanlah pada kinerja perusahaan yang membuat harga saham pada sub sektor *tobacco manufactures* ini mengalami penurunan, akan tetapi lebih mengacu pada kondisi yang sedang dialami oleh sub sektor *tobacco manufactures* itu sendiri. Karena jika di telaah lebih lanjut dari sisi laporan keuangannya maka dapat dikatakan bahwa perusahaan sudah berusaha secara maksimal untuk menstabilkan bahkan meningkatkan kerjanya, sedangkan masalah utama disini terletak pada Risiko Sistematis.

Risiko Sistematis yang terdapat dalam penelitian ini diantaranya ada: Anjloknya IHSG, Kebijakan Pemerintah (Tarif Bea Cukai Rokok), Pandemi Covid – 19, dan letak Kepercayaan Masyarakat (Investor). Karena hal tersebut, maka yang dapat dilakukan oleh perusahaan yang berada dalam sub sektor *tobacco manufactures* ini diantaranya ialah:

- 1) Melakukan Konvensi dengan Pemerintahan guna meminimalisir tarif dari bea cukai rokok itu sendiri agar dapat lebih meningkatkan kinerja perusahaan dan membuat asumsi masyarakat terhadap saham rokok juga dapat membaik.
- 2) Tetap memberikan kontribusi terbaik dari sisi Fundamental dan menunggu hingga nilai IHSG dapat kembali membaik seperti sebelumnya.
- 3) Membuat Produk yang dapat melebihi harapan pelanggan (konsumen) dengan cara melakukan terobosan baru (inovasi):
 - a) Meningkatkan *size* rokok baik dari panjang maupun diameternya, dan tentunya juga dengan harga yang lebih terjangkau.
 - b) Melakukan *research* lebih lanjut untuk Menurunkan Tingkatan pada Zat – Zat yang terkandung di dalamnya, seperti: Tar, Karbon Monoksida, Nikotin, dan zat – zat lainnya hingga mencapai titik terendah (minimum). Jika memungkinkan yaitu untuk menghilangkan kandungan tersebut dan menggantinya dengan kandungan lain sehingga aman untuk dikonsumsi secara kontinu.

Dengan tujuan untuk mendapatkan kembali Kepercayaan Masyarakat dan meyakinkan (investor) bahwa saham pada sub sektor *tobacco manufactures* ini akan tetap bertahan dan masih akan terus berkembang.

- 4) Berharap Pandemi Covid – 19 dapat segera usai dan situasi dapat kembali normal seperti sedia kala.

Adapun Kelemahan dalam Penelitian ini terletak pada keterbatasan akan hasil solusi atas permasalahan utama yang terjadi pada sub sektor *tobacco manufactures* karena termasuk ke dalam suatu hal yang sulit untuk dihindari. Sedangkan untuk Kelebihan dalam Penelitian ini ialah terdapatnya analisis lebih lanjut mengenai permasalahan yang muncul dalam penelitian sehingga membuat berbeda dengan penelitian lainnya.

KESIMPULAN

- 1) Secara Parsial, Struktur Modal dengan indikator *Debt to Equity Ratio* Tidak Berpengaruh dan Tidak Signifikan terhadap Harga Saham. Maka hal tersebut menunjukkan bahwa setiap kali variabel Struktur Modal (DER) mengalami peningkatan ataupun penurunan sebesar 1 satuan, tidak akan mempengaruhi kenaikan ataupun penurunan kepada harga saham.
- 2) Secara Parsial, Nilai Perusahaan dengan indikator Tobins'q Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Harga Saham. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap kali variabel Nilai Perusahaan (Tobins'q) mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka akan langsung mempengaruhi kenaikan terhadap harga saham sebesar 0.181399 satuan.
- 3) Secara Simultan, Struktur Modal dan Nilai Perusahaan Berpengaruh dan Signifikan terhadap Harga Saham. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh Nilai Adjusted R-squared yang sebesar 0.427237 maka

dapat disimpulkan bahwa DER dan Tobins'q memiliki Kontribusi sebesar 42.72%, sedangkan untuk sisanya yang sebesar 57.28% merupakan Kontribusi dari variabel lainnya.

Saran

Penelitian Selanjutnya dapat menggunakan sektor ataupun sub sektor lainnya yang belum pernah dijadikan objek penelitian, agar relevansi atas hasil penelitian ini dapat menjadi lebih luas dan bisa mendapatkan gambaran secara umum. Begitu juga dengan variabel independennya bisa seperti: *herd behavior* untuk mengetahui mengapa banyak investor yang mudah membeli ataupun menjual saham hanya karena mengikuti rekomendasi tanpa adanya analisis secara pribadi terlebih dahulu, serta dengan mengganti periode terkait penelitian yang akan dilakukan dengan tahun terbaru ataupun memperpanjang masa periodenya untuk mengetahui apakah masih terdapat relevansi terkait hasil penelitian ini.

Selanjutnya sebaiknya mencoba untuk Melakukan Konvensi dengan Pemerintahan, Tetap memberikan kontribusi terbaik dari sisi Fundamental, Membuat Produk yang dapat melebihi harapan pelanggan (konsumen) dengan cara melakukan terobosan baru (inovasi) dengan tujuan untuk mendapatkan kembali Kepercayaan Masyarakat dan meyakinkan (investor) bahwa saham pada sub sektor *tobacco manufactures* ini akan tetap bertahan dan masih akan terus berkembang. Dan bagi investor cobalah untuk lebih mengerti dan memahami tentang arti sebuah perjuangan, maksudnya ialah mencoba untuk lebih memahami keadaan fundamental dari sebuah perusahaan yang telah berjuang untuk meningkatkan kinerjanya dalam suatu kondisi yang tidak mendukung untuk berkembang bahkan bertahan.

DAFTAR PUSTAKA

Artikel Jurnal

- Aprilyani, F., & Handayani, N. (2020). Pengaruh Analisis Fundamental dan Nilai Perusahaan Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan *Food And Beverage*. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 9 No 5.
- Bela, A., & Ardini, L. (2020). Pengaruh Kebijakan Manajemen Keuangan Dan *Profitabilitas* Terhadap Harga Saham Pada Indeks LQ45. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9 No 2, 5.
- Mariyanti, & Tobing, V. C. L. (2021). Pengaruh *Profitabilitas, Likuiditas* dan Nilai Perusahaan Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan LQ45 di Bursa Efek Indonesia.
- Rohmah, R., Muslich, M., & Rahadi, D. R. (2019). Pengaruh Keputusan Investasi terhadap harga saham (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI). *Jurnal Kewiraan, Akuntansi, dan Manajemen Tri Bisnis.*, 1 No 1.
- Sakia, B. (2019). Pengaruh Kebijakan Dividen, Nilai Perusahaan dan *Profitabilitas* Terhadap Harga Saham Perusahaan LQ45. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 8 No 4.
- Saputra, J., & Martha, L. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan Terhadap Harga Saham (Perusahaan Sektor *Finance* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 – 2017). *Academic Conference For Management I*, 1, 313 – 327. <https://doi.org/10.6084/m9.figshare>.
- Sintyana, I. P. H., & Artini, L. G. S. (2019). Pengaruh *Profitabilitas*, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen*, 8 No 2.

Buku

- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2018). *Dasar - dasar Manajemen Keuangan* (M. Masykur (ed.) ;Edisi14). Salemba Empat. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1186849>
- Caraka, R. E., & Yasin, H. (2017). *Spatial Data Panel*. WADE Group. <http://eprints.undip.ac.id/63186/>
- Fahmi, I. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. Alfabeta.
- Ghozali, I. (2016). *Analisis Multivariate* (8 Vol. 8). Mazda Media.

- Harmono. (2017). Manajemen Keuangan. Bumi Aksara.
- Houston, E. F. B. dan J. F. (2014). Dasar - dasar Manajemen Keuangan Buku 1 (11th ed.). Salemba Empat.
- Jaya, I. (2019). Penerapan Statistik Untuk Penelitian Pendidikan. Kencana.
- Jogiyanto, H. (2017). Teori Portofolio dan Analisis Investasi. BPFE Yogyakarta.
- Murni, A. (2016). Ekonomi Makro (Edisi Revisi). PT Refika Aditama.
- Sartono, A. (2014). Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi (Edisi Keempat). BPFE Yogyakarta.
- Zubir, Z. (2013). *Management Portofolio: Penerapannya dalam Investasi Saham*. Salemba Empat.

Website

- Badan Pusat Statistik. (2021). Hasil Sensus Penduduk 2020. www.Bps.Go.Id. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/01/21/1854/hasil-sensus-penduduk-2020.html>
- g20.org.tr. (2015). *G20 Members*. G20.Org.Tr. <http://g20.org.tr/about-g20/g20-members/index.html>
- Karnadi, A. (2021). *Berapa Kenaikan Cukai Rokok Setiap Tahunnya?* DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/bursa-keuangan/detail/berapa-kenaikan-cukai-rokok-setiap-tahunnya>
- Kayo, E. S. (2020). *9 Sektor BEI beserta daftar sub sektornya*. www.Sahamok.Net. <https://www.sahamok.net/emiten/sektor-bei/>
- Rachmiaty, R. (2022). Rokok dan Pandemi Covid-19: Pandemi Tidak Berdampak Terhadap Konsumsi Rokok. <Http://P2ptm.Kemkes.Go.Id/.http://p2ptm.kemkes.go.id/kegiatan-p2ptm/dki-jakarta/rokok-dan-pandemi-covid-19-pandemi-tidak-berdampak-terhadap-konsumsi-rokok>
- Saleh, T. (2018). Kinerja IHSG 2018, Terburuk dalam 3 Tahun. Cnbcindonesia.Com. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20181231120250-17-48509/kinerja-ihsg-2018-terburuk-dalam-3-tahun>

Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris, Dewan Direksi dan Komite Audit Terhadap Nilai Perusahaan Pada Indeks Kompas100 Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018-2020

Syifa Khoirunnisa¹⁾,
syifa.khoirunnisa.ak18@mhs.wpnj.ac.id
Indianik Aminah²⁾,
indianik.aminah@akuntansi.pnj.ac.id

Program Studi Manajemen Keuangan Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of the size of the Board of Commissioners, Board of Directors and Audit Committee on firm value partially and simultaneously. The population of this study are all Kompas100 Index stock companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The sampling technique used purposive sampling method and the samples obtained were 66 companies. This research method uses quantitative data types and the data analysis method used is panel data regression analysis. The results showed that partially the size of the board of commissioners and the size of the audit committee had a positive effect on firm value, while the size of the board of directors had no effect on firm value. Simultaneously the size of the board of commissioners, the size of the board of directors and the size of the audit committee have an effect on firm value.

Keywords: *Size of the Board of Commissioners, Size of the Board of Directors, Size of the Audit Committee and Company Value.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Ukuran Dewan Komisaris, Dewan Direksi dan Komite Audit terhadap nilai perusahaan secara parsial dan simultan. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh perusahaan saham Indeks Kompas100 yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia. Teknik pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling* dan sampel yang didapat yaitu 66 perusahaan. Metode penelitian ini menggunakan jenis data yang bersifat kuantitatif dan metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi data panel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Ukuran Dewan Komisaris dan Ukuran Komite Audit berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan Ukuran Dewan Direksi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Secara simultan Ukuran Dewan Komisaris, Ukuran Dewan Direksi dan Ukuran Komite Audit memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata-Kata Kunci: Ukuran Dewan Komisaris, Ukuran Dewan Direksi, Ukuran Komite Audit dan Nilai Perusahaan

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada era globalisasi, ilmu pengetahuan serta teknologi informasi telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Perkembangan ilmu pengetahuan tersebut memiliki peran penting untuk perekonomian dunia. Dampak positif dengan adanya ilmu pengetahuan dan teknologi informasi ini menciptakan persaingan antar perusahaan-perusahaan untuk meningkatkan kinerja keuangan untuk mencapai tujuan perusahaan. Perusahaan memiliki suatu tujuan yang ingin dicapai yaitu memaksimalkan kesejahteraan bagi para pemegang saham.

Perusahaan korporasi yang memiliki ukuran relatif besar biasanya terdapat pemisahan antara fungsi kepemilikan dan pengelolaan perusahaan. Pemilik yang bertindak sebagai penyedia modal perusahaan, mendelegasikan pengelolaan perusahaan kepada manajer dan apat di lihat adanya teori keagenan (*agency theory*). Menurut (Supriyono, 2018) teori keagenan (*agency theory*) menjelaskan bahwa antara agen dan principal (pemberi kontrak) sering memiliki perbedaan kepentingan. Tindakan manajer yang mementingkan diri sendiri dan mengabaikan kepentingan pemegang saham menimbulkan kerugian besar bagi pihak pemegang saham. Oleh karena itu, untuk menjaga kepercayaan investor, maka perusahaan harus melakukan pengelolaan yang baik yaitu dengan menerapkan *Good Corporate Governance* (GCG).

Good Corporate Governance (GCG) adalah suatu konsep yang diajukan untuk mengatasi masalah keagenan. GCG membantu meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan. Perusahaan harus melakukan pengelolaan yang baik, maka perusahaan harus menerapkan *good corporate governance*. Apabila perusahaan dapat meningkatkan keuntungan serta mengurangi tingkat risiko kerugian perusahaan di masa yang akan datang dan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Pada penelitian ini menggunakan tiga mekanisme untuk mengukur *good corporate governance* yaitu ukuran dewan komisaris independen, ukuran dewan direksi dan komite audit. Menurut (Effendi, 2016) mekanisme *Good Corporate Governance* (GCG) memiliki komite audit yang menetapkan nilai positif agar informasi yang disajikan tidak dimanipulasi.

Dewan komisaris sebagai suatu sistem untuk mengawasi mekanisme manajemen, memberikan arahan pada pengelola perusahaan serta tidak memiliki hubungan bisnis atau kemampuan untuk bertindak independen. Dewan komisaris dapat diukur dengan jumlah anggota dewan komisaris. Peningkatan jumlah anggota dewan komisaris mempengaruhi peningkatan efektivitas pengawasan serta meningkatkan keberhasilan nilai perusahaan. Dewan direksi adalah organ perseroan yang bertanggung jawab atas pelaksanaan, pengelolaan usaha perusahaan. Komite audit adalah komite yang dibentuk oleh dewan komisaris untuk mendukung pelaksanaan fungsi pengawasan terhadap kinerja direksi, bertanggung jawab untuk mengaudit laporan keuangan perusahaan dalam mengelola risiko.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Thendean & Meita, 2018) menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris dan ukuran dewan direksi tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dikarenakan variable ukuran dewan komisaris memiliki hubungan yang berlawanan arah dengan nilai perusahaan, dimana semakin tinggi ukuran dewan komisaris maka semakin menurun perusahaan. Penelitian sebelumnya memilih data perusahaan asuransi dengan periode 2011-2015. Sedangkan menurut penelitian (Ahmad, Lullah, & Siregar, 2020) menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dikarenakan nilai variabel independen mengalami kenaikan maka akan terjadi kenaikan pada variabel dependen. Penelitian sebelumnya memilih data perusahaan manufaktur dengan periode 2016-2018.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Carolina, Vernnita, & Christiawan, 2020) dengan periode 2015-2019 dan (Sukandar & Rahardja, 2014) dengan periode 2010-2012, menyatakan bahwa ukuran dewan direksi memperkuat hubungan antar nilai perusahaan serta memiliki pengaruh yang

signifikan terhadap kinerja perusahaan. Kedua penelitian sebelumnya memilih data perusahaan manufaktur. Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Widyaningsih, 2018) menunjukkan bahwa komisaris independen dan komite audit berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dikarenakan komposisi dan kendali komite audit dari pengelola perusahaan pada efektivitas komite audit memberi dampak positif pada efektivitas komite audit terhadap dewan komisaris. Penelitian sebelumnya memilih data perusahaan pertambangan dengan periode 2015-2016. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan data perusahaan Indeks Kompas100 yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia.

Berdasarkan latar belakang di atas dan penelitian terdahulu yang menyebabkan *research gap* atau perbedaan mengenai variabel independen terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan serta periode yang berbeda-beda masih belum konklusif maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kembali guna untuk menguji ulang bagaimana pengaruh ukuran dewan komisaris, ukuran dewan direksi, serta ukuran komite audit terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, maka dilakukannya penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris, Ukuran Dewan Direksi, dan Ukuran Komite Audit Terhadap Nilai Perusahaan pada Indeks Kompas100 Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020”**

Tujuan

1. Untuk menganalisis pengaruh ukuran dewan komisaris terhadap nilai perusahaan pada Indeks Kompas100 Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020.
2. Untuk menganalisis pengaruh ukuran dewan direksi terhadap nilai perusahaan pada Indeks Kompas100 Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020.
3. Untuk menganalisis pengaruh ukuran komite audit terhadap nilai perusahaan pada Indeks Kompas100 Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020

Untuk menganalisis secara simultan pengaruh ukuran dewan komisaris, ukuran dewan direksi dan komite audit terhadap nilai perusahaan pada Indeks Kompas100 Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020.

TINJAUAN PUSTAKA

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham perusahaan dalam mengelola sumber daya perusahaan dan biasanya digunakan untuk menjelaskan saham kepada masyarakat umum dan investor. Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan manajer untuk mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepadanya, hal ini sering dikaitkan dengan harga saham (Indrarini, 2019). Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang dicapai perusahaan untuk menunjukkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan melalui proses kegiatan yang berlangsung selama bertahun-tahun sejak perusahaan didirikan hingga saat ini (Hery, 2017). Dalam penelitian ini, variabel nilai perusahaan diwakili oleh *price to book value ratio* (PBV). Hal ini dikarenakan PBV banyak digunakan dalam keputusan investasi, PBV mewakili seberapa baik pasar menilai nilai buku saham perusahaan. Indikator yang mempengaruhi nilai perusahaan sebagai berikut:

$$PBV = \text{Harga Saham (Price)} / \text{Ekuitas Per Saham (BPVS)}$$

Keterangan:

PBV = *Price Book Value*

BVPS = *Book Value*

Ukuran Dewan Komisaris

Dewan komisaris merupakan salah satu sistem manajemen yang memungkinkan untuk mengoptimalkan peran komisaris dalam penerapan tata kelola perusahaan yang baik. *Good Corporate Governance* adalah seluruh dewan komisaris dari seluruh perusahaan, baik komisaris internal ataupun eksternal atau komisaris independen (Wibowo, 2016). Peningkatan jumlah anggota dewan komisaris

mempengaruhi peningkatan efektivitas pengawasan serta meningkatkan keberhasilan nilai perusahaan Indikator ukuran dewan komisaris sebagai berikut:

Keterangan:

\sum Dewan Komisaris = Jumlah Anggota Dewan Komisaris

Ukuran Dewan Direksi

Dewan direksi adalah orang yang mempunyai wewenang dan tanggung jawab atas berbagai kegiatan yang berhubungan dengan perusahaan. Pada penelitian ini, ukuran dewan direksi mengacu pada jumlah direksi dan mencerminkan peran anggota dewan dalam mengelola sumber daya perusahaan. Dewan direksi bertanggung jawab untuk meningkatkan kinerja perusahaan, mengalokasikan sumber daya, serta meningkatkan kekayaan pemegang saham (Khaoula & Moez, 2019). Indikator ukuran dewan direksi sebagai berikut:

Keterangan:

\sum Dewan Direksi = Jumlah Anggota Dewan Direksi

Ukuran Komite Audit

Komite audit adalah kelompok yang dipilih oleh kelompok yang lebih besar atau anggota dewan komisaris perusahaan klien untuk melaksanakan pekerjaan dan tugas tertentu untuk menjaga independensi dari dukungan manajemen dan bertanggung jawab untuk membantu auditor (Tugiman, 2014). Hal ini harus didasarkan pada kenyataan bahwa komite audit merupakan jembatan antara auditor eksternal dan perusahaan serta fungsi pengawasan dewan komisaris dengan auditor internal (Thesarani, 2016). Indikator ukuran komite audit sebagai berikut:

Keterangan:

\sum Komite Audit = Jumlah Anggota Komite Audit

Indeks Saham

Saham merupakan bukti kepemilikan perusahaan yang termasuk nilai nominal, nama perusahaan serta hak dan kewajiban yang dijelaskan kepada masing-masing pemegang saham, saham dapat diperjualbelikan di bursa, Bursa Efek adalah tempat perdagangan surat berharga setelah pasar perdana. Indeks saham adalah harga atau nilai saham emiten yang dikelompokkan ke dalam kategori tertentu. Indeks saham dibuat untuk memberikan patokan bagi investor untuk berinvestasi di pasar modal. Indeks saham adalah indikator pergerakan harga saham untuk periode tertentu dan indeks ini berfungsi sebagai indikator trend pasar. Dengan kata lain, pergerakan indeks mewakili situasi pasar.

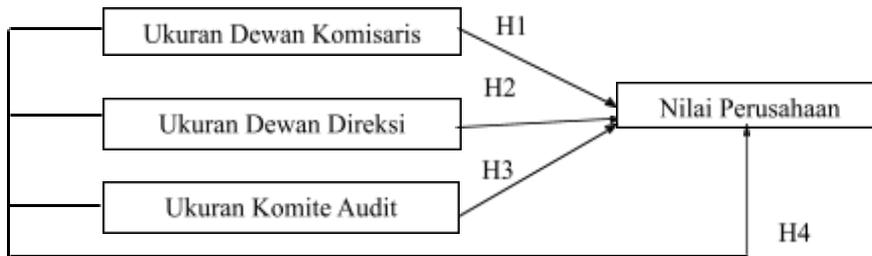
Indeks Kompas100

Indeks Kompas 100 merupakan indeks saham yang terdiri dari 100 saham dari emiten yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Indeks Saham Kompas 100 menyumbang sekitar 70-80% dari total nilai modal seluruh saham di bursa agar dapat memberikan gambaran dan trend pergerakan indeks. Untuk mendapatkan data historis yang lebih lengkap, Bursa Efek Indonesia menggunakan tanggal 2 Januari 2002 sebagai tanggal dasar penghitungan indeks, dengan nilai indeks 100 pada saat itu. Sedangkan perputaran persediaan dan penilaian dilakukan setiap 6 bulan, yaitu bulan Februari dan Agustus.

Kerangka Pemikiran

Variabel Independen (X)

Variabel Dependen (Y)



Keterangan:

1. Variabel (X1) = Ukuran Dewan Komisaris
2. Variabel (X2) = Ukuran Dewan Direksi
3. Variabel (X3) = Ukuran Komite Audit
4. Variabel (Y) = Nilai Perusahaan
5. \longrightarrow = Berpengaruh secara simultan X1,X2,X3 terhadap nilai perusahaan

Pengembangan Hipotesis

- a. Menurut (Dewi & Abaharis, 2018) komisaris independen berada pada posisi terbaik untuk menjalankan fungsi tersebut agar tercipta perusahaan dengan *good corporate governance*. Dewan komisaris adalah total dari keseluruhan perusahaan baik yang internal maupun eksternal perusahaan atau komisaris *independent*. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ahmad, Lullah, & Siregar, 2020) menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, penulis menduga bahwa pengaruh ukuran dewan komisaris memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
H1: Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
- b. Menurut (Mishra & Kapil, 2017) dewan direksi dengan ukuran yang sesuai dapat memaksimalkan kinerja perusahaan dan meningkatkan nilai perusahaan. Tugas utama dewan direksi yaitu harus memiliki tanggung jawab untuk mengalokasikan sumber daya, meningkatkan kekayaan pemegang saham dan meningkatkan kinerja perusahaan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Carolina, Vernnita, & Christiawan, 2020) menyatakan bahwa jika terlalu banyak anggota dalam pengelolaan perusahaan akan memberikan efek yang kurang baik bagi perusahaan dikarenakan dengan banyaknya anggota dapat menimbulkan perdebatan dan kesalahpahaman. Oleh karena itu penulis menduga bahwa pengaruh ukuran dewan direksi memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
H2: Ukuran dewan direksi berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan
- c. Menurut (Effendi, 2016) pada Ikatan Komite Audit Indonesia (IKAI) komite audit yaitu melakukan pengawasan terhadap proses pelaporan keuangan, manajemen risiko, auditing dan mengimplementasikan *good corporate governance* di perusahaan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Widyaningsih, 2018) menyatakan bahwa komite audit berperan penting dalam mengoptimalkan fungsi pengawasan agar tidak terjadi kesalahan informasi yang mengakibatkan kerugian pada perusahaan. Oleh karena itu penulis menduga bahwa pengaruh ukuran komite audit memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
H3: Ukuran komite audit berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
- d. Pengaruh ukuran dewan komisaris, ukuran dewan direksi dan ukuran komite audit secara bersamaan belum ditemukan pergerakannya terhadap nilai perusahaan yang terdapat di indeks kompas 100. Jika ada faktor-faktor fundamendal masuk dalam kategori baik atau bagus maka nilai perusahaan akan bagus, begitupun sebaliknya. Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan di uji apakah faktor-faktor

yang digunakan memiliki pengaruh simultan terhadap nilai perusahaan dan penulis menduga bahwa ukuran dewan komisaris, ukuran dewan direksi dan ukuran komite audit memiliki pengaruh secara bersamaan terhadap nilai perusahaan.

H4: Ukuran Dewan Komisaris, Ukuran Dewan Direksi, dan Ukuran Komite Audit secara simultan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan jenis data yang bersifat deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diambil dari beberapa sumber yaitu laporan perusahaan tahunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada website IDX maupun Indopremier. Data sekunder yang digunakan pada penelitian ini adalah nilai perusahaan, ukuran dewan komisaris, ukuran dewan direksi dan ukuran komite audit.

Objek Penelitian

Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah seluruh perusahaan pada Indeks Kompas100 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020 yang melibatkan 100 perusahaan.

Metode Pengumpulan Sample

Pada penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Ada beberapa kriteria yang digunakan dengan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Perusahaan yang terdaftar pada Indeks saham Kompas 100 di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020.
2. Perusahaan yang menerbitkan laporan tahunan (*annual report*) selama periode 2018-2020 secara berturut-turut.
3. Perusahaan yang menyajikan data variabel yang diteliti dalam penelitian ini selama periode 2018-2020.

Berdasarkan kriteria tersebut, Sampel yang terpilih dalam penelitian ini dengan jumlah perusahaan yang digunakan sebanyak 66 perusahaan.

Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, yaitu pengumpulan, pengolahan dan interpretasi hasil yang diperoleh. Metode analisis data dalam penelitian menggunakan data analisis regresi data panel. Pengolahan pada data untuk penelitian ini menggunakan Eviews 9. Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan pengujian hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Table 1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

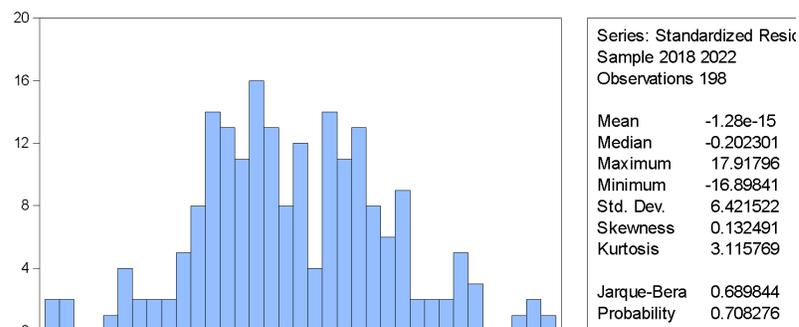
	Y (Nilai Perusahaan)	X1 (Ukuran Komisaris)	X2 (Ukuran Direksi)	X3 (Ukuran Komite Audit)
Mean	0.944693	1.630067	1.841562	1.662611
Maximum	3.986945	2.07944	2.19723	2.07944
Minimum	-1.514128	1.098612	1.386294	1.098612
Std. Dev	1.518626	0.325548	0.276177	0.338436
Observations	198	198	198	198

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa jumlah data yang diuji masing-masing variabel yaitu sebanyak 198 *observations*. Berdasarkan data tersebut, variabel nilai perusahaan (Y) memiliki nilai rata-rata sebesar 0.944693 dengan standar deviasi sebesar 1.518626, nilai maximum pada variabel nilai perusahaan yaitu sebesar 3.986945 dan nilai minimum sebesar -1.514128. Pada variabel ukuran dewan komisaris (X1) memiliki nilai rata-rata sebesar 1.630067 dengan standar deviasi sebesar 0.325548. Nilai maximum pada variabel ukuran dewan komisaris yaitu sebesar 2.07944 sedangkan nilai minimum yaitu sebesar 1.098612.

Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini menggunakan uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Berikut hasil dari ketiga uji tersebut:

Uji Normalitas



Gambar 1 Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan gambar diatas, hasil probabilitas memiliki alpa diatas 5% maka data tersebut dapat disimpulkan bahwa terdistribusi normal, sedangkan hasil probabilitas dibawah 5% maka data tidak terdistribusi normal. Untuk hasil uji normalitas pada penelitian ini menunjukkan probabilitas sebesar 0.708276, yang dimana probabilitas diatas alpa 5% maka data terdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Table 2. Hasil Uji Multikolinieritas

	X1	X2	X3
X1	1.000000	0.053614	0.220485
X2	0.053614	1.000000	0.296271
X3	0.220485	0.296271	1.000000

Berdasarkan table diatas, diantara variabel X1 sampai dengan X3 tidak ada yang mendapatkan nilai diatas 0,8. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa antar variabel independen pada penelitian kali ini terbebas dari pelanggaran uji multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Table 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.960814	0.775741	-1.238576	0.2174
X1	1.295788	0.392615	3.300404	0.1200

X2	0.105505	0.185849	0.567690	0.5711
X3	-0.133110	0.195176	-0.681999	0.4963

Pada table diatas, diantara variabel X1 sampai dengan X3 nilai probabilitas dari masing-masing variabel berada diatas alpa 5%. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian kali ini terbebas dari pelanggaran uji heteroskedastisitas.

Hasil Uji Regresi Data Panel

Table 4. Hasil Uji Regresi Data Panel

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-5.987345	0.624764	-9.583365	0.0000
X1	4.499298	0.373398	12.04962	0.0000
X2	0.012959	0.022418	0.578063	0.5641
X3	-0.256214	0.081835	-3.130870	0.0021
Weighted Statistics				
R-squared	0.990712	Mean dependent var	34.54666	
Adjusted R-squared	0.988195	S.D. dependent var	194.1476	
S.E. of regression	0.966008	Sum squared resid	144.6415	
F-statistic	393.6533	Durbin-Watson stat	2.251168	
Prob(F-statistic)	0.000000			

Pada table diatas, untuk model regresi yang dilakukan dalam penelitian ini didapatkan rumus pada persamaan sebagai berikut:

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

$$Y = -5.987345 - 4.499298 X_1 + 0.012959 X_2 + 0.256214 X_3$$

Keterangan:

- Y = Nilai Perusahaan
- X1 = Ukuran Dewan Komisaris
- X2 = Ukuran Dewan Direksi
- X3 = Ukuran Komite Audit

Pada persamaan regresi tersebut, maka diperoleh interpretasi hasil dari masing-masing variabel yaitu sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar -5.987345 menunjukkan rata-rata nilai perusahaan indeks Kompas 100 yang digunakan dalam penelitian ini pada variabel dewan komisaris, dewan direksi, dan komite audit sama dengan nol.
2. Nilai koefisien regresi dewan komisaris (X1) bertanda positif sebesar 4.499298 artinya bahwa setiap peningkatan X1 sebesar 1 satuan diprediksi akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 4.499298 satuan dengan asumsi dewan direksi dan komite audit bernilai tetap.
3. Nilai koefisien regresi dewan direksi (X2) bertanda positif sebesar 0.012959 artinya bahwa setiap peningkatan X2 sebesar 1 satuan diprediksi akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0.012959 satuan dengan asumsi dewan komisaris dan komite audit bernilai tetap.
4. Nilai koefisien regresi komite audit (X3) bertanda negatif sebesar -0.256214 artinya bahwa setiap peningkatan X3 sebesar 1 satuan diprediksi akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 0.256214 satuan dengan asumsi dewan komisaris dan dewan direksi bernilai tetap.

Hasil Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji-T)

Untuk dapat melihat hasil uji regresi data panel dapat dilihat pada tabel 4. Hasil uji-t sebagai berikut:

1. Variabel Ukuran Dewan Komisaris
 Nilai t-statistik variabel ukuran dewan komisaris (X1) sebesar 12.04962 sedangkan nilai probabilitasnya sebesar 0.0000 lebih kecil dari nilai alfa 5% atau 0.05, maka artinya X1 berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada indeks Kompas 100 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020. Maka hipotesisnya adalah H0 menyatakan bahwa X1 tidak memiliki

pengaruh terhadap nilai perusahaan ditolak, H1 menyatakan bahwa X1 berpengaruh terhadap nilai perusahaan diterima.

2. Variabel Ukuran Dewan Direksi

Nilai t-statistik variabel ukuran dewan direksi (X2) sebesar 0.578063 sedangkan nilai probabilitasnya sebesar 0.5641 lebih besar dari nilai alfa 5% atau 0.05, maka artinya X2 tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada indeks Kompas 100 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020. Maka hipotesisnya adalah H0 menyatakan bahwa X2 tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan diterima, H1 menyatakan bahwa X2 berpengaruh terhadap nilai perusahaan ditolak.

3. Variabel Ukuran Komite Audit

Nilai t-statistik variabel ukuran komite audit (X3) sebesar -3.130870 sedangkan nilai probabilitasnya sebesar 0.0021 lebih kecil dari nilai alfa 5% atau 0.05, maka artinya X3 berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada indeks Kompas 100 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020. Maka hipotesisnya adalah H0 menyatakan bahwa X3 tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan ditolak, H1 menyatakan bahwa X3 berpengaruh terhadap nilai perusahaan diterima.

Uji Simultan (Uji-F)

Berdasarkan pada tabel 4. hasil uji regresi data panel dengan menggunakan uji simultan (uji f). Hasil uji simultan menunjukkan nilai probabilitasnya (F-statistic) sebesar 0.000000 sedangkan nilai F-statistic sebesar 393.6533 untuk nilai probabilitas 0.000000 lebih kecil dari pada alfa 5% atau 0.05. Maka hipotesisnya adalah H0 menyatakan bahwa secara simultan variabel ukuran dewan komisaris, dewan direksi, dan komite audit tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan ditolak, H1 menyatakan bahwa secara simultan variabel ukuran dewan komisaris, dewan direksi, dan komite audit berpengaruh terhadap nilai perusahaan diterima.

Koefisien Determinasi

Berdasarkan pada tabel 4.9 hasil uji regresi, untuk nilai R-squared menunjukkan angka sebesar 0.990712 atau 99.0712% artinya variabel dependen yaitu nilai perusahaan dapat dijelaskan melalui variabel-variabel independen yaitu ukuran dewan komisaris, dewan direksi, serta komite audit. Sedangkan untuk sisanya yaitu 0.9288 atau 0.92% dijelaskan melalui variabel lain diluar penelitian.

Interpretasi

1. Interpretasi Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji parsial (Uji T) untuk nilai probabilitas ukuran dewan komisaris (X1) sebesar 0.0000 lebih kecil dari nilai alfa 5% atau 0.05 maka X1 berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada indeks Kompas 100 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Widyaningsih, 2018) yaitu komisaris independen berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan hasil penelitian sebelumnya juga dilakukan oleh (Ahmad, Lullah, & Siregar, 2020) menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Beda halnya dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Thendean & Meita, 2018) dan (Sukandar & Rahardja, 2014) menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.

2. Interpretasi Pengaruh Ukuran Dewan Direksi terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji parsial (Uji T) untuk nilai probabilitas ukuran dewan direksi (X2) sebesar 0.5641 lebih besar dari nilai alfa 5% atau 0.05 maka X2 tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada indeks Kompas 100 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Thendean & Meita, 2018) menyatakan bahwa ukuran dewan direksi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan pada hasil penelitian, ukuran dewan direksi (X2) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi dewan direksi (X2) bertanda positif sebesar 0.012959 artinya bahwa setiap peningkatan X2 sebesar 1 satuan akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0.012959.

3. Interpretasi Pengaruh Ukuran Komite Audit terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji parsial (Uji T) untuk nilai probabilitas ukuran komite audit (X3) sebesar 0.0021 lebih kecil dari nilai alfa 5% atau 0.05 maka X3 berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada indeks Kompas

100 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Widyaningsih, 2018) menyatakan bahwa ukuran komite audit berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan pada hasil penelitian, ukuran komite audit (X3) memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi komite audit (X3) bertanda negatif sebesar -0.256214 artinya bahwa setiap peningkatan X3 sebesar 1 satuan akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 0.256214 satuan.

4. Interpretasi Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris, Dewan Direksi serta Komite Audit terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji simltan (Uji F) untuk nilai probabilitas F-statistic sebesar 0.000000 lebih kecil dari nilai alpa 5% atau 0.05. maka secara simultan ukuran dewan komisaris, ukuran dewan direksi dan komite audit memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan perusahaan pada indeks Kompas 100 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020. Hasil uji F menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris, direksi, komite audit dianggap penting untuk menarik minat investor, karena variabel-variabel tersebut mewakili kinerja dan posisi perusahaan. Minat investor terhadap perusahaan indeks Kompas100 meningkat seiring dengan tersedianya informasi tentang variabel-variabel tersebut secara bersamaan, dan harga saham meningkat seiring dengan meningkatnya minat investor.

Implikasi

Implikasi adalah konsekuensi atau akibat langsung dari hasil suatu penelitian. Berdasarkan penelitian ini, ukuran dewan komisaris dan komite audit berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun demikian bukan berarti pihak perusahaan dapat mengabaikan dalam fungsi-fungsi dewan komisaris dan komite audit. Perusahaan harus tetap menghasilkan kinerja keuangan serta tata kelola yang baik agar para investor tertarik dengan perusahaan ini. Sedangkan pada ukuran dewan direksi tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Dikarenakan semakin banyak ukuran dewan direksi semakin kurang efektif proses komunikasi dan koordinasi. Oleh karena itu, proporsi dewan direksi yang tinggi dapat membuat kinerja perusahaan menjadi kurang efektif sehingga menurunkan nilai perusahaan. Maka dengan membantu meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan, perusahaan harus melakukan pengelolaan yang baik dan menerapkan *good corporate governance*. Apabila perusahaan dapat meningkatkan keuntungan serta mengurangi tingkat risiko kerugian perusahaan di masa yang akan datang dan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara ukuran dewan komisaris (X1) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Artinya dewan komisaris ini adalah posisi yang menjanjikan bagi perusahaan, perusahaan dengan dewan komisaris cenderung untuk mengevaluasi kegiatan manajemen secara lebih objektif, sehingga pengawasan dan pengendalian manajemen lebih efektif.
2. Secara ukuran dewan direksi (X2) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Artinya ada beberapa perusahaan yang komposisi dewan direksinya didominasi oleh direksi internal. Perusahaan dengan ukuran dan komposisi direksi saja tidak akan memaksimalkan kinerjanya dan nilai perusahaan. Dengan jumlah anggota direksi yang lebih banyak dari pada dewan komisaris untuk mengawasi kinerja anggota dewan direksi akan menjadi sulit tidak terkendali karena posisi dewan direksi yang lebih dominan.
3. Secara komite audit (X3) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Artinya komite audit pada suatu perusahaan dipimpin oleh seorang anggota dewan komisaris independen. Komite audit yang menetapkan nilai positif agar informasi yang disajikan tidak dimanipulasi.
4. Secara simultan ukuran dewan komisaris (X1), ukuran dewan direksi (X2), komite audit (X3) berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pada ketiga variabel tersebut secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap indeks Kompas 100 dalam penelitian ini.

SARAN

1. Dengan adanya komponen dewan komisaris harus sesuai dan seimbang dengan komponen komite audit, agar pengendalian serta pengawasan dapat dilakukan secara efektif. Untuk pemilihan dewan direksi dalam perusahaan harus melalui seleksi yang ketat, dan tidak berdasarkan pada faktor kekerabatan. Agar dapat menarik anggota dewan direksi yang memiliki pengetahuan dan keterampilan yang cukup di bidang keuangan.
2. Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya diharapkan dapat menambah variabel lain dan memperpanjang masa periode penelitian untuk memberikan kemungkinan yang besar untuk memperoleh hasil yang maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, G. N., Lullah, R., & Siregar, M. E. (2020). Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, Kebijakan Diveden, dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Tedaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 11(2301-8313), 169-184.
- Carolina, C., Vernnita, V., & Christiawan, Y. J. (2020). Pengaruh Ukuran Dewan Direksi Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Moderating Variabel. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*.
- Dewi, A. S., & Abaharis, H. (2018). Pengaruh Karakteristik Dewan Komisaris terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek. *Jurnal Benefita*, 3(3), 445-454.
- Effendi, M. A. (2016). *The Power of Good Corporate Governance*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hery, S. M. (2017). *Kajian Riset Akuntansi Mengulas Berbagai Hasil Penelitian Terkini dalam Bidang Akuntansi dan Keuangan*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Indrarini, S. (2019). *Nilai Perusahaan Melalui Kualitas Laba (Good Governance dan Kebijakan Perusahaan)*. Surabaya: Scopindo.
- Khaoula, F., & Moez, D. (2019). The moderating effect of the board of directors on firm value and tax planning: Evidence from European listed firms. *Borsa Istanbul Review*, 19(4), 331-343.
- Mishra, R., & Kapil, S. (2017). Effect of ownership structure and board structure on firm value: evidence from India. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 17(4), 700-726.
- Sukandar, P. P., & Rahardja. (2014). Pengaruh Ukuran Dewan Direksi dan Dewan Komisaris serta Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Diponegoro Journal Of Accounting*, 1-7.
- Supriyono, R. (2018). *Akuntansi Keperilakukan*. Yogyakarta: UGM Press.
- Thendean, C. A., & Meita, I. (2018). Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris dan Ukuran Dewan Direksi Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Institusional Sebagai Variabel Moderasi. *EQUITY : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*.
- Thesarani, N. J. (2016). *Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional Dan Komite Audit Terhadap Struktur Modal Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2012-2014)*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Tugiman, H. (2014). *Pandangan Baru Internal Auditing*. Yogyakarta: Kanisius.
- Wibowo, S. (2016). Pengaruh Komisaris Independen, Komite Audit, Dewan Komisaris, Kepemilikan Manajerial Dan Dewan Direksi Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2011 - 2015 (Studi Kasus: Top 10 Perbankan Terbaik Di Indonesia).
- Widyaningsih, D. (2018). Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Komisaris Independen, Komite Audit Pada Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan CSR sebagai Variabel Moderating dan Firm Size sebagai Variabel Kontrol. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 38-52.

Judul: Pengaruh Edukasi, Motivasi, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Investasi Reksadana (Studi Kasus Pelajar SMA Malahayati, Jakarta Timur)

Afifah Ika Maulidya¹⁾,

¹⁾ afifah.ikamaulidya.ak18@mhs.w.pnj.ac.id

Ali Masjono Muchtar²⁾

²⁾ ali.masjonomuchtar@akuntansi.pnj.ac.id

Program Studi Manajemen Keuangan Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

The phenomenon of fraudulent investment that is currently on the rise, namely the Binary Option Affiliate, has now become something that is often heard on social media by several influencers who are flexing their wealth or commonly known as Crazy Rich Indonesia. The flexing carried out by fraudulent investment officers turned out to get a lot of responses from the general public, so they were interested in investing but without being based on knowledge and analysis of the products invested, so that not a few people suffered big losses. So that in this study it can be formulated that how are the factors that influence a person's investment interest. The purpose of this study was to analyze the effect of education, motivation, and risk perception on investment interest. This study uses a quantitative method with a case study on participants of the Capital Market School at Malahayati High School, East Jakarta. Data collected by questionnaire technique with the number of respondents as many as 71 students. Four hypotheses were formulated and tested using regression analysis. Research results show that education, motivation, and risk perception simultaneously affect investment interest.

Keywords: *Investment Interest, Education, Motivation, Risk Perception*

ABSTRAK

Fenomena investasi bodong yang sedang marak yaitu Affiliator Binary Option kini sudah menjadi hal yang sering terdengar di sosial media dilakukan oleh beberapa influencer yang melakukan flexing kekayaannya atau biasa disebut dengan Crazy Rich Indonesia. Flexing yang dilakukan oleh oknum investasi bodong ternyata cukup mendapat banyak respon dari masyarakat awam, sehingga mereka tertarik untuk ikut berinvestasi namun tanpa didasari oleh pengetahuan serta analisis terhadap produk yang diinvestasikan sehingga tidak sedikit masyarakat yang mengalami kerugian besar. Sehingga dalam penelitian ini dapat dirumuskan bahwa bagaimana faktor yang mempengaruhi minat investasi seseorang.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh edukasi, motivasi, dan persepsi risiko terhadap minat investasi.

¹ Afifah Ika Maulidya. E-mail: afifah.ikamaulidya.ak18@mhs.wpnj.ac.id

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan studi kasus pada peserta Sekolah Pasar Modal di SMA Malahayati, Jakarta Timur. Data yang dikumpulkan dengan Teknik kuisioner dengan jumlah responden sebanyak 71 siswa. Empat hipotesis diformulasikan dan diuji menggunakan analisis regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa edukasi, motivasi, dan persepsi risiko secara simultan berpengaruh terhadap minat investasi.

Kata-Kata Kunci: Minat Investasi, Edukasi, Motivasi, Persepsi Risiko

PENDAHULUAN

Julukan Crazy Rich Indonesia beberapa tahun ini cukup populer disematkan kepada sejumlah influencer yang gemar menunjukkan kekayaannya alias flexing di media sosial. Saat ini sedang marak kasus investasi bodong yang membuat masyarakat Indonesia yang awam tertarik dengan investasi bodong yang ditawarkan dengan dalih agar cepat kaya dalam jangka waktu yang singkat seperti Crazy Rich Indonesia. Menurut direktur utama PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) (Prasetyo, 2022) mengemukakan bahwa masih banyak para investor yang kurang waspada dan tergiur dengan investasi tanpa risiko di dalam sektor pasar modal. Berdasarkan data Satuan Tugas Waspada Investasi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tercatat total kerugian yang dialami oleh masyarakat akibat tergiur dan terjebak oleh investasi ilegal pada tahun 2021 sebesar Rp2,5 triliun.

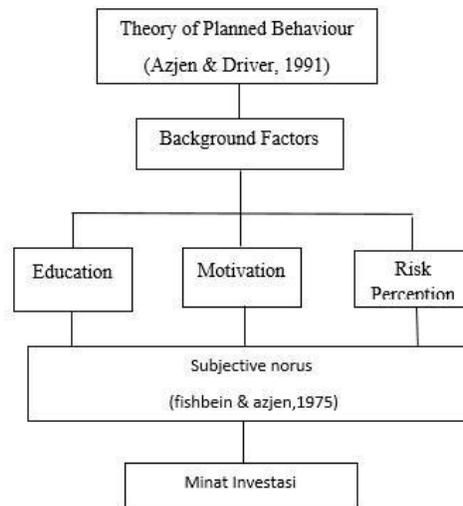
Berdasarkan data pertumbuhan Single Investor Identification (SID) yang dipublikasikan oleh PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), bahwa jumlah pertumbuhan Single Investor Identification (SID) investor pasar modal pada Januari 2022 meningkat sebesar 5%, kemudian untuk jumlah pertumbuhan Single Investor Identification (SID) investor pada produk reksadana pada Januari 2022 mengalami peningkatan sebesar 5,40%. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah penduduk milenial dan generasi Z di DKI Jakarta sebanyak 5,071,090 jiwa dan berdasarkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) investor reksadana setingkat pelajar SMA di DKI Jakarta sebesar 27,5% dari jumlah Investor reksadana seluruh Indonesia yaitu sebanyak 6,840,234 investor pada akhir tahun 2021.

PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) mencatat bahwa investor reksadana mendominasi jumlah investor pasar modal di Indonesia dan investor dengan pendidikan SMA ke bawah mendominasi pasar modal, namun hal ini masih perlu ditinjau kembali karena masih banyak masyarakat terutama pelajar sekolah yang memiliki minat berinvestasi namun terjebak dengan adanya investasi bodong yang menimbulkan kerugian. Hal ini terjadi karena kurangnya pengetahuan mengenai investasi di pasar modal sehingga masyarakat hanya tergiur oleh kekayaan Crazy Rich yang banyak di pamerkan di sosial media dengan melakukan investasi tanpa adanya ilmu pengetahuan yang mendasari. Disisi lain, kemudahan dalam berinvestasi memotivasi calon investor untuk ikut berinvestasi dimana kadang kala melupakan terhadap risiko yang akan diterima. Hal ini terjadi karena kurangnya pengetahuan mengenai investasi di pasar modal sehingga masyarakat hanya tergiur oleh kekayaan Crazy Rich yang banyak di pamerkan di

sosial media dengan melakukan investasi tanpa adanya ilmu pengetahuan yang mendasari. Fenomena Crazy Rich yang sedang tren di Indonesia menimbulkan banyak korban agar tidak bertambah maka diperlukannya edukasi kepada generasi muda. Disisi lain, kemudahan dalam berinvestasi memotivasi calon investor untuk ikut berinvestasi dimana kadang kala melupakan terhadap risiko yang akan diterima. Dalam hal ini terlihat adanya kesenjangan antara edukasi, motivasi, dan persepsi. Oleh karena itu dalam penelitian ini ingin diketahui pengaruh dari edukasi, motivasi dan persepsi risiko terhadap minat investasi reksadana baik secara simultan maupun parsial. Implikasi dari edukasi, motivasi, dan persepsi risiko terhadap minat investasi reksadana juga diteliti lebih jauh untuk dapat memberikan rekomendasi kepada pihak-pihak yang terkait.

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian ini dilakukan dengan berbagai landasan teori dan pendapat beberapa para ahli yang berkaitan variabel yang akan diteliti. Adapun teori tersebut digambarkan pada tabel berikut



Teori Perilaku Berencana (*theory of planned behaviour*) merupakan teori yang dikembangkan oleh Ajzen pada tahun 1991. Teori ini berisi tentang sikap terhadap perilaku yang mengacu kepada penilaian evaluasi yang dimiliki seseorang dari perilaku dalam sebuah pertanyaan (Ajzen I. , 1991). Hubungan sikap terhadap perilaku merupakan keyakinan individu terhadap perilaku yang menggambarkan probabilitas subjektif bahwa perilaku dalam pertanyaan akan menghasilkan hasil tertentu dan evaluasi yang menggambarkan penilaian implisit (Ajzen, 1991).

Relevansi teori ini dengan penelitian yang dilakukan adalah teori ini membantu perilaku individu seseorang. Dalam penelitian ini edukasi, motivasi, dan persepsi risiko merupakan norma subjektif dalam *Theory of Planned Behavior*. Norma subjektif adalah adalah persepsi seseorang terhadap desakan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu (Fishbein & Ajzen, 1975). Norma subjektif ditentukan oleh gabungan antara *normative believe* individu dan *motivation to comply*. *Normative believe* merupakan suatu kepercayaan perihal sikap setuju atau tidak setuju yang berasal dari kelompok atau oranglain yang memberikan pengaruh terhadap

suatu perilaku individu. Semakin seseorang menganggap bahwa terdapat dorongan untuk melakukan perilaku, maka seseorang tersebut cenderung merasakan desakan untuk membentuk perilaku tersebut (Prasini, 2021).

Investasi

Investasi merupakan komitmen atas sejumlah dana maupun sumber daya lainnya yang dilakukan saat ini dengan tujuan untuk memperoleh sejumlah keuntungan di masa depan (Tendelilin, 2001).

Minat Investasi

Minat adalah kecenderungan yang menetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas (Djamarah, 2002). Minat investasi adalah keinginan seseorang untuk mempelajari dan mempraktikkan segala hal yang berkaitan dengan investasi (Pajar & Pustikaningsih, 2017).

Edukasi

Edukasi pasar modal dapat memberikan pengetahuan dasar tentang investasi di pasar modal. Pengetahuan merupakan dasar dalam pembentukan sebuah kekuatan bagi seseorang untuk dapat melakukan sesuatu yang diinginkannya (Efferin, 2006).

Motivasi

Motivasi adalah suatu kondisi suatu individu yang mampu menciptakan kemauan seseorang dalam melaksanakan berbagai aktivitas atau kegiatan tertentu untuk meraih sasaran tertentu (Hikmah & Rustam, 2020). Adanya motivasi seseorang untuk mencapai suatu sasaran atau tujuan menjadikan seseorang tersebut lebih terarah. Tujuan yang dimaksud adalah tujuan berinvestasi dengan mendapatkan keuntungan yang maksimal.

Persepsi Risiko

Menurut (Tendelilin, 2001) Risiko investasi dapat dikatakan sebagai kemungkinan yang terjadi dalam suatu perbedaan antara tingkat pengembalian dengan yang sesungguhnya. Setiap individu akan melakukan pertimbangan atas kerugian dan keuntungan yang akan diterima dalam berinvestasi.

Reksadana

Reksadana merupakan nama umum untuk perusahaan investasi terbuka yang dimana setiap reksadana memiliki kebijakan investasi tertentu (Bodie et al., 2014). Reksadana digunakan untuk menghimpin dana dari masyarakat pemodal untuk selanjutnya diinvestasikan kedalam portofolio efek oleh manajer investasi dengan menerbitkan saham yang akan dijual kepada investor (Putra, 2003).

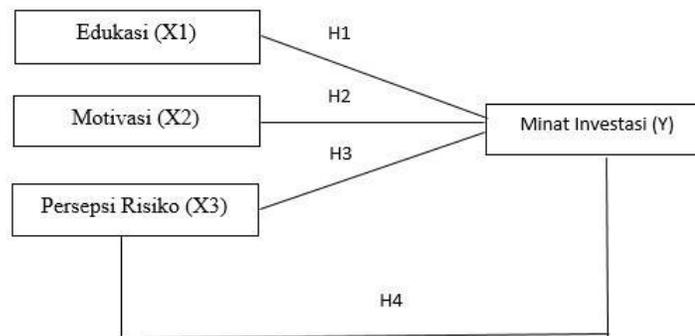
Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Dewi, 2020), menunjukkan bahwa edukasi memiliki pengaruh positif terhadap minat berinvestasi. Namun, hasil penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nurliza et al., 2021), edukasi memiliki pengaruh negatif terhadap minat investasi serta motivasi investasi memiliki pengaruh yang positif terhadap minat investasi. Adapun pada penelitian yang dilakukan oleh (Wardani & Komara, 2021) menunjukkan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh yang positif terhadap minat investasi. Namun, hasil penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Listyani et al., 2019) menggunakan metode kuantitatif menunjukkan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi. Adapun penelitian menurut (Wardani & Komara,

2021) menyatakan bahwa motivasi dan persepsi risiko merupakan faktor yang dapat mempengaruhi minat seseorang dalam melakukan investasi. Namun, hasil penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Darmawan et al., 2019) menggunakan metode kuantitatif menunjukkan bahwa motivasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat investasi.

Kerangka Pemikiran

Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel – variabel yang tertuang pada tinjauan pustaka, yang pada dasarnya merupakan gambaran secara sistematis dari kinerja teori dalam memberikan solusi atau alternatif dari serangkaian masalah yang ditetapkan, sehingga kerangka pemikiran dari penelitian sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber : Data diolah,2022

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka peneliti mengajukan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H1 : Edukasi berpengaruh terhadap minat investasi reksadana

H2 : Motivasi berpengaruh terhadap minat investasi reksadana

H3 : Persepsi risiko berpengaruh terhadap minat investasi reksadana

H4 : Edukasi, motivasi, dan persepsi risiko berpengaruh secara simultan berpengaruh terhadap minat investasi reksadana.

METODE PENELITIAN Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut (Soemanto, 2009) penelitian kuantitatif adalah bentuk penelitian yang menganalisis data secara kuantitatif yang kemudian diinterpretasikan dalam hasil analisis untuk memperoleh suatu kesimpulan.

Objek Penelitian

Dalam melakukan suatu penelitian maka perlu adanya objek penelitian yang akan di teliti. Objek pada penelitian ini adalah pengaruh edukasi, motivasi, dan persepsi risiko terhadap minat investasi reksadana (studi kasus pelajar Sekolah Menengah Atas (SMA) Malahayati, Jakarta Timur).

Metode Pengambilan Sampel

Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel penelitian ini yaitu menggunakan metode purposive sampling. Menurut (Siregar, 2014) purposive sampling merupakan metode pengambilan data untuk dijadikan sampel berdasarkan pada kriteria tertentu. Adapun yang menjadi kriteria dalam pengambilan sampel penelitian ini adalah :

- Pelajar Sekolah Menengah Atas (SMA) Malahayati, Jakarta Timur
- Peserta kegiatan Sekolah Pasar Modal (SPM) yang diselenggarakan oleh Prodi D4 Manajemen Keuangan, Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta.

Metode Analisis Data

Berdasarkan jenis data yang diperoleh maka teknik analisis data yang digunakan adalah data kuantitatif. Berikut analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 1. Uji Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	4,073	2,298		1,772	,081		
	X1	,563	,113		4,977	,000		
	X2	,425	,106	,547	4,025	,000	,236	4,242
	X3	-,065	,130	-,426	-,503	,617	,254	3,937
		5		-,046			,347	2,883

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel uji analisis regresi di atas maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Koefisien model regresi (beta) untuk variabel edukasi adalah sebesar 0,563. Hal tersebut menandakan bahwa antara variabel Edukasi dan Minat Investasi memiliki korelasi positif. Koefisien model sebesar 0,563 menandakan bahwa peningkatan 1 skor edukasi siswa akan meningkatkan minat investasi siswa sebesar 0,563
2. Koefisien model regresi (beta) untuk variabel motivasi adalah sebesar 0,425. Hal tersebut menandakan bahwa antara variabel Motivasi dan Minat Investasi memiliki korelasi positif. Koefisien model sebesar 0,425 menandakan bahwa peningkatan 1 skor motivasi siswa akan meningkatkan minat investasi siswa sebesar 0,425.
3. Koefisien model regresi (beta) untuk variabel persepsi resiko adalah sebesar -0,065. Hal tersebut menandakan bahwa antara variabel Edukasi dan Minat Investasi memiliki korelasi negatif. Koefisien model sebesar -0.065 menandakan bahwa peningkatan 1 skor persepsi resiko siswa akan menurunkan minat investasi siswa sebesar 0,065.

Uji Parsial (Uji – T)

Tabel 2. Uji Parsial (Uji-T)

Variabel	P-Value	α	Keputusan
Edukasi (X1)	,000	0,1	Berpengaruh
Motivasi (X2)	,000	0,1	Berpengaruh
Persepsi Risiko (X3)	,617	0,1	Tidak Berpengaruh

Berdasarkan pada tabel di atas, ditunjukkan bahwa variabel Edukasi dan Motivasi, memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai probabilitas ini dibawah 0,10. Dengan demikian, sesuai dengan ketentuan dalam kriteria pengujian jika nilai probabilitas $< 0,10$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel Edukasi dan Motivasi berpengaruh terhadap Minat Investasi.

Hasil pemodelan regresi untuk variabel persepsi resiko menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,617 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,10. Dengan demikian, sesuai dengan ketentuan dalam kriteria pengujian jika nilai probabilitas $> 0,10$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi resiko tidak berpengaruh terhadap Minat Investasi.

Uji Simultan (Uji – F)

Tabel 3. Uji Simultan (Uji-F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2162,886	3	720,962	94,764	.000 ^b
	Residual	509,734	67	7,608		
	Total	2672,620	70			

a. Dependent Variable: Y

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

Berdasarkan pada tabel di atas, menunjukkan bahwa variabel independent memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai probabilitas ini dibawah 0,10. Sehingga dapat disimpulkan berdasarkan ketentuan dalam kriteria pengujian jika nilai probabilitas $< 0,10$ maka dapat disimpulkan variabel Edukasi, Motivasi, dan Persepsi Risiko secara simultan berpengaruh terhadap Minat Investasi.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	DurbinWatson
1	.900 ^a	.809	.801	2,75826	1,858

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

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa besarnya Koefisien Determinasi sebesar 0,801. Hal ini dapat diartikan bahwa 80% keragaman minat inventasi dapat dijelaskan oleh variabel edukasi, motivasi dan persepsi risiko. 20% lainnya dari Minat Investasi dipengaruhi oleh variabel lain diluar model. Edukasi, Motivasi, dan Persepsi risiko berpengaruh sebesar 80% terhadap minat investasi reksadana.

Pengaruh Edukasi Terhadap Minat Investasi Reksadana

Dari penelitian ini edukasi mampu mempengaruhi minat siswa/siswi untuk berinvestasi reksadana. Penelitian ini membuktikan bahwa semakin banyak edukasi yang diberikan maka semakin tinggi pula minat investasi siswa/siswi. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Dewi, Tamansari, & Santini, 2020) yang menunjukkan bahwa edukasi berpengaruh positif terhadap minat investasi reksadana. Pengaruh tersebut karena program edukasi tentang investasi terus berjalan dengan baik. Berbagai kegiatan edukasi pasar modal yang diadakan perguruan tinggi sebagai bukti dari pengabdian kepada masyarakat terus dilakukan, contohnya kegiatan edukasi investasi yang dilakukan oleh jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta yang memberikan edukasi mengenai pasar modal kepada siswa/siswi SMA Malahayati, Jakarta Timur.

Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Investasi Reksadana

Dari penelitian ini motivasi mampu mempengaruhi minat siswa/siswi untuk berinvestasi reksadana. Penelitian ini membuktikan bahwa semakin besar motivasi siswa/siswi maka semakin besar pula minat investasi siswa/siswi. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Darmawan, Kurnia, & Rejeki, 2019) yang menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh positif terhadap minat investasi reksadana. Motivasi sendiri dapat berasal dari edukasi yang telah diberikan. Dengan adanya edukasi mengenai *return* dari investasi yang akan didapatkan maka semakin besar motivasi seseorang untuk melakukan investasi.

Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Investasi Reksadana

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat investasi reksadana. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wardani & Komara, 2018) yang menunjukkan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh positif terhadap minat investasi reksadana. Pada penelitian ini siswa/siswi merupakan tipe *risk aversion* yaitu merupakan tipe investor yang takut terhadap risiki. Hal ini dapat dilihat dari nilai korelasi *pearson* tertinggi yaitu sebesar 0,771 yaitu siswa/siswi menghindari investasi dengan risiko yang tinggi walaupun keuntungan yang didapatkan akan tinggi pula.

Pengaruh Edukasi, Motivasi, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Investasi Reksadana

Hasil penelitian menunjukkan bahwa edukasi, motivasi, dan persepsi risiko berpengaruh terhadap minat investasi reksadana secara simultan dapat diterima. Hal tersebut terbukti bahwa edukasi, motivasi, dan persepsi risiko berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat investasi siswa/siswi SMA Malahayati, Jakarta Timur.

Implikasi Hasil Penelitian terhadap Responden

Pada penelitian ini diharapkan memberikan implikasi secara akademis, khususnya dalam minat siswa/siswi dalam investasi reksadana. Pelajar SMA Malahayati, Jakarta Timur dapat mengetahui faktor yang mempengaruhi minat investasi reksadana dan dapat menjadikan penelitian ini sebagai referensi dalam meningkatkan minat investasi reksadana siswa/siswi. Dalam penelitian ini, membuktikan bahwa edukasi berpengaruh terhadap minat investasi reksadana. Diketahui bahwa siswa/siswi memiliki ketertarikan dalam kegiatan edukasi Sekolah Pasar Modal serta pengetahuan mengenai tingkat pengembalian yang diterima dari investasi yang akan dilakukan. Untuk memaksimalkan pengetahuan edukasi investasi kepada siswa/siswi dapat dilakukan kegiatan secara rutin. Dengan adanya inovasi edukasi bagi kaum milenial seperti program edukasi yang dibuat oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) kini kegiatan edukasi investasi dapat dilaksanakan melalui platform digital.

Memanfaatkan sosial media dengan baik sebagai wadah edukasi merupakan hal yang produktif. Kini banyak sekali akun sosial media yang memberikan edukasi investasi, yang memberikan edukasi investasi dari berbagai instrumen investasi sehingga siswa/siswi bisa mendapatkan pengetahuan yang lebih luas atau bahkan dapat berdiskusi dengan para ahli ataupun siswa/siswi lainnya di seluruh Indonesia. Edukasi melalui sosial media juga bisa didapatkan kapan saja, tidak terbatas oleh waktu sehingga siswa/siswi dapat belajar kapanpun dan

dimanapun. Untuk menambahkan motivasi kepada siswa/siswi terhadap investasi maka diperlukannya edukasi yang baik mengenai investasi, baik berupa teoritis maupun praktik.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dengan model regresi dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel edukasi, motivasi dan persepsi risiko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi reksadana. Apabila edukasi, motivasi, dan persepsi risiko diberikan secara bersamaan maka dapat meningkatkan minat investasi reksadana siswa/siswi. Edukasi dan motivasi secara parsial berpengaruh terhadap minat investasi reksadana. Untuk memaksimalkan edukasi investasi kepada siswa/siswi dapat dilakukan kegiatan secara rutin. Pada penelitian ini, tidak sedikit siswa/siswi yang akan melakukan investasi apabila rekan, kerabat, atau orang disekitarnya juga melakukan investasi. Variabel persepsi risiko secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat investasi reksadana. Hal ini bisa jadi disebabkan siswa/siswi cenderung memilih instrumen investasi yang menawarkan kepastian pengembalian walaupun dengan tingkat risiko yang rendah.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini pemberian edukasi dan motivasi sangat perlu untuk dilakukan kepada kaum milenial, adanya kegiatan sekolah pasar modal akan lebih baik jika dapat dilaksanakan dengan menyasar lebih banyak sekolah. Sehingga siswa/siswi dapat terhindar dari investasi bodong serta tidak mudah tergiur dengan flexing yang dilakukan oknum Crazy Rich Indonesia yang menawarkan investasi tanpa risiko.

SARAN

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, menunjukkan bahwa edukasi dan motivasi mempengaruhi minat investasi. Jurusan Akuntansi, prodi D4 Manajemen Keuangan Politeknik Negeri Jakarta yang melibatkan para mahasiswa dapat melakukan kegiatan edukasi serta memberikan motivasi kepada siswa/siswi tidak hanya di satu sekolah saja namun dapat menjangkau ke beberapa sekolah lainnya. Serta diharapkan dapat memberikan kegiatan Sekolah Pasar Modal secara rutin untuk meningkatkan minat investasi. Untuk peneliti berikutnya diharapkan menggunakan variabel bebas yang belum digunakan dalam penelitian ini.

Bagi siswa/siswi yang memiliki minat investasi diharapkan untuk terus mengembangkan diri sebelum melakukan investasi dengan cara meningkatkan edukasi dan motivasi investasi agar terhindar dari investasi bodong yang dapat memberikan dampak kerugian.

REFERENSI

- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. Organizational Behavior and Human Decision Processes.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior : An Introduction to Theory and Research*. MA : Addison - Wesley.
- Darmawan, A., Kurnia, K., & Rejeki, S. (2019). Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Literasi Keuangan, dan Lingkungan Keluarga Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*.
- Dewi, M. P., Tamansari, N. M., & Santini, N. M. (2020). Pengaruh Edukasi Pasar Modal Terhadap Persepsi Risiko dan Minat Berinvestasi Masyarakat. *KRISNA*, 190-196.
- Djajadi, I. (2022, Januari 25). Investor di BEI Tembus 7,75 Juta, Didominasi Milenial & Gen-z. (S. Sidik, Interviewer) *cncindonesia*.
- Djamarah, S. B. (2002). *Psikologi Belajar*. Jakarta: PT Rinek Cipta.
- Efferin, S. (2006). Knowledge Economy, Knowledge Management, dan Akuntansi : Prospek dan Tantangan. *Jurnal Akuntansi dan Teknologi Informasi Universitas Surabaya*.
- Gani, I., & Amalia, S. (2015). *Alat Analisis Data : Aplikasi Statistik untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Pustaka UNDIP.
- Gunawan, R. S. (2019). Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Minat Investasi dalam Berinvestasi di Pasar Modal Syariah (Studi Kasus : Galeri Investasi Syariah (GIS) IAIN Curup).
- Haekal, Azwar, & Bambang, W. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Membeli Secara Online pada Pengunjung Website Classifieds di Indonesia. *Jurnal of Business Management Education (JBME)*.
- Halim, A. (2005). *Analisis Investasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hanifah, N., & Ridla, M. R. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga dan Religiusitas terhadap minat Muzaki untuk Menyalurkan Zakat Profesi (studi di Pos Keadilan Peduli Ummat Yogyakarta). *Jurnal MD*.
- Hasanah, F., Wahyuningtyas, E. T., & Susesti, D. A. (2022). Dampak Motivasi Investasi, Persepsi Risiko, Literasi, dan Efikasi Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal. *AKUNESA: Jurnal Akuntansi Unesa*.
- Hikmah, & Rustam, T. A. (2020). Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Literasi Keuangan, dan Persepsi Risiko Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi pada Pasar Modal. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*.
- Kongah, M. N. (2022, Maret 12). Soal Investasi Bodong, PPATK : Kejahatan Terlihat dari Pola Hidup Pelaku. (F. A. Hafiez, Interviewer) *Medcom.id*.
- Kusmawati. (2011). Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal Dengan Pemahaman Investasi dan Usia Sebagai Variabel Moderat. *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (JENIUS)*.
- Listyani, T. T., Rois, M., & Prihati, S. (2019). Analisis Pengaruh Pengetahuan Investasi, Pelatihan Pasar Modal, Modal Investasi Minimal dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal (Studi Pada PT Phintraco Sekuritas Branch Office Semarang). *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan*.

- Mahyarni, D. (2013). Theory of Reasoned Action dan Theory of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku). *jurnal El-Riyasah*, 13-23.
- Nasution, M. E., & Huda, N. (2019). Investasi pada Pasar Modal Syariah.
- Nizar, C., Hamzah, A., & Syahnur, S. (2013). Pengaruh Investasi dan Tenaga Pertumbuhan Ekonomi Serta Hubungan Terhadap Tingkat Kemiskinan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pascasarjana Universitas Syah Kuala* , 3.
- Notoatmodjo, P. (2003). *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*.
- Nurliza, Pitri, & Erisya, Y. (2021). Pengaruh Manfaat, Modal, Motivasi, dan Edukasi Terhadap Minat dalam Berinvestasi di Pasar Modal.
- Pajar, Chaerul, R., & Pustikaningsih, A. (2017). Pengaruh Motivasi Investasi dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal pada Mahasiswa FE UNY. *Jurnal Profita : Kajian Ilmu Akuntansi* .
- Prasetyo, U. B. (2022, February 10). OJK:Kerugian Akibat Investasi Bodong Capai Rp117 Triliun dalam 10 Tahun Terakhir. (A. R. Hakim, Interviewer) Liputan6. Retrieved from www.idx.co.id
- Prasini, N. K., & Herawati, N. T. (2022). Pengaruh Motivasi, Modal Investasi Minimal dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Mahasiswa Universitas Negeri di Bali Untuk Berinvestasi Pada Masa Pandemic Covid-19 (Studi Kasus Mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha dan Universitas Udayana). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha*.
- Prasini, N. S., & Herawati, N. T. (2022). Pengaruh Motivasi, Modal Investasi Minimal, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Mahasiswa Universitas Negeri di Bali untuk Berinvestasi Pada Masa Pandemic Covid-19 (Studi Kasus Mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha dan Universitas Udayana). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha*.
- Priyatno, D. (2013). *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS*. Mediakom.
- Putra, D. E. (2003). *Berburu Uang di Pasar Modal*. Semarang: Effhar.
- Saputra, D. (2018). Pengaruh manfaat, modal, motivasi dan edukasi terhadap minat dalam berinvestasi di Pasar Modal. *Future : Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 178-190.
- Septian, W., Hasnawati, D., & Herdrawaty, D. (2022). Impact of Behavior Factors among Indonesian Individual Investor Towards Investment Decision during Covid-19 Pandemic. *IOZR Journal of Economics and Finance*, 43-52.
- Simatupang, M. (2010). *Pengetahuan Praktis Investasi Saham dan Reksadana*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Siregar, S. (2014). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif : dilengkapi dengan perhitungan manual dan aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sitinjak, J., & Sugiharto. (2006). *LISREL*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Soemanto, W. (2009). *Psikologi Pendidikan Landasan Kerja Pemimpin Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sudarmanto, R. (2005). *Analisis Regresi Linear Ganda dengan SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan r&d*. Bandung: Alfabeta.
- Tendelilin, E. (2001). *Analisis Investasi dan Manajemen Portofolio*. Yogyakarta: BPF.
- Wardani, D., & Komara, E. (2018). Faktor Pengaruhi Minat Mahasiswa dalam Berinvestasi di Pasar Modal. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Perbankan*, 90-101.

Yuwono, R. (2011). *Pengaruh Karakteristik Investor Terhadap Besaran Minat Investasi Saham di Pasar Modal*. Jakarta: Universitas Indonesia.

Zvi, B., Alex, K., & Marcus, A. J. (2011). *Investment*. United States: McGraw-Hill.

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PENGGUNAAN *E-WALLET* DANA SEBAGAI SISTEM PEMBAYARAN (STUDI KASUS MAHASISWA DI JAKARTA)

Shafira Azzahra¹⁾, Agus Supriyadi²⁾

¹⁾ Politeknik Negeri Jakarta, shafira.azzahra.ak18@mhswn.pnj.ac.id, Jl. Prof. DR.G.A. Siwabessy, 16425, Depok, Indonesia

²⁾ Politeknik Negeri Jakarta, agus.supriyadi@akuntansi.pnj.ac.id, Jl. Prof. DR.G.A. Siwabessy, 16425, Depok, Indonesia

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of trust, perceived security, perceived convenience, social influence, brand image and consumptive behavior on the decision to use DANA's E-Wallet. The study used primary data obtained by distributing questionnaires to 100 respondents who were college students using DANA E-Wallet in Jakarta using a non-probability purposive sampling technique. The data analysis technique used was multiple linear regression with SPSS version 26 analysis tool. The results showed that trust, perceived security, perceived convenience, social influence, and brand image partially had a significant effect on the decision to use DANA's E-Wallet. Meanwhile, consumptive behavior has no positive and significant effect on the decision to use DANA's E-Wallet. In addition, based on the results of the simultaneous test, it shows that the perception of trust, security, convenience, social influence, and brand image have a positive and significant effect on the decision to use DANA's E-Wallet. The results of this study are expected to be useful for PT Espay Debit Indonesia (DANA) as an additional reference in investigating the factors that influence the decision to use the DANA E-Wallet.

Keywords: *Perceptions of Trust, Security, Ease, Benefits, Risks, and Consumptive Perceptions, usage decisions, electronic wallets*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, persepsi keamanan, persepsi kemudahan, pengaruh sosial, *brand image* dan perilaku konsumtif pada keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA. Penelitian menggunakan data primer yang diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden yang merupakan mahasiswa pengguna *E-Wallet* DANA di Jakarta dengan menggunakan teknik *non-probability purposive sampling*. Teknik analisis data yang dipakai adalah regresi linear berganda dengan alat bantu analisis SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan, persepsi keamanan, persepsi kemudahan, pengaruh sosial, dan *brand image* secara parsial berpengaruh signifikan pada terhadap keputusan

¹ Corresponding author. E-mail: shafira.azzahra.ak18@mhswn.pnj.ac.id

penggunaan *E-Wallet* DANA. Sedangkan perilaku konsumtif tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA. Selain itu, berdasarkan hasil uji simultan menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan, persepsi keamanan, persepsi kemudahan, pengaruh sosial, dan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA. Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi PT Espay Debit Indonesia (DANA) sebagai tambahan acuan dalam menyelidiki faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan dalam memilih *E-Wallet* DANA.

Kata-Kata Kunci: Kepercayaan, Persepsi Keamanan, Persepsi Kemudahan, Pengaruh Sosial, *Brand Image*, Perilaku Konsumtif, Keputusan Penggunaan, *E-Wallet* DANA

PENDAHULUAN

Karena kasus pandemi *COVID* yang terjadi dari tahun 2020, pemerintah telah menerapkan PSBB di beberapa daerah yang berdampak pada seluruh aktivitas setiap penduduk dan menghimbau untuk tetap berada di rumah. Perkembangan teknologi di era globalisasi sangat amat berpengaruh pada kehidupan masyarakat dari segala sisi dan membantu masyarakat dalam kehidupan sehari-hari, contohnya kemudahan dalam bertransaksi. Berkembangnya zaman menyebabkan cara bertransaksi juga semakin mudah, serta berubahnya sistem bertransaksi pada masa kini.

Gen Z merupakan generasi yang tepat karena sangat pandai dalam memahami kecanggihan teknologi yang berkembang saat ini. Seperti pada pemakaian sosial media, pembelian disitus *online*, investasi *online* dan lain-lain. Selain itu Gen Z juga sudah memiliki *income* yang stabil dan sangat berpengaruh kepada kegiatan transaksi *online*. Mahasiswa yang mewakili kelompok Gen Z saat ini sangat menggemari berbelanja atau mencari barang melalui *online* yang menyebabkan naiknya pemakai *E-Wallet*.

Tabel 1 Penggunaan Dompot Digital

PENGUNAAN DOMPET DIGITAL MENURUT SURVEY PADA TAHUN 2019-2021			
Nama Dompot Digital	Persentase Tahun 2019	Persentase Tahun 2020	Persentase Tahun 2021
OVO	81,4%	82%	58,9%
GoPay	83,3%	77%	58,4%
ShopeePay	0%	71%	56,4%
DANA	68,2%	69%	55,7%
LinkAja	53%	67%	18,4%

Sumber: data diolah, 2022

Dana masuk di urutan ketiga di tahun 2019 dan urutan keempat dari tahun 2020 sampai 2021 aplikasi dompet digital yang paling banyak digunakan. DANA mencatatkan peningkatan transaksi sejumlah layanan. Misalnya, pada pembayaran *QR Code Indonesian Standard* atau QRIS transaksi meningkat 267% per Oktober 2021. Kemudian, transaksi pengiriman uang meningkat 328%. Jumlah pengguna dompet digital DANA sendiri di kuartal III 2021 tumbuh hingga 43%, melanjutkan *trend* pertumbuhan di dua kuartal sebelumnya. Pertumbuhan jumlah pengguna

dompet digital ini juga didukung penggunaan fitur yang meningkat dibandingkan kuartal kedua 2021, di antaranya untuk isi ulang pulsa ponsel 26% dan pembayaran *online commerce* 17%. Dompet digital DANA memiliki fitur-fitur yang memudahkan transaksi bagi penggunanya, seperti pembayaran tagihan telepon, listrik, dan transaksi lainnya

Purwiati (2013) memaparkan bahwasanya berbagai faktor yang bisa mempengaruhi adopsi *E-Wallet* yaitu keamanan serta kerahasiaan, manfaat kegunaan, kepraktisan pengguna, kesenangan, keyakinan, kecukupan informasi, serta pengguna (Purwiati. E, 2013). Hasil penelitian tersebut adalah replika dari penelitian yang dijalankan oleh Priyono (2017) menguji mengenai transaksi elektronik dengan memanfaatkan dompet elektronik (*Electronic Wallet*) yang disediakan dari gojek yaitu GoPay dilaksanakan pada tahun 2017.

Khairunnisa (2020) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan sedangkan menurut penelitian Kartika (2018) kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat pembelian. Mala (2020) menyatakan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan *E-Wallet*. Namun pada penelitian Dian, Anik (2021) variabel keamanan tidak berpengaruh pada keputusan pembelian. Asep Imam (2020) menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan memiliki hasil berpengaruh positif dan signifikan antara variabel kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan, namun penelitian Pratama (2019) kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat pembelian online.

Permasalahan

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh kepercayaan, persepsi keamanan, persepsi kemudahan, pengaruh sosial, brand image, dan perilaku konsumtif mempengaruhi keputusan penggunaan?
2. Bagaimana pengaruh kepercayaan, persepsi keamanan, persepsi kemudahan, pengaruh sosial, brand image dan perilaku konsumtif secara simultan dalam penggunaan *E-Wallet* DANA?

Tujuan

Berdasarkan dari rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepercayaan, persepsi keamanan, persepsi kemudahan, pengaruh sosial, brand image dan perilaku konsumtif terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA.
2. Untuk menguji pengaruh antara kepercayaan, persepsi keamanan, persepsi kemudahan, pengaruh sosial, brand image dan perilaku konsumtif secara simultan terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA.

TINJAUAN PUSTAKA

Kepercayaan

Kepercayaan ialah kesadaran pihak lain atau individu pada sebuah perbuatan orang atau pihak lain dimana pihak lain itu mengambil sebuah keputusan pada orang itu atau tingkah laku yang mengacu dengan kepercayaan seseorang mengenai karakteristik individu lainnya.

Menurut Mowen dan Minor dalam Donni Juni (2017, p.116) Kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya

Flavia'n Menurut Rousseau et al dalam Donni Juni (2017, p.116) Kepercayaan adalah wilayah psikologis yang merupakan perhatian untuk menerima apa adanya berdasarkan harapan terhadap perilaku yang baik dari orang lain

Persepsi Keamanan

Keamanan didefinisikan sebagai keamanan pengguna saat melakukan transaksi e-commerce (Eid, 2011).

Flavia'n dan Guinali'u (2006) mendefinisikan keamanan sebagai keyakinan subjektif pengguna bahwa data pribadi mereka tidak akan dilihat, disimpan, dan digunakan oleh pihak lain selama dalam perjalanan dan penyimpanan sehingga harapan pengguna terhadap keamanan terus meningkat.

Konsumen tidak akan melakukan pembelian tanpa adanya jaminan keamanan. Karena tanpa jaminan keamanan yang memadai tentunya akan menimbulkan kekhawatiran pada konsumen, yang pada akhirnya menghalangi mereka untuk melakukan pembelian.

Persepsi Kemudahan

Menurut (Setiawan., 2020) persepsi kepercayaan merupakan keyakinan yang memungkinkan individu untuk secara sukarela menjadi pelanggan penyedia layanan setelah mempertimbangkan karakteristik penyedia layanan tersebut.

Jogiyanto, (2019) manfaat yang dirasakan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaanya

Dewi, (2019), kemudahan penggunaan membuat orang percaya bahwa mencoba menggunakan sistem itu mudah dan tidak sulit. Oleh karena itu, suatu sistem harus mudah diaplikasikan oleh pengguna agar pengguna dapat merasakan kemudahan dalam menggunakan sebuah sistem.

Pengaruh Sosial

Orang-orang yang dapat memberikan pengaruh saat menggunakan sistem teknologi dapat berasal dari teman, keluarga, pasangan maupun organisasi (Junadi dan Sfenrianto, 2015).

Menurut Adiwibowo et al. dalam Haryono & Brahmana (2015) pengaruh sosial adalah mengungkapkan pendapat pribadi tentang sesuatu yang dipercaya oleh insan lain mengenai pemakaian metode baru

Menurut Wibowo & Riyadi (2017) kelompok referensi adalah dampak yang diberikan oleh individu atau kelompok terhadap individu atau kelompok lainnya, baik memberikan dampak secara spontan mau pun tidak spontan yang memberikan suatu kriteria khusus.

Brand Image

Menurut Keller Brand Image dalam (Widyastuti & Said, 2017) brand image adalah persepsi seorang konsumen terhadap suatu merek yang juga merupakan cerminan ingatan yang dapat digambarkan dan berhubungan terhadap merek.

Menurut (Suhaily & Darmayono, 2017) Brand Image adalah situasi dimana brand dapat mempengaruhi perilaku seseorang konsumen terhadap suatu produk dalam keputusan pembelian sehingga semakin baik citra merek, semakin besar peluang terhadap keputusan pembelian.

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif ditentukan dari empat faktor, yakni faktor Kebudayaan, Faktor Pribadi, Faktor Sosial, Faktor Psikologis Kotler (2005).

Menurut Loudon dan Della Bitta (dalam Putri, 2017) perilaku konsumtif dapat didefinisikan sebagai proses pengambilan keputusan dan aktivitas fisik yang melibatkan individu ketika mengevaluasi, mengakuisisi, menggunakan, atau membuang barang dan jasa.

Menurut Engel (dalam Mangkunegara, 2012), perilaku konsumtif merupakan tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut.

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan serangkaian proses yang akan dijalani konsumen ketika akan melakukan transaksi dengan perusahaan. Hal ini dilakukan konsumen agar mendapatkan pemilihan objek yang tepat dalam melakukan pembelian baik itu produk fisik maupun jasa yang dibutuhkan.

Keputusan pembelian adalah keputusan pembeli tentang merek mana yang dibeli, Kotler dan Keller (2017:180).

Sangaji dan Sophia (2018:121) makna pengambilan keputusan konsumen adalah proses terpadu yang menggabungkan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih alternatif perilaku dan memilih salah satu.

Perspektif pengambilan keputusan (decision making perspective) yang menggambarkan seorang konsumen sedang melakukan serangkaian langkah tertentu pada saat melakukan pembelian.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan uji hipotesis dan uji statistik untuk mendapatkan hasilnya. Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Kepercayaan	X1.1	0,640	0,195	Valid
	X1.2	0,863	0,195	Valid
	X1.3	0,772	0,195	Valid
	X1.4	0,723	0,195	Valid
Persepsi Keamanan	X1.1	0,859	0,195	Valid
	X1.2	0,826	0,195	Valid
	X1.3	0,817	0,195	Valid
	X1.4	0,830	0,195	Valid
	X1.5	0,837	0,195	Valid
	X1.6	0,838	0,195	Valid
	X1.7	0,793	0,195	Valid
Persepsi Kemudahan	X1.1	0,727	0,195	Valid
	X1.2	0,715	0,195	Valid
	X1.3	0,700	0,195	Valid
	X1.4	0,725	0,195	Valid
	X1.5	0,789	0,195	Valid
	X1.6	0,755	0,195	Valid
	X1.7	0,737	0,195	Valid
	X1.8	0,758	0,195	Valid
	X1.9	0,621	0,195	Valid
Pengaruh Sosial	X1.1	0,868	0,195	Valid
	X1.2	0,873	0,195	Valid
	X1.3	0,776	0,195	Valid
	X1.4	0,755	0,195	Valid
Brand Image	X1.1	0,908	0,195	Valid
	X1.2	0,919	0,195	Valid
	X1.3	0,860	0,195	Valid
Perilaku Konsumtif	X1.1	0,899	0,195	Valid
	X1.2	0,917	0,195	Valid
	X1.3	0,856	0,195	Valid
Keputusan Penggunaan	X1.1	0,691	0,195	Valid
	X1.2	0,604	0,195	Valid
	X1.3	0,778	0,195	Valid
	X1.4	0,810	0,195	Valid
	X1.5	0,680	0,195	Valid

Sumber: Hasil Output SPSS 26

Berdasarkan pada tabel di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pada saat dilakukan uji validitas untuk mengetahui variabel Kepercayaan (X1), Persepsi keamanan (X2), Persepsi

kemudahan (X3), Pengaruh Sosial (X4), Brand image (X5), Perilaku konsumtif (X6), dan Keputusan Penggunaan (Y)

didapatkan hasil r hitung untuk setiap item pertanyaan lebih besar dari r tabel yaitu 0.361 atau r hitung $>$ r tabel. Maka dari itu setiap pertanyaan dari kuesioner dapat dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha Standar</i>	Keterangan
Kepercayaan	0,732	0,6	Reliabel
Persepsi Keamanan	0,922	0,6	Reliabel
Persepsi Kemudahan	0,884	0,6	Reliabel
Pengaruh Sosial	0,835	0,6	Reliabel
<i>Brand Image</i>	0,875	0,6	Reliabel
Perilaku Konsumtif	0,867	0,6	Reliabel
Keputusan Penggunaan	0,756	0,6	Reliabel

Sumber: Hasil Output SPSS 26

Berdasarkan pada tabel di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pada saat dilakukan uji reliabilitas untuk mengukur variabel Kepercayaan (X1), Persepsi keamanan (X2), Persepsi kemudahan (X3), Pengaruh Sosial (X4), Brand image (X5), Perilaku konsumtif (X6), dan Keputusan Penggunaan (Y) didapatkan hasil nilai *cronbach's alpha* $>$ 0,6. Maka dari itu setiap pertanyaan dari kuesioner penelitian dapat dinyatakan reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Komogorov-smirnof

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.34471170
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.076
	Negative	-.060
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.171 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil Uji SPSS 26

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat uji normalitas dengan menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov, nilai signifikansi yang ditunjukkan dari nilai *Asymp Sig. (2-Tailed)* lebih besar dari nilai alpha atau $0.171 > 0.05$ yang menunjukkan bahwa model regresi ini berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

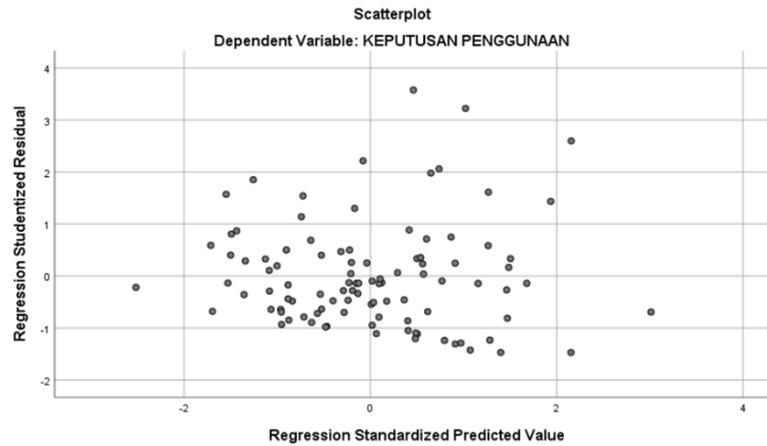
Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		
Model	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kepercayaan	.706	1.416
Persepsi Keamanan	.692	1.446
Persepsi Kemudahan	.940	1.064
Pengaruh Sosial	.616	1.624
<i>Brand Image</i>	.775	1.290
Perilaku Konsumtif	.765	1.308

Sumber: Hasil Output SPSS 26

Berdasarkan dari tabel hasil uji multikolinearitas, terlihat bahwa seluruh variabel memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan juga memiliki nilai VIF kurang dari 10,00. Artinya tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen, sehingga model regresi dapat dilakukan.

3. Uji Heterokedastisitas



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber: Hasil Output SPSS 26

Berdasarkan gambar hasil uji heteroskedastisitas diatas, terlihat titik – titik menyebar diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak membuat pola tertentu. Artinya dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Tabel 6. Hasil Uji t

Coefficients			
Model	Variabel	T	Sig.
1	(Constant)	1.309	0.194
	Kepercayaan	2.396	0.019
	Persepsi Keamanan	2.625	0.010
	Persepsi Kemudahan	3.773	0.000
	Pengaruh Sosial	2.200	0.030
	Brand Image	-3.234	0.002
	Perilaku Konsumtif	1.872	0.064

Sumber: Hasil Output SPSS 26

a. Hipotesis 1

H1 = Kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA. Variabel kepercayaan mempunyai tingkat signifikansi sebesar $0,019 > 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $2.396 > 1.985$. Artinya dapat disimpulkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA. H1 diterima

b. Hipotesis 2

H2 = Persepsi keamanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA. Variabel persepsi kemudahan mempunyai tingkat signifikansi sebesar $0,010 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $2.625 > 1.9845$. Artinya dapat disimpulkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA. H2 diterima.

c. Hipotesis 3

H3 = Persepsi kemudahan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA. Variabel persepsi kemudahan mempunyai tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $3.773 > 1.9845$. Artinya dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA. H3 diterima.

d. Hipotesis 4

H4 = Pengaruh sosial berpengaruh secara parsial terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA. Variabel pengaruh sosial mempunyai tingkat signifikansi sebesar $0,030 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $2.200 > 1.9845$. Artinya dapat disimpulkan bahwa pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA. H4 diterima.

e. Hipotesis 5

H5 = Brand image berpengaruh secara parsial terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA. Variabel brand image mempunyai tingkat signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $3.234 > 1.9845$. Artinya dapat disimpulkan bahwa brand image berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA. H5 diterima.

f. Hipotesis 6

H6 = Perilaku konsumtif berpengaruh secara parsial terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA. Variabel perilaku konsumtif mempunyai tingkat signifikansi sebesar $0,064 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $1.872 > 1.9845$. Artinya dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA. H6 ditolak.

2. Uji F (Simultan)

Tabel 7. Hasil Uji F

	Variabel	F	Sig.
1	Regression	15.485	.000 ^b
	Residual		
	Total		

Sumber: Hasil Output SPSS 26

c. Hipotesis 7

H7 = Kepercayaan, persepsi keamanan, persepsi kemudahan, pengaruh sosial, brand image, dan perilaku konsumtif berpengaruh secara simultan terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA. Berdasarkan hasil Uji F (simultan) diatas, menunjukkan nilai F hitung sebesar $15.485 > F$ tabel sebesar 2,19 dan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan, persepsi keamanan, persepsi kemudahan, pengaruh sosial, brand image, dan perilaku konsumtif secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA. H7 diterima.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.707a	0.5	0.467

Sumber: Hasil Output SPSS 21

Berdasarkan hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) diatas, dapat dilihat bahwa nilai koefisien R^2 (*Adjusted R Square*) sebesar 0,467. Hal ini dapat menjelaskan bahwa besar pengaruh variabel independen Kepercayaan (X1), Persepsi keamanan (X2), Persepsi kemudahan (X3), Pengaruh Sosial (X4), Brand image (X5), Perilaku konsumtif (X6), yang dihasilkan dari variabel dependen yaitu Keputusan Penggunaan *E-Wallet* DANA (Y) sebesar 46,7% dan memiliki sisa sebesar 53,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 9. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	3.483	2.660
Kepercayaan	.237	.099
Persepsi Keamanan	.163	.062
Persepsi Kemudahan	.157	.042
Pengaruh Sosial	.264	.120
<i>Brand Image</i>	-.381	.118
Perilaku Konsumtif	.186	.099

Sumber: Hasil Output SPSS 26

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan hasil data olah primer dengan analisis regresi linier berganda, maka dapat diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 3.483 + 0.237 X1 + 0.163 X2 + 0.157 X3 + 0.264 X4 - 0.381 X5 + 0.186 X6$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas, maka hasilnya dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta merupakan besarnya nilai variabel dependen (Y) tanpa adanya pengaruh variabel independen (X). Hasil uji regresi linier berganda menunjukkan nilai konstanta sebesar 3.483 dengan tanda positif yang artinya besar satuan Keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA (Y) apabila Kepercayaan (X1), Persepsi Keamanan (X2), Persepsi Kemudahan (X3), Pengaruh Sosial (X4), *Brand Image* (X5), Perilaku Konsumtif (X6). sebesar nol atau konstan, maka Keputusan Penggunaan (Y) adalah positif sebesar 3.483.
- b. Koefisien regresi untuk Variabel Kepercayaan (X1) memiliki nilai regresi yang positif yaitu 0.237. Dari hasil yang di dapat yaitu koefisien bernilai positif maka menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan (X1) memiliki pengaruh positif terhadap variabel Keputusan Penggunaan *E-Wallet* DANA (Y). Maka dapat digambarkan

bahwa apabila Kepercayaan mengalami kenaikan satu satuan dan variabel independen lainnya dianggap nol atau konstan, Keputusan Penggunaan *E-Wallet* DANA akan meningkat yaitu sebesar 0.237.

- c. Koefisien regresi untuk Variabel Persepsi keamanan (X2) memiliki nilai regresi yang positif yaitu 0.163. Dari hasil yang di dapat yaitu koefisien bernilai positif maka menunjukkan bahwa variabel Persepsi keamanan (X2) memiliki pengaruh positif terhadap variabel Keputusan Penggunaan *E-Wallet* DANA (Y). Maka dapat digambarkan bahwa apabila persepsi keamanan mengalami kenaikan satu satuan dan variabel independen lainnya dianggap nol atau konstan, Keputusan Penggunaan *E-Wallet* DANA akan meningkat yaitu sebesar 0.163.
- d. Koefisien regresi untuk Variabel Persepsi kemudahan (X3) memiliki nilai regresi yang positif yaitu 0.157. Dari hasil yang di dapat yaitu koefisien bernilai positif maka menunjukkan bahwa variabel Persepsi kemudahan (X3) memiliki pengaruh positif terhadap variabel Keputusan Penggunaan *E-Wallet* DANA (Y). Maka dapat digambarkan bahwa apabila persepsi kemudahan mengalami kenaikan satu satuan dan variabel independen lainnya dianggap nol atau konstan, Keputusan Penggunaan *E-Wallet* DANA akan meningkat yaitu sebesar 0.157.
- e. Koefisien regresi untuk Variabel Pengaruh sosial (X4) memiliki nilai regresi yang positif yaitu 0.264. Dari hasil yang di dapat yaitu koefisien bernilai positif maka menunjukkan bahwa variabel Pengaruh sosial (X4) memiliki pengaruh positif terhadap variabel Keputusan Penggunaan *E-Wallet* DANA (Y). Maka dapat digambarkan bahwa apabila pengaruh sosial mengalami kenaikan satu satuan dan variabel independen lainnya dianggap nol atau konstan, Keputusan Penggunaan *E-Wallet* DANA akan meningkat yaitu sebesar 0.264.
- f. Koefisien regresi untuk Variabel *Brand image* (X5) memiliki nilai regresi negatif yaitu -0.381. Dari hasil yang di dapat yaitu koefisien bernilai positif maka menunjukkan bahwa variabel *Brand image* (X5) memiliki pengaruh positif terhadap variabel Keputusan Penggunaan *E-Wallet* DANA (Y). Maka dapat digambarkan bahwa apabila *brand image* mengalami kenaikan satu satuan dan variabel independen lainnya dianggap nol atau konstan, Keputusan Penggunaan *E-Wallet* DANA akan menurun yaitu sebesar -0.381.
- g. Koefisien regresi untuk Variabel Perilaku konsumtif (X6) memiliki nilai regresi yang positif yaitu 0.186. Dari hasil yang di dapat yaitu koefisien bernilai positif maka menunjukkan bahwa variabel Perilaku konsumtif (X6) memiliki pengaruh positif terhadap variabel Keputusan Penggunaan *E-Wallet* DANA (Y). Maka dapat digambarkan bahwa apabila perilaku konsumtif mengalami kenaikan satu satuan dan variabel independen lainnya dianggap nol atau konstan, Keputusan Penggunaan *E-Wallet* DANA akan meningkat yaitu sebesar 0.186.

KESIMPULAN

Dari hasil pengujian dan pembahasan yang diteliti oleh penulis mengenai pengaruh variabel independent keamanan dan promosi terhadap keputusan pembelian *digital banking* LINE Bank, maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Pada variabel kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA. Artinya DANA sudah membuat penggunanya percaya pada saat memberikan data dirinya ketika melakukan registrasi karena DANA memberikan jaminan untuk menjaga data pemakainya dan selalu memberikan perlindungan kepada penggunanya. Hal itu yang membuat penggunanya percaya dan

- juga membuat responden tidak ragu untuk selalu menggunakan *E-Wallet* DANA di masa yang akan datang.
2. Pada variabel persepsi keamanan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA. Keamanan yang diberikan DANA seperti menggunakan PIN setiap transaksinya dan yakin bahwa DANA akan menjaga informasi penggunanya, hingga percaya bahwa uang akan aman berada di akun DANA daripada membawa uang tunai. Hal ini yang membuat penggunanya merasa aman, yang membuat responden memutuskan untuk menggunakan *E-Wallet* DANA.
 3. Pada variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA. Artinya semakin mudah aplikasi yang ditawarkan, maka keputusan penggunaan juga akan meningkat. DANA selalu memberikan kemudahan dan kecepatan pada setiap bertransaksi sehingga menjadi daya tarik bagi penggunanya. Seperti aplikasi yang mudah digunakan oleh pengguna baru, prosedur pendaftaran yang mudah dan jelas dan menjadikannya sistem pembayaran yang mudah dibawa kemana saja. Membuat penggunanya mudah untuk menggunakan aplikasi DANA, yang membuat responden menggunakan *E-Wallet* DANA.
 4. Pada variabel pengaruh sosial berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA. Dapat dilihat dengan pengaruh ajakan orang terdekat untuk menggunakan *E-Wallet* DANA membuat peningkatan jumlah pengguna. Hal ini yang membuat pengguna yakin untuk menggunakan DANA, yang membuat responden memutuskan untuk menggunakan *E-Wallet* DANA.
 5. Pada variabel *brand Image* berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA. Artinya, Citra DANA yang baik di mata penggunanya maka keputusan penggunaan juga akan meningkat. DANA terkenal karena postingan website yang aktif dan akun instagram yang sudah terverifikasi membuat pengguna merasa *up to date* ketika menggunakan aplikasi DANA karena merasa ikut perkembangan dompet digital. Hal ini yang membuat pengguna yakin untuk menggunakan DANA, yang membuat responden memutuskan untuk menggunakan *E-Wallet* DANA.
 6. Pada variabel Perilaku konsumtif tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA. Perilaku konsumtif, tidak membuktikan bahwa promosi dan *cashback* yang diberikan mempengaruhi penggunaan *E-Wallet* DANA.
 7. Secara bersama-sama kepercayaan, persepsi keamanan, persepsi kemudahan, pengaruh sosial, brand image, dan perilaku konsumtif berpengaruh simultan terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* DANA. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna DANA merasakan kepercayaan pada saat memberikan data dirinya, pengguna juga merasakan keamanan dalam bertransaksi dan merasakan kemudahan pada saat menggunakan aplikasi DANA, brand image yang dapat dilihat dari sosial media DANA yang aktif membagikan informasi terbaru dan informatif sehingga mereka memutuskan untuk menggunakan *E-Wallet* DANA sebagai sistem pembayaran. Dengan terjadinya peningkatan jumlah pengguna *E-Wallet* DANA juga membuktikan bahwa mereka telah percaya dan memutuskan untuk terus menggunakan Digital Wallet DANA.

DAFTAR PUSTAKA

Alistriwahyuni, N. (2019). PENGARUH PROMOSI PENJUALANI, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN FITUR LAYANAN i-SAKU. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* Volume 07 No 02 Tahun 2019.

Bank, I. ((2016, November 9)). Peraturan Bank Indonesia No.

- Isnain Putra Baskara, G. T. (2014). ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN, KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI AKAN RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI SITUS JEJARING SOSIAL (SOCIAL NETWORKING WEBSITES) (Studi Pada Mahasiswa di Kota Semarang). Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro.
- Khafiyah, N. (2019). Pengaruh Persepsi Mahasiswa Mengenai Uang Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi OVO.
- Kotler, P. (2005). Manajemen Pemasaran Edisi Sebelas, Jilid 1.
- Patel, K. J. (2016). *Adoption of Internet Banking Services in Gujarat: An Extension of TAM with Perceived Security and Social influence*. . *International Journal of Bank Marketing*, 36(1), , 147–169.
- Priambodo, S. &. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang) .
- Slameto. (2010). Belajar dan Faktor-Faktor yang memengaruhinya. Jakarta: Rineka Cipta.
- Wibowo, S. F. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta). *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), , 440-456.
- Widiartanto, A. I. (2019). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN OVO PT VISIONET DATA INTERNASIONAL (STUDI PADA PENGGUNA OVO DI KOTA SURAKARTA). Departemen Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.

Pengaruh Promosi Media Digital dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan *Mobile Banking Syariah*

Thalia Lufna Salsabila¹⁾, Sylvia Rozza²⁾

Politeknik Negeri Jakarta, humas@pnj.ac.id, Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, 16425, Depok, Indonesia

ABSTRACT

The rapid technological development is utilized by the world of Islamic banking to improve the quality of their products. One of the efforts is to provide Sharia Mobile Banking services. Bank Syariah Indonesia (BSI) of course also has sharia mobile banking services. However, the number of BSI Mobile users is still relatively low. The purpose of this study was to determine the effect of digital media promotion and word of mouth on customer decisions in using BSI Mobile. The data analysis method used is multiple linear regression and analysis was done on 100 respondents using BSI Mobile in the Greater Jakarta area. The results of this study are partially and simultaneously digital media promotions and word of mouth have a significant positive effect on customer decisions in using BSI Mobile. This research is expected to be an input for Bank Syariah Indonesia in optimizing its promotion strategy in order to improve customer decisions in using BSI Mobile. This can be done by increasing promotions on owned social media such as websites, Instagram, Twitter, Facebook, and other media.

Keywords: Digital Media Promotion; Word of Mouth; Customer Decisions in Using BSI Mobile

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang cukup pesat dimanfaatkan oleh dunia perbankan syariah untuk meningkatkan kualitas produknya. Salah satu upayanya adalah dengan menyediakan layanan Mobile Banking Syariah. Bank Syariah Indonesia (BSI) tentunya juga memiliki layanan mobile banking syariah. Namun jumlah pengguna BSI Mobile masih relatif rendah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi media digital dan word of mouth terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan BSI Mobile. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian dan mengambil 100 responden pengguna BSI Mobile di wilayah Jabodetabek. Adapun hasil dari penelitian ini adalah secara parsial dan simultan promosi media digital dan word of mouth berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan BSI Mobile. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan untuk Bank Syariah Indonesia dalam mengoptimalkan strategi promosinya guna meningkatkan keputusan nasabah menggunakan BSI Mobile. Hal tersebut dapat dilakukan dengan meningkatkan promosi pada media sosial yang dimiliki seperti website, Instagram, twitter, facebook, dan media lainnya.

Kata Kunci: Promosi Media Digital; Word of Mouth; Keputusan Nasabah dalam Menggunakan BSI Mobile

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia mengalami kemajuan yang dinilai cukup pesat mulai dari inovasi produk, peningkatan layanan, serta perkembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Hal ini didukung oleh perkembangan ekonomi dan teknologi yang cukup pesat. Teknologi informasi ini berdampak luar biasa dalam dunia perbankan syariah saat ini. Kemajuan teknologi ini mendorong dunia perbankan untuk ikut andil dalam memanfaatkan internet yaitu salah satunya dengan menawarkan produk layanan *mobile banking*. *Mobile Banking* saat ini sudah menjadi prioritas dalam pengembangan. Sudah banyak bank di Indonesia yang menyediakan layanan *mobile banking* sebagai sarana agar nasabah mereka dapat bertransaksi dengan mudah dan cepat.

Tidak hanya perbankan konvensional, perbankan syariah pun berlomba-lomba dalam meningkatkan fasilitas layanan pada *mobile banking*. Salah satunya adalah Bank Syariah Indonesia. Menurut Direktur Utama BSI, Jumlah pengguna BSI *Mobile* sampai dengan bulan Maret 2022 mencapai 3.770.000 nasabah atau meningkat 124% secara *Year of Year* (YoY). Namun, jika dibandingkan dengan jumlah nasabah BSI secara keseluruhan yang mencapai 15.000.000 nasabah, maka 3.770.000 nasabah tersebut masih relatif rendah. Dari data tersebut dapat terlihat adanya gap antara jumlah nasabah yang menabung dengan jumlah nasabah yang sudah menggunakan BSI *Mobile*.

Dari riset pendahuluan yang peneliti lakukan kepada para nasabah BSI, kurangnya minat nasabah untuk menggunakan BSI *Mobile* diduga karena kurangnya pengetahuan dan wawasan nasabah tentang fitur, keutamaan, dan manfaat dari BSI *Mobile*. Oleh sebab itu, salah satu cara untuk

meningkatkan informasi tersebut adalah dengan adanya strategi promosi.

Alat promosi yang digunakan oleh BSI adalah *personal selling*, *digital marketing*, *sales promotion*, dan *word of mouth*. *Digital marketing* disini dilakukan melalui internet dan sosial media. Bank Syariah Indonesia memiliki situs *website* resmi dan juga beberapa *platform* sosial media seperti Instagram, facebook, dan twitter sebagai media untuk mempromosikan produk *mobile banking*. Banyaknya pengguna internet menjadi peluang yang potensial bagi bank syariah untuk melakukan promosi melalui media digital ini. Namun, pada praktiknya BSI masih belum mengoptimalkan media digital sebagai salah satu alat untuk mempromosikan produk dan jasanya sehingga masyarakat terhambat dalam memahami dan menggunakan atau memilih produk-produk tersebut.

Word of Mouth juga merupakan salah satu alat promosi yang digunakan BSI. *Word of Mouth* pada dasarnya tidak dapat dikontrol secara langsung oleh pemasar karena berasal dari rekomendasi orang lain. Usaha yang dapat dilakukan pemasar agar *Word of Mouth* bersifat positif adalah dengan memberikan pelayanan yang baik dan cepat tanggap dalam menghadapi permasalahan nasabah. Namun *word of mouth* belum cukup gencar dilakukan pelaku WOM sehingga dari survey awal yang penulis lakukan terhadap 30 responden, didapatkan hasil bahwa *word of mouth* adalah alat promosi yang paling rendah memberikan pengetahuan tentang Bank Syariah Indonesia bagi masyarakat.

Permasalahan

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang, maka rumusan masalah yang akan diteliti pada penelitian ini adalah:

- Strategi promosi melalui media digital belum menunjukkan hasil yang memuaskan bagi para nasabah.
- Masih kurangnya aktivitas *word of mouth* yang dapat memengaruhi keputusan nasabah terhadap produk layanan jasa *mobile banking*.
- Masih minimnya kombinasi promosi antara media digital dan *word of mouth* yang memengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan BSI *Mobile*.

Tujuan

Merujuk pada permasalahan dan pertanyaan penelitian, penelitian ini bertujuan untuk:

- Menganalisis apakah media digital berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan BSI *Mobile*
- Menganalisis apakah *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan BSI *Mobile*
- Menganalisis pengaruh media digital dan *word of mouth* terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan BSI *Mobile*

TINJAUAN PUSTAKA

Promosi Media Digital

Menurut Ryan dan Jones (2009:13) menyatakan dalam bukunya “*Digital marketing is not about understanding the underlying technology, but rather about understanding people, how they’re using the technology, and how you can leverage that to engage with them more effectively.*”. Hal ini berarti pemasaran digital tidak hanya tentang memahami teknologi yang mendasarinya, namun juga tentang memahami pelakunya. Bagaimana mereka menggunakan teknologi tersebut dan bagaimana mereka dapat memanfaatkannya agar teknologi tersebut dapat berjalan efektif dalam proses pemasaran digital.

Dimensi dari pemasaran digital dari sisi promosi sebagai bagian dari bauran pemasaran menurut Ryan dan Jones (2009) dalam Harwindra dan Nurmahdi (2015) yaitu:

- *Website*
Website merupakan bagian yang sangat penting dalam keseluruhan strategi pemasaran digital dimana kegiatan online akan terarah langsung ke calon konsumen.
- Optimasi Mesin Pencari (SEO)
SEO (*search engine optimization*) didefinisikan sebagai proses pengaturan konten dari *website* agar dapat dengan mudah ditemukan oleh pengguna internet yang sedang mencari konten yang relevan.
- Periklanan Berbasis Klik Pencarian Berbayar (PPC Advertising)
Periklanan PPC (*pay per click*) memungkinkan pemasar membeli halaman hasil pencarian internet berdasarkan kata kunci-kata kunci dan kalimat-kalimat yang dipilih.
- Pemasaran Afiliasi dan Kemitraan Strategis
Pemasaran afiliasi dan kemitraan strategis dilakukan dengan mengadakan kegiatan bermitra dengan organisasi/perusahaan lain dan *website-website* untuk mencapai keuntungan bersama dari sebuah kerjasama untuk mempromosikan produk atau layanan.
- Hubungan Masyarakat *Online*
Menggunakan saluran komunikasi *online* seperti *press release*, sindikasi, artikel (RSS), dan *blog* untuk menciptakan persepsi positif atas merek dan atau untuk menempatkan organisasi atau perusahaan sebagai pihak yang berwenang di bidang tertentu.
- Jejaring Sosial
Sebuah peluang pemasaran, namun saat ini belum ada seorang pun yang dapat menawarkan sistem periklanan dengan sangat fokus ke kelompok masyarakat yang sangat kecil atas dasar informasi profil yang didapatkan dari situs-situs jejaring sosial.
- Email Pemasaran
Surat elektronik (*email*) biasanya dikirimkan dengan tujuan untuk menjaga hubungan dengan konsumen yang sudah ada ataupun calon konsumen yang bersedia menerima informasi melalui email.
- Manajemen Hubungan Konsumen
Salah satu elemen penting lainnya dari kegiatan promosi media digital adalah dengan menjaga konsumen yang sudah ada serta membangun kerjasama yang saling menguntungkan dengan mereka.

Word of Mouth atau Getok Tular

Word of Mouth adalah informasi yang disampaikan dari mulut ke mulut yang melibatkan pengalaman untuk merekomendasikan suatu produk atau jasa kepada orang terdekat dari banyaknya pilihan yang beragam yang biasanya lebih dipercaya dari kegiatan promosi lainnya. Menurut Sernovitz (2012), *Word of Mouth* sangat efektif karena sumber kepercayaannya datang dari orang yang tidak memperoleh keuntungan dari rekomendasi mereka.

Sernovitz (2012) menjelaskan bahwa *word of mouth* memiliki lima dimensi atau elemen dasar yaitu:

- Pembicara
Pembicara merupakan kumpulan target dimana mereka akan membicarakan suatu merek atau biasa dikenal sebagai *influencer*.
- Topik

Topik adalah informasi yang dibicarakan mengenai suatu produk seperti pelayanan yang diberikan dan keunggulannya.

- *Tools*
Tools merupakan alat atau perlengkapan yang mempermudah aktivitas *Word of Mouth*.
- Partisipasi
Partisipasi dari orang lain dalam suatu pembicaraan sangatlah penting. Hal ini dikarenakan suatu pembicaraan akan hilang jika hanya ada satu orang yang berbicara mengenai suatu produk.
- *Tracking*
Tracking adalah suatu tindakan perusahaan untuk mengawasi serta memantau respon dari konsumen dengan tujuan agar perusahaan dapat mempelajari masukan dari konsumen baik itu masukan positif ataupun masukan negatif.

Keputusan Nasabah

Menurut Kotler dan Keller (2014) keputusan pembelian adalah tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi antar merek dalam kumpulan pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merek yang paling disukai.

Menurut Kotler dan Keller (2014) dimensi keputusan pembelian adalah:

- Pilihan produk
Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau tidak. Oleh sebab itu, perusahaan harus memfokuskan perhatiannya kepada konsumen yang beminat membeli sebuah produk dan juga memikirkan alternatif yang akan dipilih konsumen.
- Pilihan Merek
Konsumen akan mengambil keputusan tentang merek apa yang akan mereka beli karena setiap merek memiliki keunggulan masing-masing. Perusahaan harus mengetahui hal yang mendasari konsumen dalam memilih sebuah merek.
- Pilihan Penyalur
Setiap konsumen memiliki pertimbangan yang berbeda dalam memilih penyalur mana yang akan mereka kunjungi. Hal ini didasari oleh beberapa faktor seperti lokasi yang dekat, harga yang murah, persediaan barang yang lengkap, dan lain sebagainya.
- Waktu Pembelian
Waktu yang dipilih oleh konsumen dalam melakukan pembelian dapat berbeda-beda seperti sebulan sekali, tiga bulan sekali, enam bulan sekali atau bahkan satu tahun sekali. Sehingga perusahaan harus mempersiapkan produknya kapanpun agar saat konsumen melakukan pembelian, produk yang diinginkan tersedia
- Jumlah Pembelian
Konsumen akan mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibeli. Maka dari itu, perusahaan harus mempersiapkan persediaan produk yang akan dibeli oleh konsumen sesuai dengan jumlah yang diinginkan mereka.

Mobile Banking

Menurut Wulandari dan Moeliono (2017) *mobile banking* merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti *handphone*. Sedangkan menurut Kurniawati, Winarno, dan Alif (2017) *mobile banking* merupakan sebuah fasilitas yang disediakan oleh bank pada era modern ini yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi.

Dengan adanya *mobile banking*, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual seperti mendatangi kantor cabang bank atau melalui mesin ATM, kini dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan *smartphone* yang terhubung dengan jaringan internet.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif.

Metode Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *Non Probability Sampling*. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah metode *Purposive Sampling*. Oleh karena itu, penulis menetapkan kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi sampel yaitu:

- a. Masyarakat yang berdomisili di Jabodetabek
- b. Berusia minimal 17 tahun
- c. Menggunakan BSI Mobile

Berdasarkan perhitungan penentuan ukuran sampel menggunakan rumus Slovin dengan jumlah populasi masyarakat yang berdomisili di Jabodetabek sebanyak 29.116.662 jiwa, maka ukuran sampel yang diperoleh sebesar 100 orang responden.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan data primer dengan cara menyebarkan kuesioner kepada nasabah Bank Syariah Indonesia yang menggunakan BSI Mobile di Jabodetabek dalam bentuk *Google Form*, kemudian dikumpulkan dan diperiksa kelengkapannya untuk nantinya diukur menggunakan skala *Likert*.

Selain itu terdapat data sekunder. Data sekunder dalam penelitian ini bersumber dari berbagai studi pustaka literatur, baik dari, buku, jurnal, hasil penelitian terdahulu, situs resmi, maupun referensi lain yang dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Penelitian ini juga menggunakan teknik analisis data statistik deskriptif. Uji yang dilakukan diantaranya:

- Uji Validitas dan Reliabilitas
Uji validitas dilakukan pada setiap butir pernyataan divaliditasnya. Hasil Rhitung dibandingkan dengan R_{tabel} yaitu $df = n-2$ dengan tingkat signifikan 95%. Jika $R_{hitung} > R_{tabel}$ maka dikatakan valid. Uji reliabilitas hanya dilakukan terhadap item-item atau butir pernyataan yang valid. Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pernyataan. Jika nilai Cronbach's Alpha > 0.60 maka dikatakan reliabel.
- Uji Asumsi Klasik
Pengujian dilakukan supaya penelitian dapat dinyatakan bebas dari penyimpangan asumsi klasik. Uji Asumsi Klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, dan Uji Heteroskedastisitas. Pengujian normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen, dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Uji multikolinearitas digunakan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi

antar variabel. Sedangkan uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ini terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

- Analisis Regresi Linear Berganda
Analisis regresi linear berganda berfungsi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh hubungan variabel independen yaitu promosi media digital (X1) dan word of mouth (X2) terhadap variabel dependen yaitu keputusan nasabah (Y) menggunakan BSI Mobile.
- Uji Hipotesis
Langkah atau prosedur untuk menentukan apakah menerima atau menolak hipotesis dinamakan pengujian hipotesis. Secara statistik hal ini dapat diukur melalui nilai statistik t, nilai statistik f dan nilai koefisien determinan. Uji T digunakan untuk menguji secara signifikan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Uji koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui persentase besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

- Hasil Uji Validitas
Uji validitas ini dilakukan menggunakan program SPSS Versi 22. Dengan jumlah sampel 100 orang, maka dapat diperoleh $R_{tabel} = 0,196$. Berikut adalah hasil uji validitas:

Tabel 1 Uji Validitas

Variabel	Kode Pertanyaan	R hitung	R tabel
Promosi Media Digital	X1.1	0,529	0,196
	X1.2	0,507	0,196
	X1.3	0,763	0,196
	X1.4	0,645	0,196
	X1.5	0,737	0,196
	X1.6	0,743	0,196
	X1.7	0,662	0,196
<i>Word of Mouth</i>	X1.1	0,708	0,196
	X1.2	0,722	0,196
	X1.3	0,732	0,196
	X1.4	0,726	0,196
	X1.5	0,621	0,196
Keputusan Nasabah	Y1	0,777	0,196
	Y2	0,822	0,196
	Y3	0,820	0,196
	Y4	0,835	0,196
	Y5	0,515	0,196
	Y6	0,674	0,196
	Y7	0,431	0,196

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 1 tersebut menunjukkan bahwa setiap instrumen pertanyaan dari variabel promosi media digital, word of mouth, dan keputusan nasabah memiliki hasil Rhitung > Rtabel, sehingga seluruh pertanyaan dalam kuesioner penelitian ini dapat dikatakan valid

- Hasil Uji Reliabilitas

Dalam uji reliabilitas, suatu data dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha > 0,600. Berdasarkan Uji Reliabilitas menggunakan SPSS, maka diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Standard
Promosi Media Digital	0,804	0,600
Word of Mouth	0,684	0,600
Keputusan Nasabah	0,798	0,600

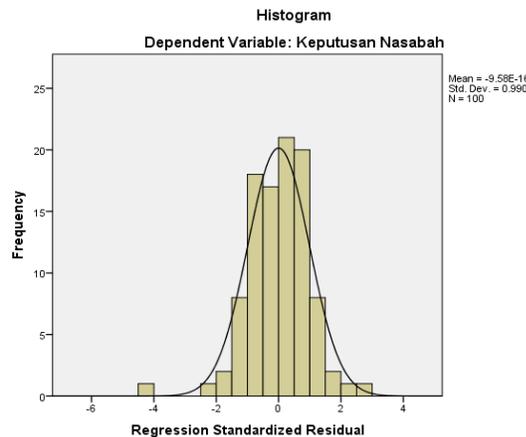
Sumber: Data diolah, 2022

Pada Tabel 2 menunjukkan menunjukkan hasil uji reliabilitas dari variabel promosi media digital, word of mouth, dan keputusan nasabah memiliki hasil Cronbach's Alpha lebih dari 0,600, sehingga dapat dikatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

- Uji Normalitas

- 1) Analisis Grafik Histogram

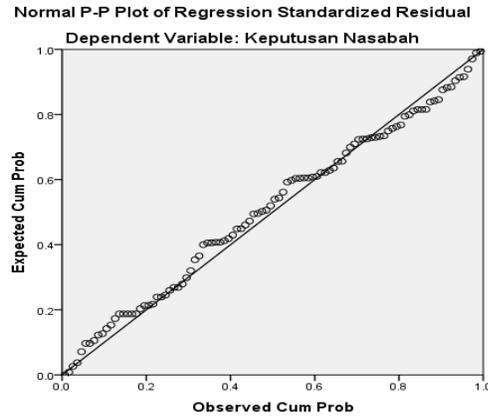


Gambar 1 Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram

Sumber: Data diolah,2022

Pada Gambar 1 dapat terlihat bahwa grafik Histogram *Regression Standardized Residual* membentuk lengkungan kurva normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi berdistribusi normal.

- 2) Analisis Grafik *P-Plot*



Gambar 2 Hasil Uji Normalitas Grafik *P-Plot*
 Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Gambar 2 menunjukkan bahwa pengujian normalitas berdistribusi normal. Hal ini dapat dilihat dari data (titik-titik) yang menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

3) Analisis *Kolmogorov-Smirnov* (K-S)

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas Analisis *Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.72583743
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.052
	Negative	-.069
Test Statistic		.069
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 diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 3, nilai signifikasi Asymp. Sig. (2-Failed) menunjukkan angka 0,200 yakni lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi dengan normal.

- Uji Multikolinearitas

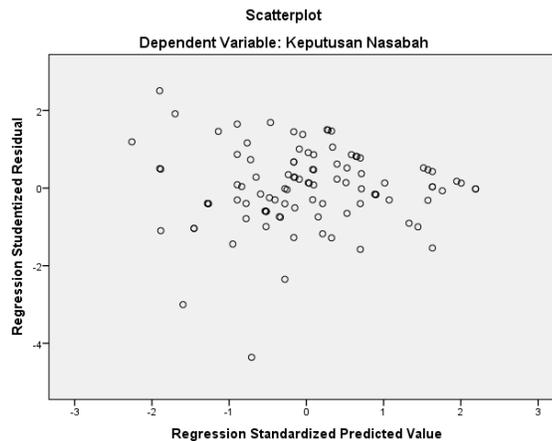
Tabel 4 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Promosi Media Digital	0,959	1,043
Word of Mouth	0,959	1,043

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4 di atas, diketahui bahwa Nilai Tolerance variabel Promosi Media Digital dan Word of Mouth adalah 0,959 dimana angka tersebut lebih besar dari 0,100. Diketahui pula nilai VIF variabel Promosi Media Digital dan Word of Mouth adalah 1,043 dimana angka tersebut lebih kecil dari 10. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dari setiap variabel.

- Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Gambar 4.3 menunjukkan bahwa tidak ada pola yang jelas yakni titik-titik pada Scatterplot menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a	
		Unstandardized Coefficients	
Model		B	Std. Error
1	(Constant)	5.998	2.446
	Promosi Media Digital	.379	.064
	Word of Mouth	.496	.129

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: Data diolah, 2022

Hasil analisis regresi linear berganda pada Tabel 5 di atas menghasilkan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 5,998 + 0,379X_1 + 0,496X_2$$

Dari persamaan tersebut dapat diuraikan bahwa:

- Nilai konstanta (α) merupakan besarnya nilai variabel dependen (Y) yaitu keputusan nasabah. Konstanta bernilai 5,998 apabila seluruh variabel independen (X) dianggap konstan.
- Variabel independen promosi media digital (X1) memiliki koefisien sebesar 0,379 yang artinya promosi media digital berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.
- Variabel independen word of mouth (X2) memiliki koefisien sebesar 0,496 yang artinya word of mouth berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

Uji Hipotesis

- Uji Parsial (Uji T)

Tabel 6 Hasil Uji T

Variabel	T _{hitung}	Sig.	T _{tabel}
Promosi Media Digital	5,887	0,000	1,984
Word of Mouth	3,841	0,000	1,984

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 6 tersebut, dapat disimpulkan bahwa:

- Variabel Independen Promosi Media Digital (X1) memiliki nilai Thitung > Ttabel yaitu 5,887 > 1,984 dan tingkat signifikasinya 0,000 < 0.05. Dengan hal ini maka H1 diterima, yang artinya promosi media digital berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan BSI Mobile.
 - Variabel Independen Word of Mouth (X2) memiliki nilai Thitung > Ttabel yaitu 3,841 > 1,984 dan tingkat signifikasinya 0,000 < 0.05. Dengan hal ini maka H2 diterima, yang artinya word of mouth berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan BSI Mobile.
- Uji Simultan (Uji F)

Tabel 7 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		F	Sig.
1	Regression	30.526	.000 ^b
	Residual		
	Total		

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 7 didapatkan nilai Fhitung > Ftabel yaitu $30,526 > 3,09$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H3 diterima yang berarti bahwa variabel promosi media digital (X1) dan word of mouth (X2) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap variabel keputusan nasabah dalam menggunakan BSI Mobile.

- Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Tabel 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.622 ^a	.386	.374	2.58728

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 8 diperoleh angka R² (R Square) sebesar 0,386 atau 38.6%. Sehingga dapat disimpulkan besarnya pengaruh variabel promosi media digital dan word of mouth terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan BSI Mobile adalah sebesar 38.6%.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Promosi media digital secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan BSI Mobile. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya masyarakat yang tertarik menggunakan BSI Mobile dikarenakan pengaruh pada media digital seperti iklan pada televisi, youtube, atau platform media sosial lainnya.

Word of Mouth secara parsial memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan BSI Mobile. Hal ini dikarenakan para pemberi informasi menyampaikan informasi mengenai BSI Mobile dengan menggunakan media sosial seperti review di instagram, twitter, dan facebook. Selain itu juga menggunakan media lainnya seperti brosur.

Promosi media digital dan Word of Mouth secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan BSI Mobile.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrina Yasmin, Sadia Tasneem, dan Kaniz Fatema, *Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age: An Empirical Study*. Diakses pada 01 April 2022 dari [10.18775/ijmsba.1849-5664-5419.2014.15.1006](https://doi.org/10.18775/ijmsba.1849-5664-5419.2014.15.1006)
- Ali, Hasan. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center for Academic Publishing Service)
- Ardiandyah, Y dan Sulistiyowati, L, H. (2018). Pengaruh Kompetensi dan Kecerdasan Emosional terhadap Kinerja Pegawai. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*. Diakses pada tanggal 10 April 2022 dari <https://doi.org/10.33603/jibm.v2i1.1064>
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Babin, Barry, (2015). *Modelling Consumer Satisfaction and Word of Mouth: Restaurant Patronage in Korea, The Journal of Service Marketing*. Vol 19 No.3 hal 133 – 139.
- Bank Syariah Indonesia (2021). *Fitur Layanan BSI Mobile*. Diakses pada tanggal 15 November 2021 dari <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/digital-banking/1618286255bsi-mobile>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and practice (6th ed.)*. Pearson.
- CNBC Indonesia (2021). *Mobile banking Bank Syariah Indonesia Melesar 98%*. Diakses pada tanggal 3 Desember 2021 dari <https://www.cnbcindonesia.com/syariah/20210823140844-29-270488/gegaraini-mobile-banking-bank-syariah-indonesia-melesat-98>
- Cong, Y dan Zheng, Y. (2017). “A Literature Review of the Influence of Electronic Word-of-Mouth on Consumer Purchase Intention”. *Open Journal of Business and Management*. Diakses pada tanggal 12 April 2022, dari https://www.scirp.org/pdf/OJBM_2017072615534487.pdf
- Durmaz, Y dan Efendioglu, I, H. (2016). *Travel from Traditional Marketing to Digital Marketing*. (Global Journal Inc.). Diakses pada tanggal 25 Maret 2022, dari <https://journalofbusiness.org/index.php/GJMBR/article/view/2049/1951>
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Denga Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harwindra Yoga Prasetya dan Adi Nurmahdi (2017). Pengaruh Pemasaran Digital dan Perilaku Online Konsumen pada Peningkatan Kesadaran Konsumen dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian Via *Website*. Diakses pada tanggal 20 Maret 2022.
- Info Jabodetabek (2019). *Luas Wilayah dan Jumlah Penduduk Jabodetabek*. Diakses pada tanggal 12 Desember 2021, dari <https://www.infojabodetabek.com/luas-wilayah-dan-jumlah-penduduk-jabodetabek/>
- Jalilvand, R. (2012). *The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention, Marketing Intellegence and Planning*. Vol 30 No.4 hal 460 – 476
- Johnson, K, K. (2015). *Positive Word of Mouth for Mobile Location Based Services Retail Apss Usage*. *International Journal of Mobile Communications*. Diakses pada 18 Maret 2022, dari <https://www.inderscienceonline.com/doi/pdf/10.1504/IJMC.2015.072055>
- Junusi, R, E. (2020). *Digital Marketing During the Pandemic Period: A Study of Islamic Perspective*. (Universitas Islam Negeri Walisongo). Diakses pada tanggal 25 Maret 2022, dari <https://journal.walisongo.ac.id/index.php/JDMHI/article/view/5717/2714>
- Khadijah. (2020). *Perkembangan Jiwa Keagamaan Pada Remaja*. *Jurnal Al-Taujih*. Bingkai Bimbingan dan Konseling Islami 6. Diakses pada 20 Juli 2022, dari <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/attaujih/>
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong, (2014): *Principle of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Pretrice Hall.

- Kurniawati, H, A, Winarno, W, A dan Arif, A. (2017). Analisis Minat Pengguna *Mobile Banking* dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang Telah Dimodifikasi. (Universitas Jember). Diakses pada tanggal 28 Maret 2022, dari <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/e-JEBAUJ/article/view/4563/3374>
- Litequran (2021). Surat Ar-Rad. Diakses pada tanggal 25 Desember 2021, dari <https://litequran.net/ar-rad>
- Nurdin, I dan Hartati, S. (2019). Metodologi Penelitian Sosial. Surabaya: Media Sahabat Cendikia
- Nurdinia, I. R. (2020). “Pengaruh Promosi Media Digital, Pengetahuan, dan *Word of Mouth* Keluarga terhadap Minat Mengambil Pembiayaan *Murabahah* pada Bank Umum Syariah di Kota Bekasi”. (Skripsi Terapan Politeknik Negeri Jakarta,2020)
- Otoritas Jasa Keuangan Indonesia (2021). Statistik Perbankan Syariah OJK per Agustus 2021. Diakses pada tanggal 15 November 2021 dari <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/default.aspx>
- Otoritas Jasa Keuangan Indonesia. (2021). Transaksi *Internet Banking* dan *Moile Banking*. Diakses pada tanggal 29 Maret 2022, dari <https://www.ojk.go.id/>
- Prihastomo, Wiji. (2020). “Analisis Efektivitas Advertising dan Direct Marketing dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pegadaian Syariah”. (Skripsi Terapan, Politeknik Negeri Jakarta,2020)
- Putranti, H, R, D. *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), Kepuasan Konsumen, dan Pengaruh Langsung dan Tak Langsung terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Mahasiswa FEB UNTAG di Semarang). Media Ekonomi dan Manajemen. Diakses pada 9 April 2022
- Rahayu, I. S. (2016). Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* dengan Menggunakan Kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) (Studi Kasus PT Bank SYariah Mandiri Cabang Yogyakarta). JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia). Diakses pada 01 Desember 2021, dari [https://doi.org/10.21927/jesi.2015/.5\(2\).137-150](https://doi.org/10.21927/jesi.2015/.5(2).137-150)
- Rohmah, SM. (2017). Pengaruh Pengetahuan, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pebiayaannya *Murabahah* pada Anggota BMT Buana Mulursukoharjo. Surakarta. Institut Agama Islam Negeri Sirakarta.
- Ryan, D dan Calvin Jones. (2009). *Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging Digital Generation*. London: Kogan Page Limited
- Saidani, B dan Sudiarditha, I. (2019). *Marketing Mix-7ps: The Effect on Customer Satisfaction*. (Universitas Negeri Jakarta). Diakses pada tanggal 14 Maret 2022, dari <http://journal.unj/unj/index.php/jpeb>
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sekaran, Uma, Bougie, Roger. (2020). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. Edisi 8. Hoboken: Wiley.
- Sernovitz, A. (2012). *Word of Mouth Marketing, How Smart Companies Get People Talking. Third Edition*. United States of America: Greenleaf Book Group Press
- Setiadi, N.J. 2013. Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Revisi. Jakarta: Kencana
- Setiawan, E. dan Septiani, S. (2018). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Moda Transportasi Grab di Tangerang Selatan. Jurnal Manajemen dan Kearifan Lokal Indonesia. Diakses pada 30 Maret 2022 dari <https://journal.apmai.org/v2/index.php/jmkli/article/view/24/21>
- Siyoto, Sandu dan Ali Sodik. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi, 33. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Supranto, J dan Limakrisna, N. (2011). Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran: Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis. Lumajang: Mitra Wacana Media
- Suryyati, Lili. (2015). Manajemen Pemasaran; Suatu Strategi dalam Meningkatkan LoyalitasPelanggan. Perpustakaan Nasional RI: Deepublish.

- Top Brand Award. (2021). Top Brand Index 2021 Kategori E-Channel Fase I 2021. Diakses pada tanggal 20 Maret 2021 dari <https://www.topbrand-award.com/en/top-brand-index-int/>
- Wibowo, R dan Febrianto, R, A, (2021). Pengaruh KEcerdasan Spiritual dan Disiplin terhadap Kinerja Guru di SD Al Firdaus Surakarta. Jurnal Ilmiah Edunomika. Diakses pada tanggal 27 Maret 2022 dari <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/1418>
- Wulandari, N, P dan Moeliono, N, K. (2017). Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Layanan Mobile Banking di Bandung. (Universitas Telkom). Diakses pada tanggal 28 Maret 2022, dari <https://jurnal.stiepas.ac.id/index.php/bistek/article/view/90>
- Yuliasari, Ayuk. 2020. “Pengaruh *Technology Acceptance, Electronic Word of Mouth (E-WOM)* dan Dimensi Kualitas Produk Mobile Banking terhadap Looyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Boyolali)”. Diakses pada tanggal 30 November 2021, dari Perpustakaan IAIN Salatiga.

Analisis Penyelesaian Kredit Bermasalah (Studi Kasus Pada PT Bank DKI)

Singgih Dwi Artanto¹⁾, Ida Nurhayati²⁾

¹⁾Politeknik Negeri Jakarta, singgih.dwiartanto.ak18@mhs.w.pnj.ac.id, Bekasi, Indonesia

²⁾Politeknik Negeri Jakarta, ida.nurhayati@akuntansi.pnj.ac.id, Depok, Indonesia

ABSTRACT

The credit settlement policy is one of the determinants of PT Bank DKI's NPL figure. In accordance with SEBI No. 26/4/BPPP 1993 regulates the settlement of non-performing loans by rescheduling, reconditioning and restructuring. The purpose of this study is to analyze the settlement of non-performing loans by rescheduling, restructuring and reconditioning at PT Bank DKI. The author uses descriptive analysis method with a casuistic approach. This study uses primary data by conducting interviews with informants and secondary data includes literature review and theories that are relevant to the research. The results show that in implementing the rescheduling policy, PT Bank DKI provides an extension of the tenor to the debtor for the next 1 year and when the credit limit is above 5 billion where the policy is decided by the board of directors. PT Bank DKI's restructuring policy can adjust the debtor's ability to pay credit. Meanwhile, the reconditioning policy in the form of changes to requirements in the form of additions or injections of funds has never been carried out by PT Bank DKI because it is not in the SOP for credit settlement. In addition, the reconditioning policy was not given to PT Bank DKI because credit is relatively safe and PT Bank DKI is a regional government bank and has not gone public so that there is no obligation for financial reports to the public.

Keywords: *Non Performing Loans Rescheduling, Restructuring, Reconditioning.*

ABSTRAK

Kebijakan penyelesaian kredit merupakan salah satu penentu angka NPL PT Bank DKI. Sesuai dengan SEBI No. 26/4/BPPP tahun 1993 mengatur penyelesaian kredit bermasalah secara penjadwalan kembali (*rescheduling*), persyaratan kembali (*reconditioning*), dan penataan kembali (*restructuring*). Adapun tujuan penelitian ini adalah menganalisis penyelesaian kredit bermasalah dengan *rescheduling*, *restructuring* dan *reconditioning* pada PT Bank DKI. Penulis menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kasuistik. Penelitian ini menggunakan data primer dengan melakukan teknik wawancara terhadap informan dan data sekunder meliputi kajian pustaka dan teori yang relevan dengan penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam pelaksanaan kebijakan *rescheduling* PT Bank DKI memberikan perpanjangan waktu tenor kepada debitur hingga 1 tahun mendatang dan saat limit kredit berada diatas 5 milyar dimana kebijakan diputuskan oleh direksi. Kebijakan *restructuring* PT Bank DKI dapat menyesuaikan kemampuan debitur dalam pembayaran kredit. Sedangkan, kebijakan *reconditioning* berupa perubahan persyaratan yang berupa penambahan atau suntikan dana belum pernah dilakukan oleh PT Bank DKI karena tidak ada dalam SOP penyelesaian kredit. Selain itu, tidak diberikannya kebijakan *reconditioning* pada PT Bank DKI dikarenakan kredit relatif aman dan PT Bank DKI merupakan bank pemda serta belum *go-public* sehingga tidak ada kewajiban laporan keuangan pada masyarakat.

Kata kunci: Kredit Bermasalah, *Rescheduling, Restructuring, Reconditioning.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi merupakan fenomena penting yang dialami dunia belakangan ini. Pertumbuhan ekonomi menunjukkan sejauh mana kegiatan ekonomi menghasilkan pendapatan bagi masyarakat dimana pertumbuhan ekonomi sebuah negara berkaitan dengan tingkat ekonomi masyarakat (Syahputra, 2017).

Ekonomi suatu negara dikatakan bertumbuh jika kegiatan ekonomi masyarakat berdampak langsung pada kenaikan produksi barang dan jasa. Dengan mengikuti perkembangan jaman, manusia perlu memenuhi kebutuhan ekonominya, terutama dalam hal menjalankan kegiatan usaha. Kegiatan usaha memerlukan dana yang berasal dari modal pribadi maupun modal dari pihak lain. Pihak lain yang dimaksud adalah lembaga keuangan. Penambahan modal dari lembaga keuangan yang dilakukan oleh masyarakat terhadap kegiatan usahanya adalah dengan mengajukan permohonan penambahan modal atau pinjaman kepada bank atau lembaga kredit lainnya.

Pengajuan yang dimaksud adalah permohonan pengajuan kredit pada bank. Dalam Pasal 1 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 *juncto* Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan (selanjutnya disebut UU Perbankan), Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau dalam bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak.

Permasalahan pelaksanaan kredit bank banyak ditemukan pada ketidakmampuan nasabah untuk membayar sebagian atau seluruh kewajibannya kepada bank sesuai jangka waktu yang telah ditentukan meliputi pinjaman pokok dan bunga yang menyebabkan kredit digolongkan menjadi *Non Performing Loan* (NPL) atau kredit bermasalah (Ambarsita, 2013). Kredit yang dinilai sebagai kredit yang *performing loan* adalah kredit lancar dan dalam perhatian khusus, sedangkan yang dinilai sebagai kredit *Non Performing Loan* (NPL) adalah mulai dari kredit kurang lancar, kredit diragukan, dan kredit macet.

Tabel 1 Kredit Bermasalah PT Bank DKI

Tahun	2017	2018	2019	2020	2021
NPL Gross (dalam %)	3.76	2.66	2.52	2.98	3.02

Sumber : Laporan Tahunan PT Bank DKI 2021

Tabel di atas menunjukkan NPL PT Bank DKI mengalami penurunan 1.1% pada tahun 2018 dari tahun 2017, lalu pada 2019 penurunan NPL sebesar 0.14% dari tahun 2018. Kenaikan NPL PT Bank DKI mengalami kenaikan pada 2020 sebesar 0.46% dan kenaikan terjadi kembali pada 2021 sebesar 0.04%. Kenaikan tersebut masih dalam batas wajar dibandingkan dengan bank lain yang bahkan mengalami kenaikan hingga hampir menyentuh batas maksimal NPL yang ditetapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yaitu sebesar 5%. NPL PT Bank DKI dari tahun 2017 sampai tahun 2021 dapat dikatakan stabil karena penurunan dan kenaikan yang terjadi tidak signifikan. Kebijakan penyelesaian kredit merupakan salah satu penentu angka NPL PT Bank DKI.

Berpedoman kepada Surat Edaran Bank Indonesia Nomor 26/4/BPPP tahun 1993 tentang Kualitas Aktiva Produksi dan Pembentukan Penyisihan Penghapusan Aktiva Produksi tertanggal 29 mei 1993 yang pada prinsipnya mengatur penyelesaian kredit bermasalah sebelum diselesaikan melalui lembaga hukum adalah melalui alternatif penanganan secara penjadwalan kembali (*rescheduling*), persyaratan kembali (*reconditioning*), dan penataan kembali (*restructuring*).

Berdasarkan data bahwa penulis belum menemukan penyelesaian kredit bermasalah melalui *reconditioning* pada PT Bank DKI, hal itu telah terkonfirmasi melalui wawancara kepada Ibu Wita. Sesuai Surat Edaran Bank Indonesia Nomor 26/4/BPPP tertanggal 29 mei 1993 tentang Kualitas Aktiva Produksi dan

Pembentukan Penyisihan Penghapusan Aktiva Produksi yang mengatur penyelesaian kredit bermasalah sebelum diselesaikan melalui lembaga hukum adalah melalui alternatif penanganan secara penjadwalan kembali (*rescheduling*), persyaratan kembali (*reconditioning*), dan penataan kembali (*restructuring*). Tetapi pada pelaksanaannya PT Bank DKI hanya menerapkan kebijakan *rescheduling* dan *restructuring*, dan tidak menerapkan kebijakan *reconditioning* dalam penyelesaian kredit bermasalahnya.

Rumusan Masalah

Surat Edaran Bank Indonesia Nomor 26/4/BPPP tahun 1993 tentang Kualitas Aktiva Produksi dan Pembentukan Penyisihan Penghapusan Aktiva Produksi tertanggal 29 Mei 1993 yang mengatur penyelesaian kredit bermasalah sebelum diselesaikan melalui lembaga hukum adalah melalui alternatif penanganan secara penjadwalan kembali (*rescheduling*), persyaratan kembali (*reconditioning*), dan penataan kembali (*restructuring*). Pelaksanaan penyelesaian kredit bermasalah pada PT Bank DKI belum ditemukan baik dalam jurnal ilmiah maupun dalam media lainnya. Ketidakterdediaan informasi tersebut dikarenakan PT Bank DKI bukan merupakan perusahaan publik dimana tidak ada kewajiban melaporkan kegiatan penyelesaian kredit bermasalah kepada masyarakat luas. Berdasarkan fakta tersebut maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian, yaitu:

1. Bagaimana analisis penyelesaian kredit bermasalah melalui *rescheduling* pada PT Bank DKI ?
2. Bagaimana analisis penyelesaian kredit bermasalah melalui *restructuring* pada PT Bank DKI ?
3. Bagaimana analisis penyelesaian kredit bermasalah melalui *reconditioning* pada PT Bank DKI ?

Tujuan Penelitian

Berdasar pada uraian latar belakang serta rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Menganalisis penyelesaian kredit bermasalah dengan *rescheduling* pada PT Bank DKI
2. Menganalisis penyelesaian kredit bermasalah dengan *restructuring* pada PT Bank DKI
3. Menganalisis penyelesaian kredit bermasalah dengan *reconditioning* pada PT Bank DKI

TINJAUAN PUSTAKA

Kredit Bermasalah

Kredit bermasalah adalah pemberian suatu fasilitas kredit yang mengandung risiko kemacetan. (Ekonomika, Bisnis, & Dipenegoro, 2014). Kredit bermasalah atau *Non Performing Loan* (NPL) merupakan kredit yang sejak jatuh tempo tidak dapat dilunasi oleh debitur sebagaimana mestinya sesuai dengan perjanjian. (Rivai, 2013). Sedangkan menurut Ambarsita (2013) kredit bermasalah adalah suatu keadaan dimana nasabah sudah tidak sanggup membayar sebagian atau seluruh kewajibannya kepada bank seperti yang telah diperjanjikan sebelumnya.

Kredit yang dinilai sebagai kredit yang performing loan adalah kredit lancar dan dalam perhatian khusus, sedangkan yang dinilai sebagai kredit non-performing loan adalah mulai dari kredit kurang lancar, kredit diragukan, dan kredit macet.

Kolektibilitas kredit berdasarkan ketentuan Bank Indonesia sebagai berikut :

1. Kredit lancar

Kredit lancar adalah kredit yang tidak mengalami penundaan pengembalian pokok pinjaman dan pembayaran bunga.

2. Kredit dalam perhatian khusus

Kredit dalam perhatian khusus adalah kredit yang mempunyai tunggakan pokok atau bunga telah mengalami penundaan selama 1 s / d 90 hari.

3. Kredit kurang lancar

Kredit kurang lancar adalah kredit yang pengembalian pokok pinjaman dan pembayaran bunganya telah

mengalami penundaan selama 91 s/ d 180 hari dari jangka waktu yang diperjanjikan.

4. Kredit diragukan

Kredit diragukan adalah kredit pengembalian pokok pinjaman dan pembayaran bunganya telah mengalami penundaan selama 181 s/ d 270 hari atau dua kali jadwal yang telah diperjanjikan.

5. Kredit macet

Kredit macet adalah kredit yang pengembalian pokok pinjaman dan pembayaran bunganya telah mengalami penundaan lebih dari satu tahun sejak jatuh tempo menurut jadwal yang telah diperjanjikan.

Penyelesaian Kredit

Penyelesaian kredit merupakan jalur yang diambil oleh pihak bank melalui perundingan, negosiasi atau mediasi kembali dengan debitur melalui peringanan syarat-syarat dalam perjanjian kredit. Penyelesaian kredit bermasalah berpedoman pada Surat Edaran Bank Indonesia No. 26/4/BPPP tanggal 29 Mei 1993 pada prinsipnya mengatur penyelesaian kredit bermasalah dengan alternative penyelesaian secara penjadwalan ulang (*rescheduling*), persyaratan kembali (*reconditioning*), dan penataan kembali (*restructuring*).

Upaya yang dilakukan bank untuk penyelamatan terhadap kredit bermasalah antara lain:

1. *Rescheduling* (Penjadwalan Kembali)

Rescheduling merupakan upaya yang dilakukan bank untuk menangani kredit bermasalah dengan menyesuaikan tenor pinjaman dan diharapkan debitur dapat membayar kembali kewajibannya. Penjadwalan kembali dilakukan agar angsuran yang dibayarkan debitur menjadi semakin ringan. Perpanjangan tenor dapat disesuaikan dengan kemampuan bayar debitur.

2. *Reconditioning* (Persyaratan Kembali)

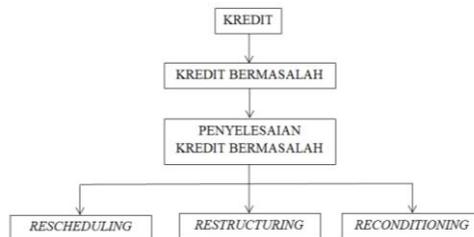
Reconditioning merupakan upaya bank dalam menyelamatkan kredit dengan mengubah syarat-syarat peminjaman, yang mencakup perubahan jadwal pembayaran, jangka waktu, dan persyaratan lainnya. Persyaratan kembali dapat dilakukan dengan syarat tidak mengubah maksimal plafon kredit.

3. *Restructuring* (Penataan Kembali)

Restructuring merupakan upaya yang dilakukan oleh bank dalam menyelamatkan kredit bermasalah dengan cara mengubah persyaratan kredit tidak terbatas pada *rescheduling* atau *reconditioning*.

Kerangka Pemikiran

Gambaran umum dari penelitian ini dapat terlihat seperti Gambar 1.



Gambar 1 Kerangka Pemikiran
Sumber: data diolah

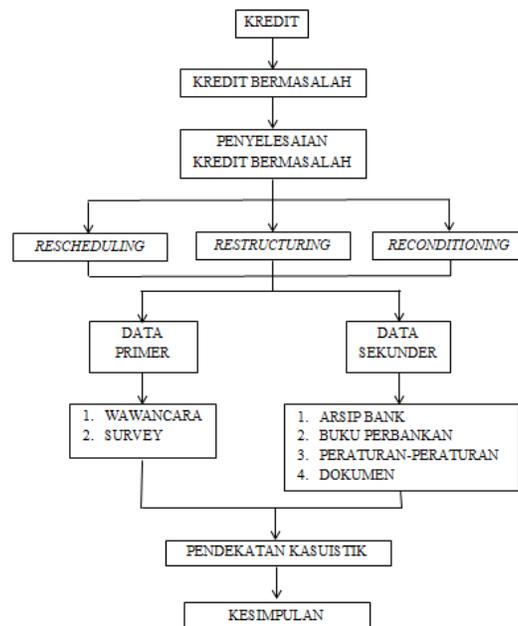
METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian empiris. Pada penelitian empiris yang diteliti pada awalnya adalah data primer, untuk kemudian dilanjutkan penelitian terhadap data sekunder di lapangan atau terhadap masyarakat (Soerjono Soekanto, 2006). Penelitian ini berusaha untuk menganalisis penyelesaian kredit bermasalah, dalam hal ini adalah *rescheduling*, *restructuring* dan *reconditioning*.

Objek penelitian ini adalah pelaksanaan *rescheduling*, *restructuring* dan *reconditioning* dalam penyelesaian kredit bermasalah. Lalu untuk subjek dalam penelitian ini adalah PT Bank DKI. Pengambilan sampel dengan wawancara merupakan komunikasi antara dua pihak atau lebih yang dapat dilakukan dengan tatap muka dengan tujuan untuk mendapatkan informasi guna pengumpulan data (Fadhallah, 2021). Peneliti akan mewawancarai informan yaitu Ibu Wita dari Grup Restrukturisasi dan Penyelesaian Kredit Bermasalah pada PT Bank DKI.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan sumber data yang digunakan adalah data primer, yaitu data yang berasal langsung dari sumbernya yaitu Ibu Wita dari Grup Restrukturisasi dan Penyelesaian Kredit Bermasalah PT Bank DKI dengan melakukan wawancara yang dianggap dapat memberikan informasi yang berkaitan dengan penelitian. Selain itu, dalam penelitian ini juga menggunakan data sekunder meliputi informasi dari kumpulan kajian pustaka dan teori-teori yang relevan untuk informasi pendukung yang berkaitan dengan variabel-variabel dalam penelitian.

Dalam menganalisis data, penulis menggunakan pendekatan kasuistik (*case approach*) merupakan penelitian dimana peneliti menggali suatu fenomena tertentu (kasus) dalam suatu waktu dan kegiatan (program, even, proses, institusi atau kelompok sosial) serta mengumpulkan informasi secara terinci dan mendalam dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data selama periode tertentu (Yani Kusmarni, 2012). Kasus yang dimaksud disini adalah PT Bank DKI sebagai pemilik kebijakan penyelesaian kredit bermasalah. Data berupa gambaran yang mendalam tersebut kemudian dianalisis dan diinterpretasikan dengan metode analisis deskriptif. Menjadikan penelitian ini mengarah pada analisis terhadap kebijakan yang dilakukan oleh PT Bank DKI dalam penyelesaian kredit bermasalah.



Gambar 2 Analisis Data

Sumber: data diolah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan Surat Edaran Bank Indonesia Nomor 26/4/BPPP tahun 1993 tentang Kualitas Aktiva Produksi dan Pembentukan Penyisihan Penghapusan Aktiva Produksi tertanggal 29 Mei 1993 mengatur penyelesaian kredit bermasalah sebelum diselesaikan melalui lembaga hukum adalah melalui alternatif penanganan secara penjadwalan kembali (*rescheduling*), persyaratan kembali (*reconditioning*), dan penataan kembali (*restructuring*).

Rescheduling

Hasil wawancara menunjukkan bahwa PT Bank DKI melaksanakan *rescheduling* dengan melakukan perubahan syarat khususnya pada jangka waktu pembayaran. Debitur yang dapat diberikan kebijakan *rescheduling* adalah debitur dengan tenor tersisa 3 bulan hingga 1 tahun. *Rescheduling* diberikan berupa perpanjangan jangka waktu pembayaran pada PT Bank DKI maksimal 1 tahun. Perbedaan pemberian kebijakan *rescheduling* terjadi saat limit kredit berada di atas 5 milyar dimana kebijakan diputuskan oleh direksi.

Dalam penelitian terdahulu, Buriroh (2022) *rescheduling* diberikan oleh BRI Syariah KCP Mojokari adalah dengan melakukan perpanjangan waktu, dimana untuk pembiayaan non mikro perpanjangan waktu diberikan maksimal 2 tahun, sedangkan untuk pembiayaan mikro perpanjangan diberikan maksimal 6 bulan. Selain itu, dalam jurnal Riana Hapsari (2022) *rescheduling* merupakan perubahan syarat kredit menyangkut jadwal pembayaran dan/atau jangka waktu termasuk masa tenggang, baik perubahan besarnya angsuran maupun tidak.

Terdapat gap penelitian terhadap pemberian perpanjangan jangka waktu dan pada penelitian Buriroh (2022) tidak menunjukkan syarat khusus pada pemberian kebijakan *rescheduling*.

Pelaksanaan *rescheduling* pada PT Bank DKI sejalan dengan penelitian Hapsari (2022) namun lebih terfokus pada jangka waktu kredit yang tersisa, membuat keputusan dalam pengambilan keputusan menjadi lebih tepat. Syarat jangka waktu kredit yang tersisa mulai 3 bulan hingga 1 tahun baru dapat dilakukan kebijakan *rescheduling* guna meminimalisir risiko kredit yang akan muncul. Perpanjangan jangka waktu kredit pada PT Bank DKI juga memiliki jangka waktu yang relative lebih singkat yakni maksimal 1 tahun.

Restructuring

Hasil wawancara menunjukkan bahwa kebijakan *restructuring* dapat diberikan kepada debitur dengan menyesuaikan kemampuan bayar yang dapat dilakukan oleh debitur tanpa memperpanjang waktu atau tenor. Kredit bermasalah yang diselesaikan dengan *restructuring* ini mengatur untuk angsuran pokok dan bunga yang ditanggung dibayarkan pada saat pelunasan kredit oleh debitur. Kebijakan *restructuring* hanya menyesuaikan kemampuan bayar debitur tanpa memberikan perpanjangan jangka waktu.

Dalam penelitian terdahulu, Buriroh (2022) kebijakan *restructuring* merupakan kebijakan yang memberikan perubahan persyaratan pembiayaan seperti penambahan dana pembiayaan. BRI Syariah KCP Mojokari jarang melakukan *restructuring* karena jika dilakukan kebijakan ini maka sudah dipastikan bahwa ada kesalahan dalam menganalisis pemberian pembiayaan sebelumnya. Selain itu menurut Hapsari (2022) *restructuring* merupakan perubahan syarat-syarat kredit berupa penambahan dana bank, dan/atau konversi seluruh atau sebagian tunggakan bunga menjadi pokok kredit baru, dan/atau konversi seluruh atau sebagian dari kredit menjadi penyertaan dalam perusahaan.

Terdapat perbedaan maksud pada arti dari kebijakan *restructuring* pada hasil wawancara dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Buriroh (2022).

Berdasarkan pendekatan kasustik yang penulis lakukan, kebijakan *restructuring* PT Bank DKI, sejalan dengan penelitian Hapsari (2022) dimana kebijakan *restructuring* merupakan kebijakan penyesuaian

kemampuan membayar debitur. Perbedaan arti juga sudah di konformasi oleh penulis kepada PT Bank DKI, bahwa karyawan PT Bank DKI hanya menjalankan kebijakan sesuai dengan SOP yang telah ada. Jika dicari kesamaan, maka kebijakan *restructuring* pada PT Bank DKI memiliki kesamaan pengertian dengan kebijakan *reconditioning* pada BRI Syariah KCP Mojosari. Hanya pada PT Bank DKI, debitur tidak dapat menunda pembayaran angsurannya namun dapat menunda pembayaran bunga dan pembayaran angsuran dapat disesuaikan dengan kondisi debitur. Sedangkan pada BRI Syariah KCP Mojosari, nasabah dapat melakukan penundaan membayar angsuran dan pembayaran angsuran dapat dilakukan kembali saat nasabah sudah mampu membayar kewajibannya. Tidak adanya penundaan membayar angsuran pada PT Bank DKI sebagaimana modal utama yang berasal dari Pemerintah Provinsi DKI Jakarta yang harus dipertanggungjawabkan.

Reconditioning

Hasil wawancara menunjukkan bahwa *reconditioning* pada PT Bank DKI adalah perubahan persyaratan yang berupa penambahan atau suntikan dana kepada debitur dengan kredit bermasalah. Kebijakan *reconditioning* belum dapat diberikan kepada debitur PT Bank DKI karena kebijakan tersebut belum diatur dalam SOP penyelesaian kredit bermasalah pada PT Bank DKI. Selain itu, tanggungjawab PT Bank DKI dalam mengelola modal yang berasal dari Pemerintah Provinsi DKI Jakarta, dimana modal ini adalah uang rakyat yang harus digunakan sebaik mungkin dengan tanggung jawab penuh. Dengan pemberian kebijakan *reconditioning* ini, PT Bank DKI menganggap kredit yang macet sebelumnya tidak dapat tertagih dan dengan tambahan dana berupa suntikan belum tentu kredit tersebut dapat tertagih seutuhnya dengan kredit sebelumnya.

Dalam penelitian terdahulu, Buriroh (2022) mengartikan *reconditioning* dengan cara menunda pembayaran angsuran, dimana pembayaran angsuran dapat dilakukan kembali saat nasabah sudah mampu membayar kewajibannya. Selain itu, Hapsari (2022) mengartikan *reconditioning* merupakan perubahan sebagian atau seluruh syarat-syarat kredit yang tidak terbatas pada pembayaran, jangka waktu, dan/atau persyaratan lainnya sepanjang tidak mengubah maksimum saldo kredit.

Terdapat perbedaan maksud pada arti dari kebijakan *reconditioning* pada hasil wawancara dengan penelitian Buriroh (2022).

Berdasarkan pendekatan kasustik yang penulis lakukan, kebijakan *reconditioning* kepada PT Bank DKI sejalan dengan penelitian Hapsari (2022), dimana kebijakan *reconditioning* merupakan kebijakan berupa perubahan persyaratan berupa penambahan dana pada kredit yang bermasalah. Perbedaan arti juga sudah di konformasi oleh penulis kepada PT Bank DKI, bahwa karyawan PT Bank DKI hanya menjalankan kebijakan sesuai dengan SOP yang telah ada. Jika dicari kesamaan, maka kebijakan *reconditioning* pada PT bank DKI memiliki kesamaan maksud dengan kebijakan *restructuring* pada BRI Syariah KCP Mojosari. Tidak adanya pelaksanaan *reconditioning* pada PT Bank DKI berbanding lurus dengan tidak diberikannya kebijakan *restructuring* pada BRI Syariah KCP Mojosari. PT Bank DKI tidak mengambil risiko yang besar dalam penyelesaian kredit bermasalahnya, dengan itu PT Bank DKI tidak memberikan *reconditioning* dalam penyelesaian kredit bermasalah. Kembali pada tanggung jawab uang masyarakat DKI Jakarta yang menjadi modal utama dalam pelaksanaan kegiatan PT Bank DKI.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan diatas, maka dapat diambil kesimpulan pada PT Bank DKI mengenai analisis penyelesaian kredit bermasalah, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa PT Bank DKI dalam pelaksanaan penyelesaian bermasalah memberikan kebijakan *rescheduling* dan *restructuring*, dengan penerapan :

1. Kebijakan *rescheduling* PT Bank DKI yaitu dengan memberikan perpanjangan waktu tenor kepada debitur hingga 1 tahun mendatang, sedangkan saat limit kredit berada diatas 5 milyar dimana kebijakan diputuskan oleh direksi.
2. Kebijakan *restructuring* PT Bank DKI adalah dengan menyesuaikan kemampuan debitur dalam pembayaran kredit.
3. Kebijakan *reconditioning* PT Bank DKI adalah dengan melakukan perubahan persyaratan yang berupa penambahan atau suntikan dana kepada debitur dengan kredit bermasalah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarsiya, L. (2013). Analisis penanganan kredit macet. *Manajemen Bisnis*, 3(1), 15-20.
- Buriroh, R., Mukhlisuddin, A., & Kusriani, N. (2022). Implementasi Rescheduling, Reconditioning dan Restructuring Sebagai Upaya Penyelesaian Pembiayaan Bermasalah Pada Masa Pandemi Covid-19 di BRI Syariah KCP Mojokari. *Jurnal Ekonomi Syariah*.
- DR.R.A.Fadhallah, S. M. (2021). *Wawancara*. Jakarta: UNJ Press.
- Hapsari, R. (2022). Penerapan Prinsip 3R (Restructuring, Rescheduling, Reconditioning) Dalam Implementasi POJK No. 11/POJK.03/2020 Tentang Stimulus Perekonomian Nasional Sebagai Kebijakan Countercyclical Dampak Penyebaran Coronavirus Desease 2019. *Dharmasiswa*.
- Herman, U., & Widayati, R. (2019). Penyelesaian Kredit Bermasalah pada PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Nagari Kasang. *PREPRINTS*.
- Kusmarni, Yani. (2012). *Studi Kasus*, Jurnal Edu UGM Press.
- Rivai. (2013) Commercial Bank Management. *Perbankan Dari Teori Ke Praktik I*.
- Sudarto, & Santoso, B. (2019). Penyelesaian Kredit Bermasalah pada Perbankan Indonesia. *Notarius*, Vol.12 No.2.
- Thamrin, A. H. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kredit Bermasalah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Unit Salo Kabupaten Pinrang. *eprints*.
- Tombi, J., Burhamzah, O., & Famauri, A. (2022). Penerapan Kebijakan Restrukturisasi Kredit oleh Bank Terhadap Debitur yang Terdampak Covid-19. *Jurnal Sosio Sains*.

DAFTAR PUSTAKA

- Alan, A. K., & Kabadayi, E. T. (2014). Quality antecedents of brand *Trust* and behavioral intention. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 150, 619-627.
- Bezovski, Z. (2016). The future of the mobile payment as electronic payment system. *European Journal of Business and Management*, 8(8), 127-132.
- BI. (2022, April 13). *Uang Elektronik Server Based*. Dipetik April 15, 2022, dari <https://www.bi.go.id/id/search.aspx#k=uang%20elektronik%20server%20based>
- BPS. (2021, Desember). *Laporan Statistik E-commerce 2021*. Dipetik April 1, 2022, dari <https://www.bps.go.id/publication/2021/12/17/667821e67421afd2c81c574b/statistik-e-commerce-2021.html>
- Chang, M. K., Cheung, W., & Tang, M. (2013). Building *Trust Online*: Interactions among *Trust* building mechanisms. *Information & management*, 50(7), 439-445.
- Clear, J. (2018). *Atomic Habits: An easy & proven way to build good Habits & break bad ones*. Penguin.
- Khatimah, H., & Halim, F. (2014). Consumers' intention to use e-money in Indonesia based on *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT). *American-Eurasian Journal of Sustainable Agriculture*, 8(12), 34-40.
- McKnight, D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). The impact of initial consumer *Trust* on intentions to transact with a web site: a *Trust* building model. *The journal of strategic information systems*, 11(3-4), 297-323.
- Pratama, G. (2020). Analisis Transaksi Jual Beli *Online* Melalui Website Marketplace Shopee Menurut Konsep Bisnis di Masa Pandemic Covid 19. *Ecopreneur: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(2), 21-34.
- Szumski, O. (2020). Technological *Trust* from the perspective of digital payment. *Procedia Computer Science*, 176, 3545-3554.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS quarterly*, 425-478.

Virdita Ratriani. (2022, Januari 15). *lifestyle.kontan.co.id*. Dipetik Agustus 10, 2022, dari <https://lifestyle.kontan.co.id/news/ini-beda-generasi-millennial-generasi-x-y-alpha-dan-baby-boomers-1>

Evaluasi Program Depok Sejahtera Pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Depok

Intan Nur Maulidyana Gunawan¹⁾, Abdillah²⁾

¹⁾ intannurmaulidyanaGunawan@gmail.com

²⁾ abdillahpnj@gmail.com

Politeknik Negeri Jakarta, Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, Kukesan, Kecamatan Beji, Kota Depok, Jawa Barat
16424

ABSTRACT

Zakat is a source of funds for the prosperity of the people, especially to alleviate poverty and eliminate social inequality. Therefore, the Depok City BAZNAS was formed, which was established based on the Director General for Guidance of the Islamic Community in 2014. BAZNAS Depok City also has a main program related to poverty alleviation, namely the Depok Prosperous Program. Therefore, evaluation in the Depok Sejahtera program is critical to determine the achievement of goals and programs run by the organization. This study aims to evaluate the Depok Sejahtera Program at the Depok City BAZNAS. The method used is descriptive-qualitative with primary data being interviews and documentation obtained by the purposive sampling technique. The results showed that the achievement of the Depok Sejahtera Program at BAZNAS Depok City was quite satisfactory. First, based on the evaluation of the context of the implementation of the Depok Sejahtera program, it was in accordance with the program's objectives and was implemented well. Second, based on the evaluation, the input was good enough and sufficient to support the program. Third, based on the evaluation of the process has been going very well and systematically arranged. Furthermore, based on the evaluation of the product, the program has run or has moved to a successful stage, but the majority of mustahik has just reached the stage of hypocrisy and has not yet become muzaki. In the future, this program will continue and is expected to improve welfare and reduce the poverty levels in Depok City.

Keywords: *The Depok Sejahtera Program; Evaluation; The Depok City BAZNAS.*

ABSTRAK

Zakat menjadi sumber dana untuk kesejahteraan umat terlebih guna mengentaskan dari kemiskinan serta menghilangkan kesenjangan sosial. Oleh karena itu dibentuklah BAZNAS Kota Depok yang didirikan berdasar pada Keputusan Dirjen Bimas Islam tahun 2014. BAZNAS Kota Depok juga memiliki program utama yang berkenaan dengan pengentasan kemiskinan yaitu Program Depok Sejahtera. Maka dari itu evaluasi dalam program Depok Sejahtera sangat penting untuk dilakukan, untuk mengetahui pencapaian tujuan dan program yang dijalankan oleh organisasi tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi program Depok sejahtera pada BAZNAS Kota Depok. Metode yang digunakan adalah deskriptif-kualitatif dengan data primer berupa wawancara dan dokumentasi yang diperoleh dengan teknik purposive sampling. Hasil penelitian, menunjukkan pencapaian program Depok sejahtera pada BAZNAS Kota Depok sudah cukup memuaskan. Pertama, berdasarkan evaluasi konteks pelaksanaan pada program Depok Sejahtera telah sesuai dengan tujuan program dan terlaksana dengan baik. Kedua, berdasarkan evaluasi masukan sudah cukup baik dan memadai untuk mendukung jalannya program. Ketiga, berdasarkan evaluasi proses telah berjalan dengan sangat baik dan tertata secara sistematis. Selanjutnya, yang terakhir berdasarkan evaluasi produk program tersebut telah berjalan atau bergerak mencapai tahap sukses, namun mayoritas mustahik baru sampai tahap munfik belum sampai sebagai muzaki. Kedepannya program ini akan terus berlanjut dan diharapkan bisa meningkatkan kesejahteraan dan mengurangi tingkat kemiskinan di Kota Depok.

Kata kunci: *Program Depok Sejahtera, Evaluasi, BAZNAS Kota Depok.*

PENDAHULUAN

Salah satu kewajiban yang diperintahkan Allah SWT untuk manusia selain shalat yakni perintah berzakat, dan amal berzakat ini sudah dilakukan sejak Nabi Muhammad SAW hijrah ke Kota Madinah (Ash-Shiddiqy, 1999).

Esensialnya kedudukan zakat dalam Islam, maka zakat adalah salah satu kewajiban prioritas umat Islam. Zakat adalah sebutan suatu hak Allah yang disisihkan oleh seseorang kepada yang berhak menerimanya. Zakat menjadi sumber dana untuk kesejahteraan umat terlebih guna mengentaskan dari kemiskinan serta menghilangkan kesenjangan sosial (Rusli, 2005).

Kemiskinan adalah satu diantara ihwal terbesar yang ditemui di negara berkembang dan amat menjadi atensi dunia khususnya Indonesia. Yang dimaksud kemiskinan sendiri adalah suatu kondisi yang melekat pada ketidakberdayaan seseorang saat mencukupi kebutuhan hidup yang dasar, primernya ada pada komponen konsumsi serta penghasilan. Dikatakan miskinnya penduduk ditandai dengan minim atau rendahnya taraf pendidikan, produktivitas kerja, penghasilan, kesehatan dan gizi dan juga kesejahteraan hidupnya yang menampakkan ketidakberdayaan.

Keadaan pemicu kemiskinan yakni dengan terdapatnya hajat yang harus dicukupi akan tetapi tidak mempunyai keahlian ataupun pendidikan yang akseptabel. Hal tersebut umumnya ditimbulkan sebab keterbatasan modal, yakni karena tidak memiliki modal guna menyempurnakan perlengkapan dan juga bahan dalam rangka mengaplikasikan keahlian yang dimiliki dengan suatu tujuan yaitu guna memperoleh pendapatan. Bisa juga bersumber dari faktor eksternal yakni krisis ekonomi, dan tidak terdapatnya tendensi berbentuk kebijakan yang menyajikan oportunitas serta prospek bagi masyarakat miskin.

Tabel 1.1. Angka Kemiskinan Kota Depok

Indikator	Tahun					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Jumlah Penduduk Miskin (000)	49,97	50,56	52,34	49,39	49,35	60,43
Persentase Penduduk Miskin (Po)	2,40	2,34	2,34	2,14	2,07	2,45
Garis Kemiskinan (Rp/Kapita/Bulan)	Rp496.747	Rp522.934	Rp556.470	Rp462.969	Rp644.860	Rp688.194
Indeks Kedalaman Kemiskinan (P1)	0,23	0,30	0,25	0,31	0,24	0,29
Indeks Keparahan Kemiskinan (P2)	0,06	0,06	0,06	0,06	0,04	0,06

Sumber: (BPS, 2022)

Data BPS Kota Depok menampakkan bahwa kemiskinan di Kota Depok terdapat peningkatan, tetapi pada tahun 2018 dan 2019 menurun menjadi 2,14% dan 2,07%. Dan di tahun 2020 mengalami peningkatan kembali menjadi 2,45%. Meninjau kemiskinan yang condong meningkat di Kota Depok, Pemerintah setempat mempunyai program guna menanggulangi tingkat kemiskinan yakni diantaranya adalah salah satu upaya yang dilakukan yaitu, memperkuat bergotong royong dengan Program Keluarga Harapan (PKH) milik Kementerian Sosial Republik Indonesia (Kemensos RI).

Selain Pemerintah Kota Depok, kini banyak bermunculan lembaga amil zakat atau badan amil zakat yang menjadi tulang punggung dalam hal pengumpulan dana zakat. Dengan adanya kelembagaan zakat ini menumbuhkan harapan yang besar guna dapat membantu kaum lemah, serta harapan ini menyiratkan dapat membantu dalam menanggulangi masalah pengangguran dan kemiskinan.

Oleh karena itu dibentuklah BAZNAS Kota Depok yang didirikan berdasar pada Keputusan Dirjen Bimas Islam No: DJ.II/568 Tahun 2014 tentang Pembentukan BAZNAS

Kabupaten/Kota se-Indonesia yang disahkan pada tanggal 5 Juni 2014. Dengan adanya Keputusan Dirjen Bimas Islam tersebut menandai terbentuknya BAZNAS Kota Depok selaras dengan amanat Undang-undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat (Baznas Kota Depok, 2016).

BAZNAS Kota Depok memiliki program utama yang berkenaan dengan pengentasan kemiskinan yaitu Program Depok Sejahtera. Depok Sejahtera adalah program yang bergerak untuk kesejahteraan masyarakat dengan training serta bantuan usaha. Program yang dibentuk pada tahun 2017 ini mempunyai tujuan utama guna mensejahterakan masyarakat Depok khususnya pada pemberdayaan ekonomi dengan tujuan yang awalnya adalah sebagai mustahik dari program ini perlahan berubah menjadi muzaki (Baznas Kota Depok, 2017).

Pada tahun 2021 K.H. Encep sebagai ketua BAZNAS Depok menuturkan bahwa BAZNAS Kota Depok mengalami peningkatan kinerja dari tahun ke tahun sejak tahun 2016-2021. Pada hal transparansi, BAZNAS Depok mengantongi nilai 0.80 dari nilai tertinggi tertinggi 1.00 dengan predikat baik. Ikatan dengan pemerintah Kota Depok juga mengantongi predikat harmonis, dibuktikan dengan indikator mendapatkan sokongan biaya operasional dari APBD sejumlah 73% dari jumlah biaya operasional. Terkait dengan penghimpunan sendiri tepatnya di tahun 2020 BAZNAS Kota Depok menghimpun zakat sejumlah Rp 4.847.000.306. Sedangkan capaian pengumpulan melalui Unit Pengumpulan Zakat (UPZ) berupa zakat fitrah senilai Rp 18.856.776.662. Selanjutnya K.H. Encep menginformasikan bahwa pada bidang penghimpunan zakat senantiasa mendapati peningkatan di setiap tahunnya. Sampai saat ini melihat dari statistik ZIS se Kota Depok, BAZNAS Kota Depok sendiri sanggup menghimpun dana ZIS sejumlah Rp 18,7 M dan juga telah menyalurkannya sejumlah Rp 17,9 M. Total muzaki dan mustahik yaitu 26,8 ribu orang dan 68,4 ribu orang. Pada pendistribusian dan pendayagunaan dana ZIS BAZNAS Kota Depok menyalurkan dananya untuk program Depok Peduli 28%, Depok Sejahtera sebesar 32%, Depok sehat sebesar 12%, Depok Taqwa sebesar 14%, dan Depok Cerdas sebesar 14% (BAZNAS Kota Depok, 2021). Tentu saja ini menandakan bahwa program Depok Sejahtera adalah fokus utama dalam penyaluran di BAZNAS Kota Depok, karena program itu adalah pemberian bantuan produktif yang diharapkan mampu meningkatkan sehingga dapat mengurangi tingkat kemiskinan yang ada di Kota Depok.

Dalam menanggulangi permasalahan kemiskinan yang ada di Kota Depok ini berkenaan dengan Program Depok Sejahtera. Program Depok Sejahtera mempunyai beberapa masalah dalam pengimplementasiannya, ihwal ini tergambar dari terdapatnya beberapa usaha yang tidak beroperasi karena mustahik yang belum sanggup untuk bertanggung jawab dengan bantuan produktif yang diberikan, terlebih lagi terdapat penerima manfaat yang juga terkadang tidak bisa diketahui keberadaannya (Susanto, 2021).

Problematika tersebut memperlihatkan program Depok Sejahtera belum terlaksana dengan seimbang, hingga bisa mempengaruhi kualitas dari program maupun lembaga serta usaha yang dijalankan akan meghadapi kerugian. Maka dari itu evaluasi dalam program Depok Sejahtera sangat penting untuk dilakukan seperti membantu dalam mengambil keputusan dan memberikan pertimbangan agar dapat menetapkan kualitas dan memahami pencapaian tujuan dari organisasi dan program yang dijalankan oleh organisasi tersebut, agar dapat mengetahui sejauh mana program tersebut dapat mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan penanggulangan kemiskinan khususnya untuk masyarakat Kota Depok.

TINJAUAN PUSTAKA

Evaluasi

Evaluasi berasal dari kata bahasa Inggris yaitu “evaluation” yang kemudian diserap kedalam bahasa Indonesia dengan sedikit penyesuaian lafal Indonesia namun tetap mempertahankan kata aslinya menjadi “evaluasi”. Pada kamus Oxford Advanced Learners

Dictionary of Current English, evaluasi memiliki definisi suatu usaha guna memutuskan nilai atau jumlah (Suharsimi & Abdul Jabar, 2004).

Program

Program secara umum merupakan suatu gambaran rencana yang dilakukan. Sementara itu makna program dalam definisi khusus bila langsung dikaitkan terhadap evaluasi program maka bisa didefinisikan seperti unsur kegiatan yang merupakan perwujudan atau implementasi dari kebijakan, terjadi dalam proses yang berkelanjutan serta berlangsung pada suatu organisasi yang menyangkut sekelompok orang (Arikunto & Jabar, 2009).

Evaluasi Program

Evaluasi Program merupakan langkah dalam menetapkan secara sistematis berkenaan dengan nilai, tujuan, efektivitas atau kecocokan sesuatu serasi dengan kriteria serta tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya. Proses dalam menetapkan suatu keputusan tersebut berdasar pada perbandingan secara hati-hati pada data yang diamati dengan menggunakan standar yang telah dibakukan (Arikunto, Jabar, & Safruddin, Evaluasi Program. Pendidikan, Pedoman Teoritis bagi Praktisi Pendidikan., 2004).

Pendapat lain mengenai evaluasi program yakni didefinisikan sebuah proses guna memafhumi apakah sebuah program yang dicanangkan dapat direalisasikan atau tidak dengan cara memafhumi efektivitas tiap-tiap komponennya menggunakan rangkaian informasi yang diperoleh dari evaluator. Evaluasi bermanfaat guna menentukan apakah output dan outcomes yang diinginkan dari pelaksanaan program dapat direalisasikan (Kirkpatrick, 1998).

Berdasarkan pada beberapa pendapat ahli, dapat disimpulkan bahwa evaluasi program merupakan kegiatan awal dalam mengumpulkan data yang tepat agar dapat diteruskan dengan memberikan tindak lanjut yang tepat. Evaluasi program adalah hal yang sangat penting dan juga berfaedah terlebih bagi para pengambil keputusan.

Program Depok Sejahtera

Program Depok Sejahtera pada BAZNAS Kota Depok sendiri merupakan program kerja yang berfokus dalam melayani dan menolong masyarakat dhuafa yang berkenaan dengan kesejahteraan warga Depok dengan bantuan modal usaha, sarana usaha, serta adanya pembinaan dan pendampingan usaha. Program Depok Sejahtera terdiri dari (Baznas Kota Depok, 2020):

1. Pelatihan Wirausaha

Pada program ini para penerima manfaat tidak hanya menerima bantuan modal usaha, namun juga memperoleh pendampingan dan pelatihan untuk mengoptimalkan potensi dan usaha yang dijalankan penerima manfaat.

2. Bantuan Modal Usaha

Dengan diberikannya modal usaha ini diharapkan mustahik menjadi lebih berdaya dan dapat mengentaskan mustahik dari kemiskinan.

3. Bantuan Sarana Usaha

Selain modal usaha, BAZNAS Kota Depok juga menyalurkan bantuan sarana usaha kepada penerima manfaat.

4. Pemberdayaan Ekonomi

Bertujuan guna meningkatkan kesejahteraan hidup para mustahik, melalui rangkaian pelatihan yang diberikan, pengadaan modal, dan pendampingan berkala yang dilakukan BAZNAS Kota Depok dengan organisasi masyarakat lain yang menjadi mitra.

5. Kampung BAZNAS Kota Depok

Program yang dibuat dalam rangka pemberdayaan melalui komunitas dan pihak wilayah desa dengan menanamkan aspek keislaman, ekonomi, dan pendidikan yang dapat diperoleh melalui kerjasama pihak BAZNAS Kota Depok dan RW binaan.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif-kualitatif. Penelitian ini merupakan suatu pendekatan yang dilakukan melalui analisis informasi berupa teks atau kata terkait dengan program Depok Sejahtera yang telah dikumpulkan lalu dijabarkan hasil dari analisis tersebut dalam bentuk deskripsi. Objek dalam penelitian ini adalah program Depok Sejahtera BAZNAS Kota Depok.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yang terdiri dari tiga orang staf dan dua orang mustahik program Depok Sejahtera BAZNAS Kota Depok dengan sumber data primer. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara secara langsung dan juga dokumentasi.

Dalam menyelesaikan penelitian ini menggunakan metode deskriptif-kualitatif. Dalam menganalisis data yang didapatkan berdasarkan pernyataan dari Miles dan Huberman mengenai analisis yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif (Sugiyono, 2013) terdapat empat tahap yang digunakan dalam proses analisis deskriptif-kualitatif yakni pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Depok Sejahtera

Program Depok Sejahtera merupakan salah satu program dari BAZNAS Kota Depok yang bergerak untuk membantu mensejahterakan masyarakat dengan pelatihan usaha dan bantuan pemberdayaan usaha yang bergerak utamanya dalam bidang ekonomi. Program yang didirikan atau dibentuk pada bulan Januari 2017 ini adalah salah satu program unggulan yang berada di bawah bagian layanan mustahik tepatnya bidang pendayagunaan dan pendistribusian, yang mana bidang ini bertugas untuk menyalurkan ZIS yang ada di BAZNAS Kota Depok.

Program Depok sejahtera ini bertujuan untuk mensejahterakan masyarakat dalam bidang pemberdayaan ekonomi dengan harapan yang tadinya sebagai mustahik atau penerima manfaat dari program ini menjadi muzakki atau pemberi zakat. Pada BAZNAS Kota Depok program Depok Sejahtera ini adalah program yang mendapatkan persentase paling besar dibandingkan dengan program lainnya di BAZNAS Kota Depok yakni sebesar 32%, karena program depok sejahtera ini bersifat berkesinambungan yang diharapkan dapat mensejahterakan mustahik atau penerima manfaat yang ada di Kota Depok.

Berikut ini merupakan gambaran data penyaluran zakat yang berhasil didistribusikan, pada periode tahun 2017-2022

Tabel 4.1 Penyaluran zakat
tahun 2017-2022

No.	Tahun	PM Pendistribusian	PM Pendayagunaan
1.	2017	61	34
2.	2018	147	248
3.	2019	319	651
4.	2020	401	300
5.	2021	40	445
Jumlah		968	1.678

Sumber: (Baznas Kota Depok, 2022)

Adapun jumlah data para penerima manfaat dari program Depok sejahtera BAZNAS Kota Depok yang disediakan oleh BAZNAS Kota Depok adalah 1.678 mustahik atau penerima manfaat pemberdayaan. Dan diharapkan akan terus bertambah, akan tetapi karena

adanya pandemi covid-19 dua tahun belakangan menjadikan pola pendistribusian tersebut berubah yang awalnya untuk kegiatan atau aktivitas berpola produktif sebesar 80% dan untuk kegiatan atau aktivitas berpola konsumtif sebesar 20% sekarang menjadi 75% untuk pola konsumtif dan 25% untuk pola produktif. Jadi ketika pandemi muncul skala urgensi pendistribusian tersebut berubah, sebab yang amat diperlukan adalah bantuan atau kontribusi yang bersifat konsumtif, sebab dari itu BAZNAS Kota Depok melaksanakan transformasi RKAT yang dilaporkan ke Provinsi Jawa Barat. Maka dari itu dana zakat yang disalurkan untuk program yang sifatnya produktif sebesar 25% dan untuk program yang sifatnya konsumtif sebesar 75% memfokuskan dengan keadaan masyarakat.

Pelaksanaan Program Depok Sejahtera

Menurut dari informasi yang didapatkan setelah melakukan wawancara dengan pihak BAZNAS Kota Depok, bahwasanya pelaksanaan program Depok Sejahtera memiliki dua alur yang pertama datang langsung ke BAZNAS Kota Depok atau melalui Mitra BAZNAS Kota Depok. dan memiliki beberapa tahapan atau prosedur yang harus dilaksanakan, berikut ini merupakan tahapan-tahapan program Depok sejahtera:

1. Mengajukan Bantuan Ke BAZNAS Kota Depok
 - a. Calon penerima manfaat mengajukan secara pribadi datang ke BAZNAS Kota Depok dengan selanjutnya mustahik harus menceritakan kronologi apa yang menjadi kendala sehingga ingin mengajukan bantuan, misalkan untuk modal usaha lalu apakah usahanya tersebut sudah ada atau belum. Jika usahanya sudah ada itu akan lebih memungkinkan untuk pihak BAZNAS Kota Depok melanjutkannya. Pengajuan ini adalah untuk mustahik perorangan yang merupakan calon penerima manfaat pendistribusian.
 - b. Pengajuan melalui mitra BAZNAS Kota Depok yang mana selanjutnya pihak mitra BAZNAS Kota Depok dalam hal ini BMT Muamalah Mandiri dan PD Salimah mengumpulkan data-data yang diperlukan yang dimiliki mustahik kepada pihak BAZNAS Kota Depok untuk diproses ke tahap selanjutnya,
2. Mendapatkan Formulir

Pengajuan Permohonan Bantuan Kedua, calon penerima manfaat mengambil formulir untuk mengajukan permohonan bantuan program Depok Sejahtera ke amil layanan mustahik BAZNAS Kota Depok.
3. Melengkapi Formulir dan Persyaratan

Ketiga, untuk mempercepat proses pengajuan maka mustahik harus mengisi formulir yang sudah diberikan oleh amil bidang pendayagunaan dan pendistribusian, serta melengkapi seluruh persyaratan yang diperlukan. Seluruh persyaratannya adalah sebagai berikut:

 - a) Foto copy kartu identitas suami dan istri
 - b) Foto copy kartu keluarga
 - c) Melampirkan surat keterangan tidak mampu
 - d) Form yang diberikan oleh BAZNAS Kota Depok
 - e) Melampirkan foto usaha yang dijalankan
 - f) Melampirkan foto diri sendiri
 - g) Keterangan domisili dan DKM
 - h) Status usaha
4. Mengembalikan Formulir

Keempat, setelah melengkapi seluruh bagian formulir dan membawa semua persyaratan yang diperlukan maka mustahik selanjutnya harus mengembalikan formulir permohonan bantuan tersebut ke amil layanan mustahik.
5. Mendapatkan Bukti Tanda Terima

Kelima, setelah mengembalikan formulir maka mustahik akan mendapatkan bukti tanda terima sebagai bukti bahwa pernah mengajukan bantuan ke BAZNAS Kota Depok dan selanjutnya mustahik tersebut akan menunggu giliran di survei oleh surveyor. Survei ini adalah tahap yang menentukan dalam proses pengajuan bantuan untuk diketahui bagaimana keadaan calon penerima manfaat sebelum dilakukan realisasi bantuan program Depok Sejahtera.

6. Verifikasi

Keenam, setelah survei dilakukan maka selanjutnya masuk ke tahap verifikasi. Tahap surveinya sendiri akan dikaji kembali oleh pihak verifikasi dan pimpinan BAZNAS Kota Depok untuk mempertimbangkan apakah calon penerima manfaat tersebut layak atau tidak layak untuk menerima bantuan program Depok Sejahtera.

7. Pencairan Dana

Tahap pencairan dana dilakukan setelah verifikator dan pimpinan menyetujui permohonan bantuan yang diajukan oleh mustahik maka disini amil akan langsung menyalurkan dana tersebut kepada penerima manfaat.

8. Pembinaan

Pembinaan pada program Depok Sejahtera yang dilakukan melalui kerjasama dengan pihak mitra BAZNAS Kota Depok adalah strategi BAZNAS Kota Depok dalam memberdayakan usaha mustahik atau penerima manfaat agar mencapai kemandirian ekonomi.

Dalam hal besaran bantuan yang diberikan BAZNAS Kota Depok akan memberikan sebesar Rp 500.000 - Rp 700.000 untuk kategori pengusaha baru atau penerima manfaat yang baru akan membuka usaha, Rp 1.000.000 untuk penerima manfaat yang sudah memiliki usaha dan Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000 untuk penerima manfaat yang terdaftar melalui mitra BAZNAS Kota Depok karena untuk yang melalui mitra BAZNAS Kota Depok akan dilakukan pelatihan dan pendampingan kedepannya untuk didayagunakan.

Manfaat Program Depok Sejahtera

1. Membantu dalam masalah pengentasan kemiskinan di Kota Depok.
2. Pemoderasian kesenjangan sosial pada masyarakat Kota Depok.
3. Membantu pelaku UMKM Kota Depok dalam menjalankan usahanya.

Tujuan Program Depok Sejahtera

1. Meningkatkan Meningkatkan religiusitas, keberfungsian sosial dan kemandirian ekonomi serta berangsur-angsur mengubah status mustahik menjadi muzakki.
2. Membangun perekonomian masyarakat rentan penyandang masalah kesejahteraan sosial (PMKS) dan lemah ekonomi menuju kemandirian.
3. Mewujudkan pemberdayaan ekonomi umat dalam masyarakat Kota Depok yang unggul, nyaman, dan religius.

Evaluasi Program Depok Sejahtera

Berdasarkan hasil wawancara, dapat diketahui bahwa program Depok Sejahtera telah dilaksanakan di BAZNAS Kota Depok sejak tahun 2017 pada masa kepemimpinan KH. Encep, M.A. Sebenarnya 5 pilar Program ini terbentuk mengacu pada renstra turunan dari provinsi dan turunan dari kota, maka sebenarnya baik BAZNAS RI, BAZNAS Provinsi ataupun BAZNAS Kota pasti memiliki 5 pilar program ini yang termasuk didalamnya ada di bidang ekonomi yang bernama program Depok Sejahtera.

Program Depok Sejahtera sendiri pelaksanaannya sudah berjalan dengan baik dan sistematis, karena terus dilakukan monev oleh pihak BAZNAS Kota Depok terkait dengan masalah-masalah yang timbul. Jadi pada intinya BAZNAS Kota Depok melakukan monev

terkait dengan apakah program tersebut sudah dilaksanakan sesuai dengan rencana atau belum, lalu apa saja yang menyimpang dan apa saja yang telah sesuai dengan rencana. Kegiatan monitoring dan evaluasi ini dilakukan 3 bulan sekali oleh staf/amil BAZNAS Kota Depok yang selanjutnya hasilnya tersebut akan dilaporkan kepada pimpinan untuk ditindak lanjuti terkait seperti apa program tersebut dilaksanakan. Sehingga program tersebut dapat terlaksana sesuai dengan apa yang diharapkan. Program Depok Sejahtera sendiri telah mencapai tahap sukses, keberhasilan dari program nampak dari usaha mustahik yang berjalan melebihi 50% atau separuh lebih dari penerima manfaat yang mengajukan bantuan program Depok Sejahtera dalam kurun waktu 5 tahun terakhir. Namun, pencapaian tujuan disini dikatakan masih belum berhasil karena yang mengubah status mustahik menjadi muzakki disini baru sampai ke tahap sebagai munfik.

Evaluasi Program Depok Sejahtera Dengan Model Evaluasi CIPP

A. Evaluasi Konteks Program Depok Sejahtera

Dari pembahasan data di lapangan dapat diketahui bahwa pelaksanaan program Depok Sejahtera di BAZNAS Kota Depok dari segi konteks tidak bertentangan dengan teori CIPP yang dikemukakan oleh Stufflebeam, kriteria konteks sudah memanasifestasikan dan merinci lingkungan latar belakang, kebutuhan atau tujuan program, maka dari itu selanjutnya akan bisa menggambarkan kekuatan dan kelemahan program. Landasan pelaksanaan program Depok Sejahtera di BAZNAS Kota Depok adalah renstra turunan dari BAZNAS Provinsi, sedangkan latar belakang dari program Depok Sejahtera adalah adanya peningkatan jumlah kemiskinan di Kota Depok sehingga masyarakat dhuafa di Kota Depok perlu diberikan modal usaha, pelatihan dan pendampingan usaha untuk meningkatkan kesejahteraan mereka.

Sedangkan tujuan pelaksanaan program Depok Sejahtera di BAZNAS Kota Depok dengan menghadirkan pemateri yang kompeten dan memberikan pelatihan berbagai kemampuan yang dibutuhkan penerima manfaat untuk meningkatkan potensi dan usaha mereka. Adapun tujuan program Depok Sejahtera di BAZNAS Kota Depok sudah sesuai dengan kebutuhan penerima manfaat, ini dibuktikan berdasarkan informasi yang didapatkan dari wawancara dan dokumentasi terlampir tentang perkembangan penerima manfaat sebelum dan sesudah menerima bantuan sebagai hasil program yang dijalankan.

B. Evaluasi Input Program Depok Sejahtera

Sumber Daya Manusia Program Depok Sejahtera

Sumber daya manusia yang terdapat pada program Depok sejahtera dalam hal ini adalah amil BAZNAS Kota Depok. Dalam kegiatan program Depok Sejahtera para amil terutama amil bidang pendayagunaan dan pendistribusian yang melaksanakan atau mengolah kegiatan program Depok Sejahtera, berdasarkan pada dokumentasi data amil dan hasil wawancara diperoleh data bahwa amil bidang pendayagunaan dan pendistribusian berpendidikan sarjana dan paling rendah SMA/SMK, dalam hal ini terdapat satu orang amil bidang tersebut yang berpendidikan sarjana dan tiga lainnya berpendidikan SMA/SMK. Walaupun disini tidak semua sesuai harapan karena dalam hal ini amil bidang pendayagunaan dan pendistribusian kekurangan personil, maka amil seharusnya ditambah dari segi kuantitasnya karena di BAZNAS Kota Depok bukan hanya fokus pada program Depok Sejahtera saja melainkan masih ada empat program lainnya yang juga sama pentingnya.

Keuangan Program

Dari hasil wawancara dengan koordinator amil diperoleh data bahwa untuk mendukung program ini BAZNAS Kota Depok mengalokasikan dananya sebesar 32% dari total persentase prioritas dana ZIS di BAZNAS Kota Depok. Sedangkan untuk pembiayaan dari sumber lain seperti pemerintah daerah menjelaskan bahwa BAZNAS Kota Depok

mendapatkan sokongan biaya operasional dari APBD sebesar 73% dari jumlah biaya operasional. Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa biaya pelaksanaan program Depok Sejahtera di BAZNAS Kota Depok bersumber dari biaya/anggaran operasional dari pemerintah daerah dan juga peghimpunan dana ZIS dari masyarakat Kota Depok.

Sarana Prasarana

Berdasarkan hasil dokumentasi dan wawancara diperoleh data bahwa untuk mendukung program ini BAZNAS Kota Depok sudah melengkapi berbagai sarana dan prasarana. Adapun kondisi sarana dan prasarana pendukung program Depok Sejahtera di BAZNAS Kota Depok dari hasil wawancara dan dokumentasi didapatkan data bahwa masih terdapat banyak kelemahan dalam sarana prasarana pendukung, diantaranya ruang kerja amil bidang pendistribusian dan pendayagunaan kurang luas jika dibandingkan dengan jumlah amil, begitupun dengan ruang pelayanan dan juga kendaraan untuk operasional yang ada di BAZNAS Kota Depok masih terbatas.

Berdasarkan pembahasan data di lapangan dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan program Depok Sejahtera di BAZNAS Kota Depok dari segi masukan tidak bertentangan dengan teori CIPP yang di kemukakan oleh Stufflebeam, seluruh kriteria evaluasi input yang yang dikemukakan dalam teori telah diselenggarakan dan sudah melingkupi kapasitas sumber daya manusia, sarana prasarana, serta keuangan program, sehingga dapat digunakan secara optimal untuk mencapai tujuan.

Dari segi SDM Peran amil dan mitra sebagai pelaksana program Depok Sejahtera juga semakin terarah, tanggung jawab sebagai fasilitator dan mengawasi pelaksanaan program dapat terlaksana dengan baik. Dilihat dari kualifikasi pendidikan Amil bidang pendistribusian dan pendayagunaan sudah sesuai harapan, berpendidikan sarjana dan paling rendah SMA/SMK dan sedang melanjutkan pendidikan sebagai sarjana.

Berdasarkan hasil penelitian dari segi sarana prasarana ada beberapa catatan diantaranya:

- a) Ruang kerja amil bidang pendayagunaan dan pendistribusian hanya cukup untuk dua orang amil jika dibandingkan dengan jumlah amil yaitu empat orang.
- b) Ruang pelayanan dari segi tempat sudah cukup memadai, namun prasarana seperti kursi masih sangat sedikit.
- c) Kendaraan operasional BAZNAS Kota Depok masih kurang karena kegiatan di BAZNAS Kota Depok yang membutuhkan kendaraan operasional bukan hanya untuk penyaluran dan untuk program Depok sejahtera saja.

Selain itu dari segi keuangan program BAZNAS Kota Depok mengalokasikan dananya untuk program Depok Sejahtera sebesar 32% dari jumlah penyaluran sebesar Rp 15.563.585.794,-. Selain itu, BAZNAS Kota Depok juga mendapatkan sokongan biaya operasional dari APBD sebesar 73% dari jumlah biaya operasional.

Dari uraian temuan hasil penelitian dan pembahasan tentang evaluasi input pelaksanaan program Depok Sejahtera di BAZNAS Kota Depok dapat disimpulkan bahwa sudah mendekati harapan dan cukup memadai untuk kegiatan operasional sehari-hari sesuai dengan komponen input, meskipun masih terdapat beberapa kelemahan yang harus ditingkatkan.

C. Evaluasi Proses Program Depok Sejahtera

Proses Pelaksanaan Program Depok Sejahtera

Dari hasil wawancara dan dokumentasi oleh penulis dilapangan diperoleh gambaran bahwa waktu dan tempat pelaksanaan program Depok Sejahtera di BAZNAS Kota Depok dilaksanakan sejak tahun 2017 dengan kegiatan pemberian modal usaha, pelatihan dan pendampingan usaha sesuai dengan perencanaan yang tertuang dalam komponen input. Pada kondisi penerimaan penerima manfaat di masa normal kegiatan dilaksanakan setiap

hari kerja senin-jumat yaitu dari pukul 09.00-15.00, namun pada saat pandemi covid-19 pelayanannya berubah yaitu untuk pengajuannya melalui SMS/WA ke nomor pelayanan mustahik BAZNAS Kota Depok.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh informasi bahwa pelaksanaan program Depok Sejahtera di BAZNAS Kota Depok terdiri dari tiga tahapan yaitu perekrutan, asesmen dan pembinaan, dengan komponen-komponen yang terdiri dari: 1) pengajuan bantuan, 2) mendapatkan formulir, 3) melengkapi seluruh persyaratan yang dibutuhkan, 4) mengembalikan formulir, 5) mendapatkan bukti tanda terima, 6) survei oleh sureveyor, 7) verifikasi, 8) pencairan dana dan 9) pembinaan. Walaupun terdapat beberapa keterbatasan sarana prasarana, SDM serta keterbatasan karena kondisi covid-19 namun apa yang telah direncanakan dengan proses pelaksanaannya bisa berjalan dengan sesuai harapan, dalam hal ini mitra BAZNAS Kota Depok memberikan banyak dukungan terhadap program ini.

Hambatan Program Depok Sejahtera

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa dalam pelaksanaan program Depok Sejahtera di BAZNAS Kota Depok terungkap bahwa belum semua program bisa berjalan sesuai pedoman atau dengan apa yang direncanakan hal ini disebabkan oleh beberapa kendala diantaranya adalah mindset mustahik, servei mustahik, alur penyaluran dan pendistribusian, agenda mitra dan jarak antara mustahik. Untuk hambatan sendiri pada program Depok Sejahtera menjadikan salah satu acuan dalam proses pelaksanaan program Depok Sejahtera agar dapat segera di atasi sehingga program tersebut dapat berjalan dengan baik dan maksimal.

Faktor Pendukung Program Depok Sejahtera

Suatu program yang dilaksanakan memiliki beberapa faktor pendukung baik dari segi internal maupun eksternal dalam kelancaran programnya sehingga program tersebut bisa berjalan dengan baik. Berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi dapat disimpulkan bahwa kegiatan Program Depok Sejahtera di BAZNAS Kota Depok berjalan dengan baik salah satunya dikarenakan oleh adanya faktor pendukung internal maupun eksternal. Faktor pendukung internal yaitu: adanya SDM pimpinan dan amil yang mumpuni, amil yang saling mendukung atau memotivasi satu sama lainnya dan juga sistem manajemen yang baik. Sedangkan faktor pendukung eksternal yaitu: Pemerintah Kota Depok, mitra BAZNAS Kota Depok, tagline religius Kota Depok dan juga semakin membaiknya tingkat kepercayaan masyarakat kepada BAZNAS Kota Depok.

Berdasarkan pembahasan dari data lapangan dapat diketahui bahwa pelaksanaan program Depok Sejahtera di BAZNAS Kota Depok dari segi proses berjalan sesuai dengan teori CIPP yang dikemukakan oleh Stufflebeam. Berdasarkan hasil penelitian yang dihimpun di lapangan, BAZNAS Kota Depok benar telah melakukan tahap proses program Depok Sejahtera seperti yang dituangkan dalam bentuk perencanaan program, akan tetapi pada saat pandemi ini terjadi ketidaksesuaian dalam tempat pelaksanaan program, jika normalnya kegiatan berpusat di BAZNAS Kota Depok, mitra maupun balai kecamatan, maka pada masa pandemi kegiatan beralih dirumah masing-masing dengan pengawasan amil dan mitra secara daring.

Walaupun terdapat beberapa keterbatasan sarana prasarana, SDM serta keterbatasan karena kondisi covid-19 namun apa yang telah direncanakan dengan proses pelaksanaannya bisa berjalan dengan sesuai harapan.

Dalam pelaksanaan evaluasi proses pada program Depok Sejahtera di BAZNAS Kota Depok didapatkan data bahwa program ini belum bisa berjalan sesuai dengan rencana hal ini disebabkan oleh beberapa kendala diantaranya adalah mindset mustahik, servei mustahik, alur penyaluran dan pendistribusian, agenda mitra dan jarak antara mustahik.

Berdasarkan uraian pembahasan tentang evaluasi proses pelaksanaan program Depok Sejahtera, maka dapat disimpulkan bahwa proses pelaksanaan Program Depok Sejahtera

sudah terlaksana sesuai dengan harapan rencana yang disusun pada tahap konteks dan input, meskipun pada masa pandemi terdapat beberapa perubahan pada proses pelaksanaan program. Dalam tahap proses ini masih terdapat beberapa kelemahan yang harus ditingkatkan terutama pelayanan amil dan mitra terhadap penerima manfaat, selain itu berbagai hambatan yang ada juga harus ditingkatkan agar program dapat berjalan dengan maksimal.

D. Evaluasi Produk Program Depok Sejahtera

Pencapaian Program Depok Sejahtera

Berdasarkan hasil dokumentasi dan wawancara yang dilakukan di lapangan didapatkan gambaran bahwa program Depok Sejahtera pada BAZNAS Kota Depok memiliki tujuan yang jelas, secara umum target yang ingin dicapai dalam pelaksanaan program ini adalah untuk mengubah status mustahik menjadi muzaki. Karena memang ketika program ini berhasil maka ada 3 komponen yang terpenuhi. Pertama, peningkatan pendapatan, peningkatan religiusitas, dan keberfungsian sosial. Dimana bukan hanya pendapatan mereka saja yang meningkat tapi juga semakin baik ibadahnya, lalu keberfungsian sosial, jadi bagaimana setelah mereka meningkat pendapatannya bukan lagi ingin dibagi tapi ingin berbagi ke sesamanya.

Berdasarkan data penelitian dapat terlihat bahwa program Depok Sejahtera yang dilaksanakan BAZNAS Kota Depok perlahan berhasil meningkatkan kesejahteraan mustahik menjadi muktafi, munfik dan bahkan muzaki. Begitupun dari hasil dokumentasi penulis juga menemukan bahwa program Depok Sejahtera yang dilaksanakan BAZNAS Kota Depok mampu meningkatkan pendapatan usaha mustahik, hal ini bisa dilihat pada lampiran data.

Dampak Program Depok Sejahtera

Program Depok sejahtera membawa dampak positif bukan saja hanya untuk BAZNAS Kota Depok tetapi juga untuk para mustahik atau penerima manfaat karena dengan adanya program Depok sejahtera ini mustahik dalam hal ini khususnya warga Depok sangat terbantu sekali. Dampak lain dengan diadakannya program ini tentu saja dapat membantu dalam mengentaskan masalah kemiskinan melalui dana zakat yang disalurkan pada program Depok sejahtera, sebagaimana telah diketahui bersama bahwasanya dampak dari program penyaluran zakat ini merupakan salah satu cara atau solusi untuk membantu ekonomi umat islam yang masih jarang disadari oleh umat islam itu sendiri.

Keberlangsungan Program Depok Sejahtera

Program ini kedepannya akan terus berlanjut, karena program ini menjadi kepanjangan tangan BAZNAS Kota Depok dalam memberikan pelayanan kepada mustahik yang ingin mengajukan bantuan produktif, sehingga kedepannya diharapkan akan kian banyak lagi para mustahik yang dengan adanya program Depok sejahtera ini yang akan menjadi muzaki, walaupun masih terdapat banyak kelemahan pada program ini baik dari sisi pelayanan, prosedur ataupun pendistribusian akan tetapi itu semua tidak terlalu bermasalah karena kedepannya dapat di tangani dengan perlahan, yang utama program ini dapat melayani mustahik dan memberikan pelayanan dengan baik agar kian bertambah rasa kepercayaan masyarakat kepada BAZNAS Kota Depok kedepannya.

Berdasarkan pembahasan data lapangan evaluasi produk program Depok Sejahtera di BAZNAS Kota Depok diperoleh gambaran bahwa kegiatan yang evaluasi produk atau hasil program sudah sesuai dengan teori evaluasi CIPP, dalam penelitian ini mendeskripsikan bahwa pelaksanaan program Depok Sejahtera pada BAZNAS Kota Depok tentang pencapaian program sudah mendekati harapan yang tertuang di dalam perencanaan program seperti terurai dalam komponen konteks, input dan proses, yang terdiri dari tiga tahap yaitu perekrutan, asesmen dan pembinaan, hal ini bisa dibuktikan dari kesejahteraan mustahik sudah semakin terlihat baik dari sebelum menerima bantuan dan sesudah menerima bantuan. Peningkatan kesejahteraan terlihat dari hasil pendapatan mustahik yang terus meningkat dari

sebelum menerima bantuan dan setelah menerima bantuan, religiusitas, keberfungsian sosial dan keterampilan mustahik juga semakin meningkat berubah ke arah yang lebih baik, hal ini menjadi indikator bahwa program Depok Sejahtera yang dilaksanakan BAZNAS Kota Depok memberi manfaat bagi para penerima manfaat di Kota Depok.

Terakhir dari evaluasi produk adalah keberlangsungan program, ini merupakan hal yang penting bagi BAZNAS Kota Depok ketika memberikan bantuan pelayanan kepada mustahik, karena program ini adalah program unggulan yang bisa menolong para mustahik yang potensial dan keberadaan program ini sebagai perwakilan wajah BAZNAS Kota Depok dalam memberikan pelayanan yang baik kepada mustahik karena memiliki *impact* yang baik untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Kota Depok.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil evaluasi dan pembahasan penelitian pada bab-bab sebelumnya yang telah dilakukan di BAZNAS Kota Depok, dapat disimpulkan bahwa evaluasi pelaksanaan program Depok Sejahtera dengan model evaluasi CIPP adalah sebagai berikut:

1. Pertama, pada evaluasi program Depok Sejahtera dari segi evaluasi konteks pelaksanaan pada program Depok Sejahtera ini telah sesuai dengan tujuan program dan terlaksana dengan baik, karena BAZNAS Kota Depok telah memfasilitasi dan memberikan pembinaan dan pendampingan melalui kerja sama dengan mitra sesuai dengan tujuan program sehingga dapat merubah level status mustahik menjadi muktafi, munfik atau bahkan muzaki.
2. Kedua, evaluasi program Depok Sejahtera dari segi evaluasi masukan sudah cukup baik dan memadai untuk mendukung jalannya program, karena terlihat dari sumber daya manusia, keuangan program dan sarana prasarana atau fasilitas yang tersedia sudah memadai untuk kegiatan operasional program. Namun, dari segi ketersediaan SDM yaitu amil BAZNAS perlu ditingkatkan kembali kuantitasnya karena BAZNAS Kota Depok tidak hanya melakukan penyaluran pada program Depok Sejahtera saja melainkan masih ada empat program lainnya yang juga sama pentingnya. Dan dari segi sarana prasarana sudah cukup memadai untuk operasional sehari-hari hanya terdapat beberapa kelemahan yang harus diperbaiki dan ditingkatkan seperti perluasan ruang kerja dan penambahan kendaraan operasional untuk mengoptimalkan pelaksanaan program.
3. Ketiga, pada evaluasi program Depok Sejahtera dari segi evaluasi proses secara keseluruhan telah berjalan dengan sangat baik dan tertata secara sistematis, dilihat dari proses pelaksanaan, hambatan serta faktor pendukung program. Program sudah terlaksana sesuai dengan harapan rencana yang disusun pada tahap konteks dan input, meskipun pada masa pandemi terdapat beberapa perubahan pada proses pelaksanaan program.
4. Dan yang terakhir, pada evaluasi program Depok Sejahtera dari segi evaluasi produk ini telah berjalan atau bergerak mencapai tahap sukses atau secara keseluruhan sudah cukup baik dan menunjukkan keberhasilan program. Namun disini mayoritas mustahik baru sampai tahap munfik belum sampai sebagai muzaki. Kedepannya program ini akan terus berlanjut, kedepannya diharapkan dengan adanya program Depok sejahtera ini akan kian banyak lagi para mustahik yang diberdayakan sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat Kota Depok serta merubah level status mustahik menjadi muzaki.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, & Jabar, A. (2009). *Evaluasi Program Pendidikan: Pedoman Teoretis Praktis bagi Mahasiswa dan Praktisi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta. Baridwan.
- Arikunto, S., Jabar, A., & Safruddin, C. (2004). *Evaluasi Program. Pendidikan, Pedoman Teoritis bagi Praktisi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ash-Shiddiqy, T. M. (1999). *Pedoman Zakat*. Semarang: Pustaka Rizki Putra.
- Baznas Kota Depok. (2016, Desember 5). *Sejarah Baznas Kota Depok*. Retrieved from Baznas Kota Depok: <https://baznasdepok.id/sejarah-baznas-kota-depok/>
- Baznas Kota Depok. (2017, Januari 11). *Program Badan Amil Zakat Nasional Kota Depok*. Retrieved from BAZNAS Kota Depok: <https://baznasdepok.id/>
- Baznas Kota Depok. (2020). *Program Depok Sejahtera*. Retrieved from Baznas Kota Depok: <https://baznasdepok.id/>
- Baznas Kota Depok. (2022). *Data Pendistribusian dan Pendayagunaan Tahun 2017-2021*. Depok: Baznas Kota Depok.
- BPS. (2022, Januari 19). *Angka Kemiskinan Kota Depok*. Retrieved from BPS: <http://www.bps.go.id/>
- Kirkpatrick, L. (1998). *Evaluating Training Programs*. San Fransisco: Berret-Koehler Publisher, Inc.
- Rusli, A. (2005). *Zakat = Pajak*. Jakarta: Redana.
- Suharsimi, A., & Abdul Jabar, C. S. (2004). *Evaluasi Program Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Susanto, N. (2021, Agustus 5). Pra Riset Permasalahan Pada Program Depok Sejahtera. (I. N. Gunawan, Interviewer)
- Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian Populer dan Praktis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Analisis Pendistribusian dan Pendayagunaan Dana Zakat, Infaq, Shodaqoh dalam Meningkatkan Kemandirian dan Kesejahteraan Ekonomi Penyandang Disabilitas (Studi Kasus Program *Difabel Creative Center Daarut Tauhid Peduli Jakarta*)

Riana Yuli Ambarwati¹⁾, Dede Abdul Fatah²⁾

riana.yuliambarwati.ak18@mhs.w.pnj.ac.id, dede.abdulfatah@akuntansi.pnj.ac.id

Politeknik Negeri Jakarta Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, 16425, Depok Indonesia

ABSTRACT

Through zakat media, the distribution and utilization process can be implemented. Lack of facilities and infrastructure for persons with disabilities which makes it difficult for persons with disabilities to develop their abilities and lack of opportunities to get access to work, making it difficult to live independently and realize their economic welfare. The purpose of this study is to analyze the distribution and utilization of ZIS funds for persons with disabilities at DT Peduli Jakarta, to analyze the forms of empowerment of persons with disabilities at DT Peduli Jakarta, to analyze the development of the independence of persons with disabilities and to analyze the improvement of the economic welfare of persons with disabilities after the creative center difable program was implemented. This research method is a qualitative analysis with a descriptive approach. Methods of collecting data were field observation, interview, and documentation methods. The results of this study are the distribution and utilization of ZIS funds at DT Peduli Jakarta given to mustahik in the form of charity and empowerment. The form of empowerment given by Daarut Tauhid Peduli Jakarta to mustahik is the Difabel Creative Center, where in the program there are 3 assistances provided, namely pelatihan tata boga, pelatihan pangkas rambut and UKM Tangguh. Mustahik with disabilities at DT Peduli Jakarta has experienced an increase in their independence. There is an increase in income obtained from mustahik, although not too significant.

Keywords: *Distribution and Utilization of ZIS dana funds, empowerment, Persons with Disabilities, Independence, Welfare.*

ABSTRAK

Melalui media zakat proses pendistribusian dan pendayagunaan dapat diimplementasikan. Kurangnya sarana dan prasarana bagi penyandang disabilitas yang menjadikan penyandang disabilitas sulit mengembangkan kemampuannya dan kurangnya kesempatan mendapatkan akses pekerjaan, sehingga sulit untuk hidup mandiri dan mewujudkan kesejahteraan ekonominya. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis pendistribusian dan pendayagunaan dana ZIS bagi penyandang disabilitas di DT Peduli Jakarta, menganalisis bentuk pemberdayaan difabel di DT Peduli Jakarta, menganalisis perkembangan kemandirian penyandang disabilitas dan menganalisis peningkatan kesejahteraan ekonomi difabel setelah

¹ E-mail: riana.yuliambarwati.ak18@mhs.w.pnj.ac.id

dilaksanakannya program *difabel creative center*. Metode penelitian ini adalah analisis kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi lapangan, metode wawancara, dan metode dokumentasi. Adapun hasil dari penelitian ini adalah pendistribusian dan pendayagunaan dana ZIS di DT Peduli Jakarta diberikan kepada mustahik dalam bentuk *charity* dan pemberdayaan. Bentuk pemberdayaan yang diberikan Daarut Tauhid Peduli Jakarta kepada mustahik yaitu *Difabel Creative Center*, dimana pada program tersebut terdapat 3 bantuan yang diberikan yaitu pelatihan tata boga, pelatihan pangkas rambut dan UKM Tangguh. Mustahik penyandang disabilitas di DT Peduli Jakarta sudah mengalami peningkatan dalam kemandiriannya. Terdapat peningkatan pemasukan yang didapatkan dari mustahik walaupun tidak terlalu signifikan.

Kata-Kata Kunci: Pendistribusian dan Pendayagunaan dana ZIS, Pemberdayaan, Penyandang Disabilitas, Kemandirian, Kesejahteraan.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Menurut World Health Organization (WHO) atau Organisasi Kesehatan Dunia, kurang lebih 10% penduduk di bumi merupakan penyandang disabilitas. Disamping itu, berdasarkan data berjalan 2020 dari Biro Pusat Statistik (BPS), jumlah penyandang disabilitas di Indonesia mencapai 22,5 juta atau sekitar lima persen. Dan masyarakat umum lainnya berjumlah 27,55 juta jiwa dari jumlah penduduk digolongkan sebagai penduduk miskin (Badan Pusat Statistik, 2019). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta bahwa jumlah penduduk miskin mengalami kenaikan tiap tahunnya, Dimana persentase penduduk miskin pada tahun 2019 sebesar 3,47% dan pada tahun 2020 sebesar 4,53% dan di tahun 2021 sebesar 4,72%. Adanya kenaikan persentase tersebut dikarenakan tingkat penyandang masalah kesejahteraan sosial yang mengalami kenaikan juga. Salah satu jenis penyandang masalah kesejahteraan sosial ialah anak dengan kedisabilitas dan penyandang disabilitas dengan jumlah sebesar 7.199.

Kurangnya sarana dan prasarana bagi penyandang disabilitas yang menjadikan penyandang disabilitas sulit mengembangkan kemampuannya dan kurangnya kesempatan mendapatkan akses pekerjaan, sehingga sulit untuk hidup mandiri dan mewujudkan kesejahteraan ekonominya. Akibatnya, tidak sedikit para penyandang disabilitas menjajakan kedisabilitas dan kemiskinan mereka di jalanan.

Salah satu media Islam, dapat menjadi potensi untuk menanggulangi kemiskinan yaitu melalui Zakat, Infaq dan Shodaqoh. Melalui media zakat proses pendistribusian dan pendayagunaan dapat diimplementasikan. Dengan dikeluarkannya UU mengenai Hak-hak penyandang Disabilitas No. 19 Tahun 2011, seharusnya hal ini menjadi pendorong bagi masyarakat serta lembaga untuk memperhatikan para penyandang disabilitas. Namun, Lembaga Amil Zakat masih sedikit yang memasukkan penyandang disabilitas sebagai bentuk dari salah satu subjek program LAZ. Jika sudah ada LAZ yang memiliki program disabilitas, itu baru dibentuk, atau baru terlaksana sekitar satu sampai dua tahun yang lalu dengan jumlah anggaran dana bantuannya yang masih sedikit. (Yuli, 2021)

Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) Daarut Tauhid (DT) Peduli merupakan lembaga yang berorientasi pada pendistribusian dana zakat serta pendayagunaan zakat untuk para mustahik (penyandang disabilitas). DT Peduli memberikan modal usaha berupa uang dan peralatan

dagang serta memberikan pelatihan dan juga pemberdayaan kepada para difabel. Dengan adanya program tersebut, diharapkan para difabel yang dibantu oleh DT Peduli dapat memperlihatkan kelebihanannya, yang dapat bermanfaat juga bagi orang lain. Namun, jumlah penyandang disabilitas di DKI Jakarta yang tergolong banyak, sedangkan fakta di lapangan terkait sarana dan prasarana bagi penyandang disabilitas masih terbatas.

Permasalahan

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang, maka rumusan masalah yang akan diteliti pada penelitian ini adalah :

- 1) Bagaimana pendistribusian dan pendayagunaan dana zakat, infaq, shadaqah bagi penyandang disabilitas di Daarut Tauhid Peduli Jakarta?
- 2) Bagaimana bentuk pemberdayaan difabel di DT Peduli Jakarta?
- 3) Apakah dengan adanya program *difabel creative center* dapat meningkatkan kemandirian penyandang disabilitas?
- 4) Apakah dengan adanya program *difabel creative center* dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi penyandang disabilitas?

Tujuan

Merujuk pada permasalahan dan pertanyaan penelitian, penelitian ini bertujuan untuk:

- 1) Untuk menganalisis pendistribusian dan pendayagunaan dana zakat, infaq, shadaqah dalam pemberdayaan ekonomi penyandang disabilitas.
- 2) Untuk menganalisis bentuk pemberdayaan difabel di DT Peduli Jakarta.
- 3) Untuk menganalisis perkembangan kemandirian penyandang disabilitas.
- 4) Untuk menganalisis peningkatan kesejahteraan ekonomi difabel setelah dilaksanakannya program *difabel creative center*.

TINJAUAN PUSTAKA

Zakat

Zakat secara bahasa artinya adalah berkah, tumbuh, suci, baik dan bersihnya sesuatu. Sedangkan zakat secara syara' adalah hitungan tertentu dari harta dan sejenisnya dimana syara' mewajibkan untuk mengeluarkannya kepada orang-orang fakir dan yang lainnya dengan syarat-syarat khusus. (Ahmad Atabik, 2015)

Infaq

Infaq menurut terminology berarti mengeluarkan sebagian dari harta atau pendapatan untuk suatu kepentingan yang diperintahkan oleh ajaran Islam. Tidak ada nishab (batas jumlah harta) dalam infaq, dan tidak wajib diberika kepada mustahik tertentu.

Shodaqoh

Secara etimologi, kata shodaqoh berasal dari bahasa Arab *ash-shadaqah* yang artinya benar. Pada awal pertumbuhan Islam, shodaqoh diartikan dengan pemberian yang disunahkan. Sedangkan secara terminologi shadaqah adalah memberikan sesuatu tanpa ada tukarannya karena mengharapkan pahala dari Allah SWT.

Pendistribusian

Proses pendistribusian atau menyediakan barang atau jasa dari produsen ke pelanggan dan pengguna dikenal sebagai distribusi. Distribusi komoditas dan jasa kepada konsumen, serta

penggunaannya memainkan peran penting dalam produksi dan konsumsi barang dan jasa (Idris, 2016).

Pola Pendistribusian Zakat

Pola distribusi berkembang dari waktu ke waktu menjadi pola distribusi yang produktif. Pola pendistribusian zakat :

- a. Konsumtif Tradisional
- b. Konsumtif Kreatif
- c. Produktif Kreatif
- d. Produktif Tradisional

Kaidah Pendistribusian Zakat

Dalam hal mendistribusikan dana zakat yaitu dengan mengutamakan mustahik di lingkungan terdekat dengan lembaga zakat dibandingkan dengan pendistribusian untuk wilayah yang lebih jauh, hal itu dikenal dengan sebutan "*centrallistic*". Maka, disepakati bahwa zakat akan didistribusikan dimana zakat dikumpulkan. Pendistribusian dana zakat di daerah lain dengan bantuan lembaga zakat atau pemerintah diperbolehkan jika dana tersebut hanya digunakan sebagian atau di tempat-tempat yang tidak membutuhkannya.

Pendayagunaan

Pendayagunaan dalam KBBI yaitu mengusahakan agar mampu mendatangkan hasil dan manfaat, perusahaan (tenaga dan sebagainya) agar mampu menjalankan tugas dengan baik. Kata guna dalam bahasa Arab yaitu: *Al-istitsmar* berasal dari kata *Istatsmara-yastatsmiru*, yaitu menggapai suatu hasil. Kata *istatsmara Al- Maal-isammarahu*, artinya adalah mempergunakan harta (maal) tersebut untuk memproduksi keuntungan. Pendayagunaan zakat telah diatur dalam Undang-undang No. 23 tahun 2011, yang menjelaskan bahwa zakat dapat didayagunakan untuk usaha produktif dalam rangka penanganan fakir miskin dan peningkatan kualitas umat.

Optimalisasi Pendayagunaan Zakat

Pendayagunaan dana zakat untuk tujuan pemberdayaan dimulai melalui berbagai program yang bermanfaat bagi masyarakat, khususnya umat Islam yang kurang mampu. Dengan dibentuknya pendayagunaan ini akan menumbuhkan pemahaman dan kesadaran, serta membentuk sikap dan perilaku individu dan kelompok menuju kemandirian. Oleh karena itu, pemberdayaan merupakan upaya untuk memperkuat posisi sosial dan ekonomi masyarakat dengan tujuan mencapai penguatan kapasitas melalui dana bantuan, yang biasanya berupa bantuan dana zakat untuk usaha produktif sehingga mustahik dapat meningkatkan pendapatan dan membayar zakat atas kewajiban dari hasil usahanya.

Kesejahteraan Ekonomi

Kesejahteraan Ekonomi adalah cabang ilmu ekonomi yang membahas dalam hal menetapkan secara bersamaan kerealistisan alokasi dari ekonomi makro dan dampak distribusi pendapatan yang saling berkaitan. Maka, perlu adanya ilmu kesejahteraan ekonomi dalam membangun suatu kegiatan ekonomi yang dapat memberikan atau menciptakan suatu kondisi yang sejahtera dalam skala bermasyarakat ataupun lingkungan keluarga. (Purbaya, 2015).

Kesejahteraan menurut al-Ghazali adalah tercapainya kemaslahatan. Kemaslahatan sendiri merupakan terpeliharanya tujuan *syara*; (*Maqashid Syariah*).

Prinsip dan Faktor Kesejahteraan Ekonomi

Prinsip-prinsip kesejahteraan adalah:

- a. Kepentingan masyarakat yang lebih luas harus didahulukan dari kepentingan individu.
- b. Melepas kesulitan harus diprioritaskan dibanding memberi manfaat.
- c. Kerugian yang besar tidak dapat diterima untuk menghilangkan yang lebih kecil. Manfaat yang lebih besar tidak dapat dikorbankan untuk manfaat yang lebih kecil. Sebaliknya, hanya yang lebih kecil harus dapat diterima atau diambil untuk menghindari bahaya yang lebih besar, sedangkan manfaat yang lebih kecil dapat dikorbankan untuk mendapatkan manfaat yang lebih besar.

Kesejahteraan individu dalam pandangan islam dibenarkan selama tidak berlawanan dengan kepentingan social yang lebih besar atau selama individu tidak melanggar hak-hak orang lain. Jadi menurut Al Qur'am kesejahteraan meliputi beberapa factor :

- a. Keadilan dan Persaudaraan Menyeluruh
- b. Nilai-nilai Sistem Perekonomian.
- c. Keadilan Distribusi Pendapatan

Indikator Kesejahteraan

Menurut Kollé (1974) dalam Bintarto (1989), kesejahteraan dapat diukur dari beberapa aspek kehidupan antara lain :

- a. Dengan melihat kualitas hidup dari segi materi, seperti kualitas rumah, bahan pangan dan sebagainya;
- b. Dengan melihat kualitas hidup dari segi fisik, seperti kesehatan tubuh, lingkungan alam, dan sebagainya;
- c. Dengan melihat kualitas hidup dari segi mental, seperti fasilitas pendidikan, lingkungan budaya, dan sebagainya;
- d. Dengan melihat kualitas hidup dari segi spiritual, seperti moral, etika, keserasian penyesuaian, dan sebagainya.

Penyandang Disabilitas

Menurut UU No. 8 tahun 2016 tentang penyandang disabilitas pasal 1 ayat (1) memberikan pengertian bahwa penyandang disabilitas adalah setiap orang yang mengalami keterbatasan fisik, intelektual, mental, dan/atau sensorik dalam jangka waktu lama yang dalam berinteraksi dengan lingkungan dapat mengalami hambatan dan kesulitan untuk berpartisipasi secara penuh dan efektif dengan warga negara lainnya berdasarkan kesamaan hak (Sholeh, 2016).

Kategori Penyandang Disabilitas

Klarifikasi penyandang cacat meliputi 3 jenis yaitu : (Christiani, 2011)

1. Kelainan fisik meliputi beberapa klasifikasi diantaranya, tuna netra, tuna rungu, tuna wicara, tuna daksa
2. Kelainan mental atau tuna grahita
3. Kelainan ganda

Hak-Hak Penyandang Disabilitas

Dalam Undang-undang No 19 tahun 2011 tentang pengesahan Konvensi Hak-hak Penyandang Disabilitas yang terdapat pada pasal 27 ayat (1) tentang hak-hak difabel dalam pekerjaan adalah sebagai berikut:

- a. Melarang diskriminasi atas dasar disabilitas terhadap segala bentuk pekerjaan, mencakup kondisi perekrutan, penerimaan dan pemberian kerja, perpanjangan masa kerja, pengembangan karir dan kondisi kerja yang aman dan sehat;
- b. Melindungi hak-hak penyandang disabilitas, atas dasar kesamaan dengan orang lain, untuk mendapatkan kondisi kerja yang adil dan menguntungkan, termasuk kesempatan dan remunerasi atas pekerjaan dengan nilai sama, kondisi kerja yang sehat dan aman, termasuk perlindungan dari pelecehan dan pengurangan kesedihan;
- c. Menjamin agar penyandang disabilitas dapat melaksanakan hak berserikat mereka atas dasar kesamaan dengan orang lain;
- d. Memungkinkan penyandang disabilitas untuk mempunyai akses efektif pada program panduan keahlian teknis umum dan keterampilan, pelayanan penempatan dan keahlian, serta pelatihan keterampilan dan berkelanjutan;
- e. Memajukan kesempatan kerja dan pengembangan karier bagi penyandang disabilitas di bursa kerja, demikian juga bantuan dalam menemukan, mendapatkan, mempertahankan, dan kembali ke pekerjaan;
- f. Memajukan kesempatan untuk memiliki pekerjaan sendiri, wiraswasta, pengembangan koperasi, dan memulai usaha sendiri;
- g. Mempekerjakan penyandang disabilitas di sektor pemerintah;
- h. Memajukan pemberian kerja bagi penyandang disabilitas di sektor swasta melalui kebijakan dan langkah yang tepat yang dapat mencakup program tindakan nyata, insentif dan langkah-langkah lainnya;
- i. Bahwa agar akomodasi yang beralasan tersedia di tempat kerja bagi penyandang disabilitas;
- j. Memajukan peningkatan pengalaman kerja para penyandang disabilitas di bursa kerja yang terbuka;
- k. Meningkatkan rehabilitasi keahlian dan profesional, jaminan kerja dan program kembali kerja bagi penyandang disabilitas.

Kemandirian Penyandang Disabilitas

Menurut Antonius (2000) seseorang yang mandiri adalah seseorang yang mau dan mampu mewujudkan kehendak atau keinginan dirinya yang terlihat dalam tindakan atau perbuatan nyata guna menghasilkan sesuatu demi pemenuhan kebutuhan hidupnya dan sesamanya.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kemandirian adalah suatu keadaan dimana seseorang dapat berdiri sendiri dan merupakan salah satu indikator kedewasaan seseorang karena kemampuannya melakukan segala sesuatu sendiri tanpa bergantung pada orang lain.

Pemberdayaan Penyandang Disabilitas

Pemberdayaan disabilitas adalah upaya peningkatan daya atau kekuatan penyandang disabilitas dengan memberikan dorongan, kesempatan, dan perlindungan dengan tidak mengatur dan mengontrol kegiatan penyandang disabilitas yang diberdayakan untuk mengembangkan potensinya sehingga penyandang disabilitas dapat meningkatkan kemampuan dan mengaktualisasi

diri atau berpartisipasi melalui berbagai kegiatan, demikian hal ini menurut Madekhan Ali dalam kutipan Ahmad Ridwan.

Indikator Kemandirian Penyandang Disabilitas

1. Mampu menghasilkan sesuatu untuk pemenuhan kebutuhannya.
2. Mengandalkan potensi serta kemampuan yang dimiliki.
3. Dapat mengontrol emosi dalam melakukan pekerjaannya.
4. Dimilikinya kemandirian penyandang disabilitas dalam pengurusan diri.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam metode ini adalah kualitatif deskriptif yaitu penyajian berupa kata-kata berbentuk narasi yang dihasilkan dari pengumpulan data-data.

Objek Penelitian

Obyek yang digunakan dalam penelitian ini adalah Lembaga Amil Zakat Nasional yaitu Daarut Tauhid (DT) Peduli Jakarta dan mustahik penyandang disabilitas yang menerima bantuan Program Difabel Creative Center.

Metode Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan cara *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu .

Jenis dan Sumber Data Penelitian

a. Data Primer

Data primer didapatkan dengan melalui wawancara dan observasi langsung dengan amil pengurus di Daarut Tauhid (DT) Peduli Jakarta serta wawancara dengan para penyandang disabilitas yang menerima bantuan dari program Daarut Tauhid (DT) Peduli.

b. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari arsip serta dokumen yang berkaitan dengan pendistribusian dan pendayagunaan dana ZIS dalam program Difabel Creative Center Daarut Tauhid (DT) Peduli.. Serta bersumber dari jurnal dan karya tulis ilmiah yang tersebar di media internet.

Metode Pengumpulan Data Penelitian

a. Wawancara

Penelitian ini menggunakan teknik wawancara langsung terhadap pihak pengelola program khusus untuk disabilitas dan para penyandang disabilitas yang mendapatkan program khusus.

b. Observasi

Teknik ini digunakan untuk pengamatan yang dilakukan oleh peneliti secara langsung terhadap sumber data tentang pendistribusian dan pendayagunaan dana ZIS pada program pemberdayaan disabilitas.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengambil momen, menelusuri atau melacak data dari informasi, referensi serta dokumen atau arsip-arsip, dapat berupa gambar, atau bentuk lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Difabel Creative Center

Program *Difabel Creative Center* ini merupakan program pemberdayaan ekonomi untuk para disabilitas. Terdapat 58 mustahik yang sudah diberdayakan, selain itu juga ada pemberian bantuan dalam bentuk *charity* seperti pemberian sembako, alat bantu dengar, kursi roda, tongkat kruk dan kaki palsu. Adapun program bantuan pemberdayaan yang diberikan :

a. Tata Boga

Bantuan ini dikhususkan untuk para penyandang disabilitas dengan jenis kedisabilitasannya tuna rungu, para disabilitas ini diberdayakan melalui pelatihan tata boga. Dalam pelaksanaan pelatihan, DT Peduli Jakarta menyewakan dan membelikan peralatan masak yang akan digunakan oleh para penerima manfaat untuk pelatihan.

b. Pangkas Rambut

Bantuan ini dikhususkan untuk para penyandang disabilitas dengan jenis kedisabilitasannya tuna rungu dan tuna daksa. Para disabilitas ini dilatih untuk menjadi tukang pangkas rambut. Selain diberikan pelatihan pangkas rambut, para mustahik juga diberikan alat-alat untuk cukur rambut.

c. Usaha Kecil Menengah (UKM) Tangguh

Bantuan ini dikhususkan kepada anak penyandang disabilitas seperti anak yang mengalami down syndrom, autisme dan lain-lainnya. Dalam pelaksanaan usaha tersebut, DT Peduli Jakarta tetap memberikan pendampingan dan memberikan bantuan modal usaha, gerobak, peralatan dagang, dagangan kelontong, peralatan masak.

Analisis Pendistribusian dan Pendayagunaan Dana ZIS kepada Penyandang Disabilitas di DT Peduli Jakarta

Sistem pendistribusian dan pendayagunaan dana ZIS di DT Peduli Jakarta disalurkan kepada asnaf yang benar benar membutuhkan yaitu penyandang disabilitas dengan kategori fakir dan miskin. Pendistribusian dan pendayagunaan dana zakat, infaq dan shodaqoh dalam program difabel ini disalurkan untuk kegiatan yang bersifat *charity* dan pemberdayaan. Bantuan *charity* diberikan kepada mustahik seperti alat bantu dengar, sembako, biaya hidup, kursi roda, kaki palsu dan tongkat kruk.

Kemudian bantuan kedua yang sifatnya pemberdayaan yaitu memberikan pelatihan keterampilan, pendampingan, pembinaan, modal usaha dan fasilitas untuk usaha. Bantuan pemberdayaan ini diharapkan mustahik mampu dalam mengembangkan keterampilannya serta dapat digunakan untuk bekerja sehingga mampu untuk mencukupi kebutuhan sehari-harinya.

Analisis Bentuk Pemberdayaan Difabel di DT Peduli Jakarta

Program DCC (*Difabel Creative Center*) memiliki turunan program yaitu bernama DTCC (*Daarut Tauhid Creative Center*). Namun, program ini berada di daerah Jombang dan fokus pelatihannya lebih kepada menjahit. Tetapi DT Peduli Jakarta sampai saat ini belum pernah melaksanakan pelatihan menjahit tersebut.

DT Peduli Jakarta bukan hanya memberikan bantuan dalam bentuk uang semata saja. Misalnya, mustahik ingin membuka usaha maka DT Peduli berikan alat-alat usahanya. Dalam melaksanakan pelatihan tersebut, DT Peduli Jakarta bekerja sama dengan perusahaan yang berdonasi. Perusahaan tersebut meminta pelaksanaan pelatihan serta jenis pelatihan yang diberikan sesuai dengan yang mereka inginkan. Untuk lokasi pelatihan pun sesuai dengan mitranya, belum ada tempat khusus untuk pelatihan.

Tiap bulannya diadakan silaturahmi untuk melihat perkembangan usaha mustahik DT Peduli Jakarta menyediakan pendampingan yang bernama Karakter Baku yaitu baik dan kuat. Kemudian, tiap tahunnya diadakan Kaji Dampak terhadap mustahik, dimana tim program melakukan survey langsung untuk melihat kondisi usahanya.

DT Peduli Jakarta mengalami kendala saat menjalankan program yaitu sulitnya berkomunikasi dengan para difabel. Serta, kemauan para difabel yang terbilang masih minim untuk diajak berkembang melalui program pemberdayaan.

Selain itu, ketidaktepatan sasaran dalam memilih mustahik menjadikan usaha yang dijalankan mustahik berhenti di tengah jalan dan menyalahgunakan alat-alat yang sudah diberikan dengan dijual.

Analisis Perkembangan Kemandirian Penyandang Disabilitas

Setelah mendapatkan bantuan program, mustahik penyandang disabilitas sudah mulai berani untuk membuka usaha, rasa malu berkurang dan sudah mampu bersosialisasi dengan orang sekitarnya. Para mustahik sudah dapat menghasilkan uang sendiri dengan keterampilan dimiliki. Dalam melaksanakan pekerjaan maupun program, mustahik masih sulit dalam mengendalikan emosinya.

Disamping itu, terdapat mustahik yang sudah baik dalam mengendalikan emosinya. Salah satu dari mereka sudah sampai mampu mengadakan pertemuan untuk mengaji bersama dengan yang lainnya. Penerima manfaat dari program difabel creative center bukan hanya penyandang disabilitas yang berusia produktif saja, melainkan program ini juga diberikan kepada anak-anak penyandang disabilitas, hanya saja yang menjalankan program tersebut adalah pihak keluarganya. Sehingga, anak penyandang disabilitas tidak mendapatkan dampak langsung dari segi kemandirian.

Analisis Perkembangan Kesejahteraan Ekonomi Penyandang Disabilitas

Kondisi ekonomi mustahik sebelum dibantu melalui program yaitu belum memiliki pekerjaan dan sudah memiliki pekerjaan tetapi pendapatannya minim. Sebagian besar bantuan yang diberikan oleh DT Peduli Jakarta berupa program UKM Tangguh.

Hasil peningkatan usaha dan pendapatan mereka sebelum dan sesudah mendapatkan bantuan tidak terlalu naik secara signifikan, dalam artian hanya cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari saja. Namun, mereka mampu untuk perharinya menambahkan barang dagangannya. Untuk mustahik yang mendapatkan bantuan pangkas rambut pun mereka sudah dapat menghasilkan uang untuk mereka sendiri, kemudian usahanya sudah mulai dikenal warga sekitar tempat mereka.

Selain itu, salah satu mustahik penerima bantuan tata boga juga sudah mampu bersaing dengan penjual makanan lainnya. DT Peduli Jakarta sudah mampu dalam memberikan prasarana. Namun, dalam hal sarana DT Peduli Jakarta belum bisa untuk menyediakan kios atau toko yang dapat digunakan untuk para difabel membuka usahanya.

Dengan adanya bantuan program pemberdayaan yang diberikan, mulai terlihat perubahan kepada para penyandang disabilitas. Dalam menjalankan usahanya, terdapat difabel yang sudah tidak fokus menjalankan pekerjaan sesuai dengan pelatihan yang diberikan oleh DT Peduli Jakarta. Sehingga apa yang telah diberikan oleh DT Peduli Jakarta tidak digunakan kembali.

Kemudian, terdapat mustahik yang gagal dalam menjalankan usahanya. Hal ini biasanya terjadi karena mustahik tidak menggunakan pembukuan dalam menjalankan usahanya, sehingga usaha yang dijalankan mustahik kurang optimal, disamping itu kondisi fisik atau kesehatan para difabel yang lebih sensitif sehingga difabel mudah terkena penyakit sampai mengakibatkan meninggal dunia, akhirnya usahanya berhenti begitu saja.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Pendistribusian dan pendayagunaan dana ZIS tersebut diberikan kepada mustahik dalam bentuk charity dan pemberdayaan. Program pemberdayaan yang diberikan kepada mustahik seperti pelatihan keterampilan, pendampingan, pembinaan, modal usaha dan fasilitas untuk usaha.

Bentuk pemberdayaan yang diberikan Daarut Tauhid Peduli Jakarta kepada mustahik yaitu Difabel Creative Center, dimana pada program tersebut terdapat 3 bantuan yang diberikan yaitu pelatihan tata boga, pelatihan pangkas rambut dan UKM Tangguh. Tiap bulannya tim program melakukan survey untuk melihat perkembangan usaha mustahik, kemudian pendampingan diberikan berupa motivasi dan ilmu-ilmu agama. Selain itu, tiap tahunnya DT Peduli Jakarta melakukan kaji dampak untuk menilai usaha mustahik apakah berhasil atau tidak.

Mustahik penyandang disabilitas di DT Peduli Jakarta sudah mengalami peningkatan dalam kemandiriannya. Hanya saja dalam pengendalian emosi dalam melaksanakan pekerjaan maupun program terbilang masih sulit, dikarenakan penyandang disabilitas yang lebih sensitif dibandingkan dengan manusia normal lainnya.

Terdapat peningkatan pemasukan yang didapatkan dari mustahik walaupun tidak terlalu signifikan. Pendapatan yang diperoleh dari hasil usaha tersebut hanya dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka, tetapi mereka mampu untuk menambah barang dagangannya walaupun sedikit. Kegagalan juga dialami oleh beberapa mustahik, hal ini karena mustahik tidak memahami mengenai pembukuan, sehingga uang yang didapat digunakan untuk hal lainnya yang menjadikan usahanya kekurangan modal.

DAFTAR PUSTAKA

- ARFAN. (2021). *ANALISIS PRODUKTIVITAS ZAKAT UNTUK PEMBERDAYAAN PENYANDANG DISABILITAS DI LAZ IZI CABANG JAWA TIMUR*. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Arief, M. F. (2017). Peran Lembaga Filantropi Islam dalam Mengentaskan Kemiskinan Warga DKI Jakarta: Studi Kasus BAZIS DKI Jakarta. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis, 1*.
- Arifin, G. (2016). *Keutamaan Zakat, Infaq, Sedekah*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Astutik, D. P. (2021). *ANALISIS STRATEGI PENDAYAGUNAAN DANA ZAKAT, INFAQ, DAN SEDEKAH (ZIS) MELALUI PROGRAM BOJONEGORO PRODUKTIF PADA MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus di BAZNAS Kabupaten Bojonegoro)*. SURABAYA: UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL.
- Atabik, A. (2015, Desember). PERANAN ZAKAT DALAM PENGENTASAN KEMISKINAN. *Jurnal Zakat dan Wakaf, 2*, 340-361.

- Bakir, A. (2021). *Kewajiban Zakat dan Hikmah Zakat*. Perpustakaan Nasional RI: Hikam Pustaka.
- Bariyah, N. N. (2016). STRATEGI PENGHIMPUNAN DANA SOSIAL UMMAT PADA LEMBAGA-LEMBAGA FILLANTROFI DI INDONESIA (Studi Kasus Dompot Peduli Ummat Daarut Tauhid, Dompot Dhuafa Republika, BAZNAS, dan BAZIS DKI Jakarta). *Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1, 22-34.
- Baskoro, F. (2021). *EFEKTIVITAS PROGRAM IZI TO SMART LAZNAS INISIATIF ZAKAT INDONESIA TERHADAP TINGKAT PENDIDIKAN DI KELURAHAN BATU AMPAR JAKARTA TIMUR*. Politeknik Negeri Jakarta. Depok: 2021.
- Choirul Amirudin, A. F. (2021, April). Peran Ziswaf dalam Memulihkan Ekonomi Umat Akibat Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Babu Al-Ilmi*, 6, 38-47.
- Dr. Ilham, M. (2020, Maret). EFEKTIFITAS PENDISTRIBUSIAN DAN PENDAYAGUNAAN DANA ZAKAT DALAM UPAYA MEMBERANTAS KEMISKINAN. *Jurnal Pemikiran Syariah dan Hukum*, 4, 2-18.
- FAIDA, A. (2019). *PENDAYAGUNAAN DANA ZAKAT INFAQ DAN SHADAQAH (ZIS) BAGI PENYANDANG DISABILITAS (STUDI KASUS ATAS PENGELOLAAN ZAKAT DI BAZNAS KABUPATEN SEMARANG)*. SALATIGA: INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) SALATIGA.
- Habsyari, D. A. (2021). *EFEKTIVITAS PEMBERDAYAAN DANA ZAKAT, INFAQ, DAN SEDEKAH (ZIS) UNTUK MENINGKATKAN EKONOMI MUSTAHIK DI BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL (BAZNAS) KABUPATEN MADIUN*. Ponorogo: INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO.
- Hafas Furqani, R. M. (2018). Zakat for Economic Empowerment of The Poor in Indonesia: Models and Implications. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 11(2), 393-411.
- Hendri, N., & Suyanto. (2015). ANALISIS MODEL-MODEL PENDAYAGUNAAN DANA MISKIN KOTA DI PROVINSI LAMPUNG. *AKUISISI*, 11(2), 63-73.
- Izzah Masruroh, M. F. (2019, April 1). PENGARUH PENGELOLAAN EKONOMI PRODUKTIF DALAM MENGENTASKAN KEMISKINAN DI KOTA LUMAJANG STUDI PADA BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL (BAZNAS) KABUPATEN LUMAJANG. *Iqtishoduna: Jurnal Ekonomi Islam*, 8, 209-229.
- Kusumaningrum, D. (2015). *Peran Yayasan Penyandang Cacat Mandiri Dalam Meningkatkan Ekonomi Difabel di Ceban, Sewon, Bantul*. YOGYAKARTA: UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA.
- Lestari, H. A. (2021). *ANALISIS EFISIENSI DAN EFEKTIVITAS PENDAYAGUNAAN DANA ZAKAT INFAQ SHADAQAH UNTUK MEMBERDAYAKAN KESEJAHTERAAN PENYANDANG DISABILITAS (Studi Kasus pada Program di BAZNAS BAZIS DKI dan Daarul Tauhid*. Depok: Politeknik Negeri Jakarta.
- Lukmanudin, A. (2020). *ANALISIS PENDISTRIBUSIAN DAN PENDAYAGUNAAN ZAKAT PRODUKTIF PADA BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL (BAZNAS) KABUPATEN KENDAL*. Semarang: Jurusan Ekonomi Islam UIN WALISONGO SEMARANG.
- Nofiaturrahmah, F. (2015, Desember). PENGUMPULAN DAN PENDAYAGUNAAN ZAKAT INFAK DAN SEDEKAH. *Jurnal Zakat dan Wakaf*, 2, 280-295.
- Peduli, D. (2021). *Indonesia Peduli Difabel*. Media Komunikasi Daarut Tauhid Peduli.

- Peduli, D. T. (2021). Serahkan Modal Usaha, DT Peduli Depok Bantu Difabel Berkarya. Retrieved Januari 4, 2022, from <https://dtpeduli.org/>
- Purbaya, A. G. (2015). *Strategi Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat Pengusaha Kerupuk dan Camilan Hasil Laut di Pantai Kenjeran Lama Surabaya*. Surabaya: UIN Sunan Ampel.
- Rahmad Hakim, M. M. (2020). Pendayagunaan Dana Zakat Dalam Rangka Pemberdayaan Ekonomi Mustahik Studi Lazismu Kabupaten Malang. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam*, 4 (1), 84-100.
- RI, B. H. (2020). Kemensos Dorong Aksesibilitas Informasi Ramah Penyandang Disabilitas. Retrieved Desember 3, 2021, from <https://kemensos.go.id/kemensos-dorong-aksesibilitas-informasi-ramah-penyandang-disabilitas>
- RI, B. P. (2016, April 2016). *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2016*. Retrieved from JDIH BPK RI: <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/37251/uu-no-8-tahun-2016>
- RI, P. D. (2019). DISABILITAS. *INFODATIN*, 1-8.
- Rianto, A. (2015, Juni). PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MUSLIM PENYANDANG MUSLIM PENYANDANG CACAT/DISABILITAS MELALUI PEMANFAATAN DANA ZAKAT (KAJIAN DARI UU No. 23 TAHUN 2011). *JRR Tahun 24*.
- Setiyowati, A. (2017). ANALISIS PERANAN PENGELOLAAN DANA ZISWAF OLEH CIVIL SOCIETY DALAM PEMBERDAYAAN EKONOMI UMAT (STUDI KASUS LAZISMU SURABAYA). *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 2.
- Siti Aminah, J. S. (2015). PRODADISA “Program Pemberdayaan Difabel Daksa” menuju Percontohan BKD (Balai Kerja Difabel) untuk Meningkatkan Kemandirian dan Life Skill Difabel. *INKLUSI*, 2, 300-342.
- Statistik, B. P. (2021). Hasil Sensus Penduduk. Retrieved Januari 4, 2022, from <https://www.bps.go.id/news.html?sensus=4>
- Suardi, D. (2021, Februari). MAKNA KESEJAHTERAAN DALAM SUDUT PANDANG EKONOMI ISLAM. *Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 6, 322-334.
- TEMPO.CO. (2021). Hak Aksesibilitas Kesehatan untuk Penyandang Disabilitas. *Article 33.Indonesia*. Retrieved April 13, 2022, from <https://article33.or.id/id/berita/tempo-co-hak-aksesibilitas-kesehatan-untuk-penyandang-disabilitas/#:~:text=Berdasarkan%20data%20Survei%20Sosial%20Ekonomi,atau%20sekitar%2026%20juta%20orang.>
- W, A. S. (2020). ANALISIS PERANAN PENGELOLAAN DANA ZISWAF DALAM PEMBERDAYAAN EKONOMI UMAT PADA LAZISNU KABUPATEN CIREBON. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 1, 1-11.
- Zahratul Hayati Utomo, A. S. (2020, Maret). BAZNAS JAWA TIMUR DAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DISABILITAS PONOROGO. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 7, 544-562.

Pengaruh Persepsi Manfaat, Pemahaman, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pelaku UMKM Memilih QRIS BSI Sebagai Media Pembayaran Pada Tempat Usahanya

R.R. Adinda Putri Puspitaningrum¹⁾, Dede Abdul Fatah²⁾

¹⁾ Politeknik Negeri Jakarta, humas@pnj.ac.id, Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, 16425, Depok, Indonesia

ABSTRACT

The government brings innovation to technological developments by issuing the Quick Responses Code Indonesian Standard to streamline and streamline the transaction process for all users with a target usage of thirteen million by MSMEs and other users. Bank Syariah Indonesia responded to this by participating in providing BSI QRIS products. However, with the benefits provided for using QRIS BSI, the use of QRIS BSI by MSMEs in the DKI Jakarta area has not been realized to the fullest. This study aims to examine whether perceptions of benefits, understanding, and religiosity affect the decision of MSME actors in the DKI Jakarta area to choose QRIS BSI as a payment medium at their place of business. This study is a quantitative study and obtained data from questionnaires distributed to 40 respondents. The results of the data processing were obtained from multiple linear regression using SPSS. The results of research on 40 MSME respondents in the DKI Jakarta area show that perceptions of benefits, understanding, and religiosity have a significant influence partially or simultaneously on the decision to choose.

Keywords : QRIS, MSMEs, Benefit Perception, Understanding, Religiosity, Choice Decisions

ABSTRAK

Pemerintah menghadirkan inovasi terhadap perkembangan teknologi dengan menerbitkan Quick Responses Code Indonesian Standard untuk mengefisienkan dan mengefektifkan proses transaksi kepada seluruh pengguna dengan target penggunaan sebesar tiga belas juta oleh UMKM dan pengguna lainnya. Bank Syariah Indonesia merespon hal tersebut dengan ikut serta menyediakan produk QRIS BSI. Namun dengan manfaat yang diberikan atas penggunaan QRIS BSI tersebut, penggunaan QRIS BSI oleh UMKM di wilayah DKI Jakarta belum terealisasi secara maksimal. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti apakah persepsi manfaat, pemahaman, dan religiusitas berpengaruh terhadap keputusan pelaku UMKM di wilayah DKI Jakarta memilih QRIS BSI sebagai media pembayaran pada tempat usahanya. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan memperoleh data dari kuesioner yang disebar kepada 40 responden. Hasil olah data diperoleh dari uji regresi linier berganda menggunakan SPSS. Adapun hasil penelitian atas 40 responden UMKM di wilayah DKI Jakarta bahwa baik persepsi manfaat, pemahaman, dan religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial maupun simultan terhadap keputusan memilih.

Kata-Kata Kunci : QRIS, UMKM, Persepsi Manfaat, Pemahaman, Religiusitas, Keputusan Memilih

¹ R.R. Adinda Putri Puspitaningrum. E-mail : rr.adindaputripuspitaningrum.ak18@mhs.pnj.ac.id

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, perkembangan teknologi dinilai sudah berkembang dengan pesat. Pemanfaatan teknologi dengan baik memudahkan masyarakat untuk beraktivitas serta terciptanya kegiatan yang dapat dilakukan dengan efektif dan efisien. Dari data internetworldstats menyebutkan bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 212,35 juta jiwa pada maret 2021. Dengan jumlah tersebut, Indonesia berada di urutan ketiga sebagai pengguna internet terbanyak di Asia. Dilansir dari data kemenkominfo 89% dari total keseluruhan penduduk Indonesia sudah menggunakan smartphone. Artinya dengan penggunaan smartphone dan internet yang terbilang tinggi, pemanfaatan teknologi sudah dilakukan dengan baik sekaligus memanfaatkan inovasi atas teknologi yang diciptakan tersebut.

Dengan teknologi yang semakin canggih, sistem pembayaran terus berinovasi untuk memberikan kemudahan atas teknologi yang ada. Sistem pembayaran tunai (cash) berkembang menjadi sistem pembayaran non tunai menjadi salah satu pemanfaatan teknologi yang baik. Perkembangan teknologi sudah merambah sampai ke sektor keuangan yang biasa disebut dengan Fintech atau *Financial Technology*. Dengan adanya hal tersebut perbankan diharuskan beradaptasi dan mengadopsi teknologi untuk memudahkan masyarakat dalam bertransaksi. Bentuk adaptasi yang dilakukan perbankan pada saat ini seperti mesin ATM, *Mobile Banking*, dan QRIS. Untuk dapat terus bersaing dengan Bank Konvensional, Bank Syariah juga terus melakukan inovasi terhadap produknya dengan mengadopsi teknologi. Bank Syariah Indonesia sebagai Bank Syariah terbesar di Indonesia merespon perkembangan teknologi dengan ikut serta menyediakan QRIS untuk mendukung program pemerintah yang dicanangkan pada tanggal 14 Agustus 2014 tentang Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang bertujuan untuk menciptakan sistem pembayaran yang aman, efisien dan lancar, dan pada gilirannya akan dapat mendorong sistem keuangan nasional bekerja secara efektif dan efisien serta penggunaan QRIS BSI ini juga diatur dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia NO. 116/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Uang Elektronik Syariah.

Dengan adanya QRIS ini bertujuan untuk mempermudah proses transaksi, salah satunya pada sektor UMKM. Salah satu merchant pengguna QRIS BSI yaitu UMKM dipaksa untuk terus berinovasi dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang ada. Pelaku UMKM saat ini sudah banyak yang memanfaatkan perkembangan teknologi dengan baik salah satunya dengan menggunakan QRIS sebagai media pembayaran pada tempat usahanya. Ini menjadi daya tarik tersendiri bagi UMKM tersebut dengan kemudahan bertransaksi yang diberikan. Bank Indonesia mengharapkan transaksi pembayaran dapat lebih murah, mudah dan efisien dengan penggunaan QRIS sehingga inklusi keuangan di Indonesia menjadi meningkat lebih pesat dan UMKM lebih maju, serta mampu mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Kehadiran QRIS ini dinilai sangat membantu pelaku UMKM untuk mengefektifkan dan mengoptimalkan transaksi, pencatatan, serta penyimpanan uang. Pengguna QRIS juga mendapatkan manfaat dari penggunaan QRIS yaitu meminimalisir tindak kejahatan seperti pencurian ketika membawa uang tunai. Dengan kemudahan yang diciptakan tersebut, nyatanya masih banyak juga pelaku UMKM yang enggan menggunakan QRIS sebagai media pembayarannya karena beranggapan bahwa sesuatu yang berhubungan dengan teknologi sangat riskan terhadap keamanannya. Hal tersebut dapat terjadi karena kurangnya literasi digital pelaku UMKM, sehingga kurang memahaminya kemajuan teknologi yang sudah terjadi sekarang. Karena menurut survei Kementerian Komunikasi dan Informatika pada tahun 2020, Indonesia memiliki indeks literasi digital sebesar 3,47 dengan skala satu sampai empat yang mengartikan bahwa Indonesia masih dalam taraf sedang terhadap literasi digital. Namun, menurut Lembaga analisis Katadata Insight Center (KIC) dalam survei di tahun 2020 bersama Kementerian Komunikasi dan Informatika mengungkapkan bahwa gen X memiliki tingkat literasi yang rendah dibanding kaum millennial. Saat ini banyak pelaku UMKM yang berkisar antara umur 40 sampai 55 tahun atau yang disebut dengan gen X. Sehingga dengan rendahnya tingkat literasi digital gen X tersebut masih sedikitnya pelaku UMKM yang menggunakan QRIS di tempat usahanya. Padahal pembuatan QRIS ini ditujukan untuk kemudahan bertransaksi, namun pelaku UMKM dalam kategori gen X belum memahami sepenuhnya tentang kegunaan teknologi yang canggih ini. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini dilakukan sebagai bentuk untuk mencari tahu bagaimana pengaruh persepsi manfaat, pemahaman, dan religiusitas atas keputusan pelaku UMKM

memilih QRIS BSI sebagai media pembayaran pada tempat usahanya.

Rumusan Masalah

Di era digitalisasi dan perkembangan teknologi saat ini menjadikan penyediaan QRIS kini menjadi alternatif untuk melakukan pembayaran pada merchant. Sistem ini sangat dibutuhkan mengingat banyaknya masyarakat yang sudah memilih pembayaran non-tunai daripada harus membawa uang tunai untuk bertransaksi. Kehadiran QRIS BSI dicanangkan untuk mengefektifkan dan mengefisienkan proses transaksi dan pencatatan yang dilakukan pada merchant yang menggunakan produk tersebut, salah satunya adalah UMKM. Dan juga pembeli yang ingin bertransaksi dipermudah dengan adanya QRIS BSI, karena tidak perlu membawa uang tunai dan hanya perlu menscan QR Code yang tertera pada tempat tersebut. Sehingga dengan kehadiran QRIS BSI ini memberikan dampak yang baik bagi banyak pihak baik bagi pihak Bank, pihak pelaku UMKM, maupun pihak pembeli. Penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya menyatakan bahwa penggunaan QRIS berpengaruh positif terhadap pengembangan UMKM pengguna QRIS. Artinya pemanfaatan QRIS memberikan manfaat terhadap pengguna QRIS dan juga bagi UMKM. Dari hal tersebut menandakan bahwa tujuan penerbitan QRIS memang terlaksana sebagaimana mestinya. Namun hal tersebut ternyata tidak terealisasi secara maksimal, karena pada kenyataannya masih banyak UMKM se-DKI Jakarta yang belum menggunakan QRIS BSI sebagai media pembayaran pada tempat usahanya.

Tujuan

- Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Manfaat terhadap keputusan pelaku UMKM dalam memilih QRIS BSI sebagai media pembayaran pada tempat usahanya.
- Untuk mengetahui pengaruh Pemahaman terhadap keputusan pelaku UMKM dalam memilih QRIS BSI sebagai media pembayaran pada tempat usahanya.
- Untuk mengetahui pengaruh Religiusitas terhadap keputusan pelaku UMKM dalam memilih QRIS BSI sebagai media pembayaran pada tempat usahanya.
- Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Manfaat, Pemahaman, dan Religiusitas terhadap keputusan pelaku UMKM dalam memilih QRIS BSI sebagai media pembayaran pada tempat usahanya.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Teknologi

Teknologi merupakan suatu bentuk proses guna meningkatkan nilai tambah. Proses tersebut dapat menggunakan atau menghasilkan produk tertentu yang saling berkaitan dan tidak dapat terpisahkan dengan produk lain yang telah ada. Dan disebutkan pula bahwa teknologi merupakan suatu bagian yang terdapat di dalam suatu sistem tertentu dari suatu integral (Miarso, 2011).

Financial Technology

Financial Technology adalah industri yang bergerak secara cepat dan dinamis dimana memiliki model bisnis yang berbeda (Dorfleitner, Hornuf, Schmitt, & Weber, 2017)

Uang Elektronik Syariah Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia NO. 116/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Uang Elektronik Syariah

Uang Elektronik Syariah, uang elektronik syariah adalah uang elektronik yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dimana Uang elektronik (*electronic money*) adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur berikut,

- Diterbitkan atas dasar jumlah nominal uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit.
- Jumlah nominal uang disimpan secara elektronik dalam suatu media yang teregistrasi.
- Jumlah nominal uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.
- Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut.

QR Code

Quick Response Code atau biasa disingkat *QR Code* adalah kode berupa *barcode* dua dimensi yang berisikan tentang informasi maupun data yang dapat diakses dengan kamera yang sesuai. Kode tersebut terdiri dari tiga tanda pola bujur sangkar di pojok kiri bawah, pojok kiri atas, dan pojok kanan atas yang memiliki modul berwarna hitam berupa kotak, titik atau kapasitas piksel, serta memiliki tempat penyimpanan data alfanumerik, karakter dan simbol (Bank Indonesia, 2019).

QR Code Payment

QR Code Payment merupakan sistem pembayaran non tunai menggunakan kode untuk bertransaksi antara penjual dan pembeli untuk menciptakan transaksi yang efektif dan efisien.

Quick Response Indonesian Standard (QRIS)

Quick Response Indonesian Standard atau biasa disebut QRIS adalah penyatuan berbagai macam *QR code* dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) menggunakan metode *QR Code* agar proses transaksi menjadi lebih efektif, efisien dan terjaga keamanannya (Bank Indonesia, 2019).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Tercantum dalam UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Usaha mikro adalah usaha produktif yang dijalankan individu, rumah tangga, atau badan usaha yang memenuhi kriteria usaha mikro yang ditentukan oleh undang-undang.

Persepsi Manfaat

Persepsi kemanfaatan merupakan pengguna yang menggunakan suatu aplikasi atau sistem tertentu untuk mempermudah kinerja atas pekerjaannya (Rahmatsyah, 2016).

Pemahaman

Pemahaman merupakan kemampuan untuk menghubungkan atau mengasosiasikan informasi-informasi yang dipelajari menjadi satu kesatuan yang utuh didalam pemikiran kita (Widiasworo, 2017).

Religiusitas

Religiusitas adalah potensi beragama atau berkeyakinan seseorang kepada tuhan dan percaya adanya kekuatan diluar dirinya yang mengatur hidup dan seluruh alam semesta ini (Yulianto, 2014).

Keputusan Memilih

Keputusan Memilih ialah tindakan atau putusan akhir dalam menentukan sesuatu sesuai dengan yang diminati. Keputusan memilih dilakukan oleh seseorang ataupun sekelompok orang yang dapat disepakati sesuai dengan minat dan kesepakatan bersama maupun individu.

Penelitian Terdahulu

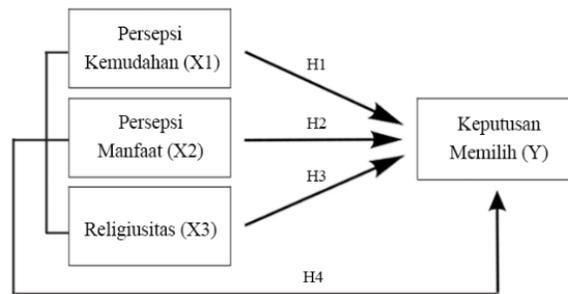
Berdasarkan penelitian terdahulu yang sejenis, hasil penelitian tersebut mengungkapkan bahwa variabel yang terkait pada penelitian ini memiliki hasil yang positif dan signifikan.

Asep Riandi, Luh Putu Wahyuni dan I Wayan Arta Setiawan menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat UMKM menggunakan QRIS Syariah pada tempat usahanya.

Luh Putu Wahyuni dan I Wayan Arta Setiawan menyatakan bahwa pemahaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi menggunakan QRIS.

Hasil dari penelitian terdahulu membuktikan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel-variabel yang diujikan pada penelitian ini.

Kerangka Pemikiran



Hipotesis

H1 : Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Memilih

H2 : Pemahaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Memilih

H3 : Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Memilih

H4 : Persepsi Manfaat, Pemahaman, dan Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Keputusan Memilih

METODOLOGI PENELITIAN

Objek Penelitian

Objek penelitian yang akan diteliti dalam penelitian ini antara lain, Persepsi Manfaat (X1), Pemahaman Tentang QRIS (X2), Religiusitas (X3), dan Keputusan Pelaku UMKM Memilih QRIS (Y). Kelima objek penelitian tersebut digunakan oleh peneliti untuk menguji dari sebuah fenomena tentang masih kurangnya pemerataan penggunaan QRIS pada sektor UMKM.

Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*, dimana yang menjadi pertimbangan dalam pengambilan data penelitian adalah sebagai berikut :

- Pelaku UMKM yang menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia
- Pelaku UMKM yang berdomisili di DKI Jakarta
- Menggunakan sistem pembayaran non tunai dengan QRIS BSI pada tempat usahanya
- Telah menggunakan sistem pembayaran QRIS BSI pada tempat usahanya minimal 1 bulan

Besaran jumlah sampel menggunakan Teori Roscoe (1975) yang mengatakan bahwa jika dalam penelitian akan melakukan analisis menggunakan *multivariate* (korelasi atau regresi linear berganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang akan diteliti (Sugiyono, 2010).

Dengan perhitungan sampel seperti berikut,

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{Jumlah Variabel} \times 10 \\ &= 4 \times 10 \\ &= \mathbf{40 \text{ Unit Sampel Penelitian}} \end{aligned}$$

Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data pada penelitian ini adalah kuantitatif, dan menggunakan data primer yang diambil dari pelaku UMKM di wilayah DKI Jakarta yang menggunakan QRIS BSI sebagai media pembayaran pada tempat usahanya minimal 1 bulan pemakaian.

Metode Pengumpulan Data Penelitian

Pengumpulan data memiliki prosedur dimana peneliti akan menyebarkan kuesioner *online* maupun *offline* dalam bentuk *google form* maupun kuesioner fisik dan disebarluaskan oleh peneliti langsung baik

secaratatap muka maupun tanpa tatap muka (digital).

Penelitian ini menggunakan skala *likert* dengan skala 1 sampai lima dengan arti sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Bentuk skala *likert* yang digunakan seperti berikut,

Skala Likert

PERNYATAAN	SKOR
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak setuju (STS)	1

Metode Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, karena tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat dan mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,1	2,273		0,924	0,362
	Persepsi Manfaat	0,31	0,077	0,41	3,965	0
	Pemahaman	0,35	0,112	0,349	3,146	0,003
	Religiusitas	0,25	0,08	0,317	3,096	0,004

Dari hasil analisis regresi linear berganda pada tabel di atas antara variabel persepsi manfaat (X1), pemahaman (X2), dan religiusitas (X3) terhadap variabel keputusan manfaat (Y) dapat disajikan dengan persamaan sebagai berikut.

$$Y = a + b1.X1 + b2.X2 + b3.X3$$

$$Y = 7.737 + 0.923.X1 + 0.145.X2 + 0.238.X3$$

Dari persamaan tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta (α) dari hasil uji regresi linear berganda sebesar 2,100. Hal tersebut menunjukkan bahwa tanpa adanya pengaruh dari persepsi manfaat (X1), pemahaman (X2), dan religiusitas (X3), nilai keputusan memilih (Y) adalah 2,100. Berarti jika variabel independen berniali 0, maka variabel dependen bernilai 2,100. Dan nilai konstanta yang positif menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independent dengan variabel dependen.
2. Nilai koefisien persepsi manfaat (X1) sebesar

0,307 menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel persepsi manfaat (X1) terhadap variabel keputusan memilih (Y). Hal ini berarti semakin tinggi persepsi manfaat (X1) akan semakin tinggi juga keputusan UMKM memilih QRIS BSI (Y). Jika persepsi manfaat mengalami peningkatan, maka keputusan UMKM memilih QRIS BSI juga mengalami peningkatan sebesar 0,307.

3. Nilai koefisien pemahaman (X2) sebesar 0,354 menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel pemahaman (X2) terhadap variabel keputusan memilih (Y). Hal ini berarti semakin tinggi pemahaman (X2) akan semakin tinggi juga keputusan UMKM memilih QRIS BSI (Y). Jika pemahaman mengalami peningkatan sebesar 35,4%, maka keputusan UMKM memilih QRIS BSI juga mengalami peningkatan sebesar 0,354.
4. Nilai koefisien religiusitas (X3) sebesar 0,247 menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel religiusitas (X3) terhadap variabel keputusan memilih (Y). Hal ini berarti semakin tinggi religiusitas (X3) akan semakin tinggi juga keputusan UMKM memilih QRIS BSI (Y). Jika religiusitas mengalami peningkatan sebesar 24,7%, maka keputusan UMKM memilih QRIS BSI juga mengalami peningkatan sebesar 0,247.

Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2,1	2,273		0,924
	Persepsi Manfaat	0,307	0,077	0,41	3,965
	Pemahaman	0,354	0,112	0,349	3,146
	Religiusitas	0,247	0,08	0,317	3,096

Berdasarkan hasil uji regresi untuk memperoleh nilai t dan signifikansi di atas, maka dapat dijabarkan pada poin – poin sebagai berikut,

- Uji t (uji parsial) antara variabel persepsi manfaat (X1) terhadap variabel keputusan memilih (Y) didapatkan nilai t hitung sebesar 3,965 lebih dari t tabel (t hitung > t tabel) atau nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari alpha 0,05 (nilai signifikansi < 0,05). Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel persepsi manfaat (X1) terhadap variabel keputusan memilih (Y) secara parsial.
- Uji t (uji parsial) antara variabel pemahaman (X2) terhadap variabel keputusan memilih (Y) didapatkan nilai t hitung sebesar 3,146 lebih dari t tabel (t hitung > t tabel) atau nilai signifikansi sebesar 0,003 kurang dari alpha 0,05 (nilai signifikansi < 0,050). Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel pemahaman (X2) terhadap variabel keputusan memilih (Y) secara parsial.
- Uji t (uji parsial) antara variabel religiusitas (X3) terhadap variabel keputusan memilih (Y) didapatkan nilai t hitung sebesar 3,096 lebih dari t tabel (t hitung > t tabel) atau nilai signifikansi sebesar 0,004 kurang dari alpha 0,05 (nilai signifikansi < 0,050). Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel religiusitas (X3) terhadap variabel keputusan memilih (Y) secara parsial.

Uji Stimultan (Uji-F)

Model	Sum of Squares	df	Mean	F	Sig.	
			Square			
1	Regression	77,336	3	25,779	28,608	0
	Residual	32,439	36	0,901		
	Total	109,775	39			

Hasil Uji F diperoleh nilai F sebesar 28,608. Nilai F mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara persepsi manfaat (X1), pemahaman (X2), dan religiusitas (X3) secara bersama – sama (simultan) terhadap keputusan memilih (Y), karena nilai F hitung yang didapatkan sebesar 28,608 dengan F tabel sebesar 2,86. Dari nilai tersebut mengartikan bahwa nilai F hitung lebih dari F tabel ($28,608 > 2,86$) dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0 < 0,05$).

Uji Koefisien Determinasi (Uji-R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,839 ^a	0,704	0,68	0,949

Hasil uji koefisien determinasi menggunakan R² diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,680. Hal tersebut menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel keputusan memilih (Y) yang dijelaskan oleh variabel persepsi manfaat (X1), pemahaman (X2), dan religiusitas (X3) adalah sebesar 0,68%. Artinya sebanyak 68% variabel persepsi manfaat (X1), pemahaman (X2), dan religiusitas (X3) mempengaruhi variabel keputusan memilih (Y) dan sebanyak 32% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Pembahasan

Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Memilih

Adanya pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan memilih diartikan bahwa manfaat yang diberikan oleh penggunaan QRIS BSI sebagai media pembayaran pada UMKM menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi pemilihan penggunaan QRIS BSI tersebut, dan manfaat yang diberikan juga sudah dirasakan oleh UMKM.

Manfaat yang diberikan kepada pelaku UMKM menjadi daya tarik tersendiri untuk terus menggunakan QRIS BSI sebagai media pembayaran pada tempat usahanya. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Richard L. Daft (2010) yang menjelaskan bahwa untuk dapat terus berkompetisi, UMKM harus memberikan nilai tambah bagi pelanggan dan membangun sinergi. Karena dengan penggunaan QRIS BSI, manfaat-manfaat yang diberikan bukan hanya kepada pelaku UMKM melainkan kepada pembeli juga. Dengan keefisienan dan keefektifan proses transaksi pada UMKM tersebut, pembeli akan terkesan dengan UMKM tersebut dan memilih UMKM tersebut. Jika ada kebutuhan. Hal tersebut berdampak baik bagi perkembangan UMKM karena pembeli menjadi lebih sering untuk berkunjung ke UMKM tersebut dan menambah pemasukan untuk UMKM tersebut, sama seperti yang disampaikan pada penelitian oleh Ridho Herlambang bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM.

Pengaruh Pemahaman Terhadap Keputusan Memilih

Adanya pengaruh pemahaman terhadap keputusan memilih mengartikan bahwa pemahaman tersebut menjadi penting bagi pelaku UMKM dalam memilih menggunakan QRIS BSI sebagai media pembayaran,

karena penggunaan QRIS BSI ini membutuhkan kecakapan digital untuk dapat mempermudah dalam penggunaannya. Pemahaman tentang QRIS BSI ini menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi UMKM memilih menggunakan QRIS BSI sebagai media pembayaran pada tempat usahanya. Dengan kecakapan yang dimiliki oleh UMKM, manfaat yang diberikan atas penggunaan QRIS BSI ini akan semakin dirasakan, karena kemudahan penggunaan atas pemahaman yang dimiliki oleh pelaku UMKM memberikan manfaat tersendiri bagi UMKM untuk terlaksananya proses transaksi yang efektif dan efisien. Sehingga dari berbagai pihak yang menggunakan juga akan merasakan manfaatnya. Semakin tinggi tingkat pemahaman seseorang tentang QRIS BSI, maka akan semakin tinggi juga tingkat pemilihan penggunaan QRIS BSI.

Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Memilih

Adanya pengaruh religiusitas terhadap keputusan memilih mengartikan bahwa religiusitas menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi UMKM memilih menggunakan QRIS BSI. Dengan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, maka semakin tinggi juga tingkat pemilihan penggunaan QRIS BSI.

Bank syariah menjadi pilihan masyarakat untuk mereka yang ingin bertransaksi dengan Bank tanpa perlu khawatir adanya riba, karena cara kerja Bank Syariah sesuai dengan prinsip syariah. Dan dalam ajaran agama islam, riba adalah haram. Sehingga Bank Syariah Indonesia menjadi salah satu pilihan masyarakat untuk tetap bertransaksi menggunakan Bank sesuai dengan syariat islam. Tidak jarang para pelaku UMKM yang menyatakan bahwa keputusan pemilihan penggunaan QRIS BSI adalah salah satu cara untuk menjauhi riba, karena mereka meyakini ajaran agama islam. Dengan begitu, religiusitas menjadi salah satu hal yang mendukung para pelaku UMKM untuk menggunakan QRIS BSI bukan QRIS lainnya.

Pengaruh Persepsi Manfaat, Pemahaman, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Memilih

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan uji hipotesis, didapatkan hasil nilai F sebesar 28,608 (> F tabel) dengan nilai signifikansi 0,000 (< 0,005). Hal tersebut menunjukkan bahwa persepsi manfaat, pemahaman, dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan UMKM memilih QRIS BSI sebagai media pembayaran pada tempat usahanya.

Persepsi manfaat, pemahaman, dan religiusitas menjadi beberapa faktor penting dalam mendorong pelaku UMKM untuk menggunakan QRIS BSI. Dengan manfaat yang diberikan menjadikan pelaku UMKM merasa transaksi yang dilakukan sangat efektif dan efisien. Dari pemahaman yang dimiliki pelaku UMKM, penggunaan QRIS BSI terasa lebih mudah dan praktis sehingga manfaat yang didapatkan akan lebih maksimal, dan juga dengan tingkat religiusitas seseorang membuat orang tersebut tertarik dan nyaman untuk menggunakan QRIS yang diterbitkan oleh BSI karena kesesuaiannya dengan syariat agama islam.

Merujuk pada hasil pengujian analisis regresi linear berganda diatas, didapatkan hasil bahwa nilai koefisien terbesar adalah variabel pemahaman sebesar 0,354. Hal tersebut mengartikan bahwa dari ketiga variabel independen yang diujikan, variabel pemahaman memiliki pengaruh yang paling besar yang dapat mempengaruhi keputusan pelaku UMKM memilih QRIS BSI sebagai media pembayaran pada tempat usahanya. Pemahaman memiliki peranan penting dalam keputusan tersebut, karena dengan pemahaman yang dimiliki oleh Pelaku UMKM manfaat yang diberikan atas penggunaan QRIS BSI tersebut dapat dirasakan dengan maksimal, dan juga dengan pemahaman yang baik juga semakin mempermudah pelaku UMKM menggunakan QRIS BSI.

Namun, berdasarkan pengujian determinasi koefisien menggunakan R^2 , diperoleh hasil dengan 0,680 yang berarti bahwa sebesar 68% keputusan UMKM memilih QRIS BSI sebagai media pembayaran pada tempat usahanya dipengaruhi oleh persepsi manfaat, pemahaman, dan religiusitas. Sedangkan 32% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari penelitian dan model regresi ini. Berkaca dari penelitian terdahulu, faktor kemudahan juga mempengaruhi keputusan

UMKM memilih QRIS BSI sebagai media pembayaran pada tempat usahanya, karena dengan kemudahan yang diberikan oleh penggunaan QRIS membuat pelaku UMKM tertarik untuk menggunakannya. Dengan penggunaan QRIS BSI tersebut, artinya memudahkan pelaku UMKM dalam proses transaksi pada tempat usahanya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dan pembahasan yang didasari oleh hasil analisis data mengenai pengaruh persepsi manfaat, pemahaman, dan religiusitas terhadap keputusan UMKM memilih QRIS BSI sebagai media pembayaran pada tempat usahanya. Adapun kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut.

- Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan UMKM memilih QRIS BSI sebagai media pembayaran pada tempat usahanya. Dari hasil tersebut artinya hipotesis H1 “diterima”.
- Pemahaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan UMKM memilih QRIS BSI sebagai media pembayaran pada tempat usahanya. Dari hasil tersebut artinya hipotesis H2 “diterima”.
- Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan UMKM memilih QRIS BSI sebagai media pembayaran pada tempat usahanya. Dari hasil tersebut artinya hipotesis H3 “diterima”.
- Persepsi manfaat, pemahaman, dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan UMKM memilih QRIS BSI sebagai media pembayaran pada tempat usahanya. Dari hasil tersebut artinya hipotesis H1 “diterima”.
- Faktor yang dinilai sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan UMKM memilih QRIS BSI sebagai media pembayaran pada tempat usahanya berdasarkan hasil penelitian ini adalah faktor pemahaman yang memiliki nilai koefisien sebesar 0,354. Hal tersebut mengartikan bahwa semakin tinggi pemahaman pelaku UMKM atas akan semakin meningkat juga pemilihan penggunaan QRIS BSI oleh UMKM. Karena dengan pemahaman yang dimiliki oleh pelaku UMKM manfaat yang diberikan atas penggunaan QRIS BSI tersebut dapat dirasakan dengan maksimal, dan juga dengan pemahaman yang baik juga semakin mempermudah pelaku UMKM menggunakan QRIS BSI.
- Berdasarkan hasil determinasi koefisien (R^2), sebanyak 68% keputusan UMKM memilih QRIS BSI sebagai media pembayaran pada tempat usahanya dipengaruhi oleh faktor persepsi manfaat, pemahaman, dan religiusitas. Artinya masih terdapat faktor lain yang mempengaruhi keputusan pelaku UMKM memilih QRIS BSI pada tempat usahanya diluar dari penelitian ini sebanyak 32%. Dari hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa persepsi manfaat, pemahaman, dan religiusitas menjadi salah satu dari beberapa faktor lain yang mempengaruhi keputusan UMKM memilih QRIS BSI.

SARAN

Penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan UMKM memilih QRIS BSI sebagai media pembayaran pada tempat usahanya masih dapat dikembangkan lebih lanjut oleh peneliti selanjutnya di masa yang akan datang, karena dalam penelitian ini memiliki keterbatasan, berikut saran yang dapat diberikan oleh peneliti kepada beberapa pihak didasari oleh hasil penelitian yang sudah dilakukan.

Bagi Bank Syariah Indonesia

Bank Syariah Indonesia harus lebih memasarkan produk QRIS nya secara menyeluruh dan menarik, karena kenyataannya hanya sedikit pelaku UMKM yang sudah menggunakan QRIS BSI pada tempat usahanya. Dan juga sebaiknya pendaftaran untuk menjadi merchant QRIS BSI dapat dilakukan secara online, sehingga pelaku UMKM dapat dengan mudah mendaftarkan usahanya sebagai merchant QRIS BSI tanpa perlu datang ke Bank. Pada dasarnya QRIS BSI ini sangat membantu pelaku UMKM serta pihak lainnya dalam mengefektifkan dan mengefisienkan transaksi yang dilakukan sehingga sangat disayangkan ketika teknologi canggih ini tidak dimanfaatkan dengan baik karena informasi yang kurang menyeluruh dan pendaftaran yang sulit dijangkau. Dengan pemasaran yang menarik dan menyeluruh oleh pihak Bank Syariah Indonesia, pastinya akan meningkatkan penggunaan QRIS BSI oleh UMKM dan pihak lainnya. Karena masih banyak UMKM yang belum paham perihal penggunaan QRIS BSI bahkan belum mengetahui tentang QRIS BSI ini. Dan dengan penggunaan QRIS BSI ini akan memberikan keuntungan kepada kedua belah pihak baik bagi Bank Syariah Indonesia maupun kepada merchant pengguna QRIS BSI.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk menambah variabel-variabel lain yang dapat memberikan pengaruh terhadap keputusan UMKM memilih QRIS BSI sebagai media pembayaran pada tempat usahanya. Hal tersebut dimaksudkan agar memberikan hasil dan gambaran yang lebih luas lagi dan memberikan faktor-faktor baru diluar dari penelitian ini. Dan kepada peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menjangkau sampel

yang lebih banyak agar mendukung keakuratan hasil penelitian yang sudah dilakukan, karena keterbatasan dalam pencarian sampel dengan minimnya UMKM pengguna QRIS BSI se-DKI Jakarta menjadi penghambat utama dalam mendapatkan data untuk diolah.

REFERENSI

- Herlambang, Ridho. 2021. Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard (QRIS) Terhadap Pengembangan UMKM Kota Medan.
- Wahyuni, Luh Putu dan I Wayan Arta Setiawan. 2021. Bagaimana QRIS menarik minat UMKM? sebuah model untuk memahani intensi UMKM menggunakan QRIS.
- Riandi, Asep. 2020. Penerimaan dan Preferensi *Merchant* Penyedia Pembayaran QR Code Menggunakan QRIS Code Bank Syariah dengan *Technology Acceptance Model* (TAM).
- Alifyandra, Muhammad Raihan. 2021. Analisis Penggunaan Teknologi QRIS Pada Sektor Unit Usaha Mikro dan Usaha Kecil Bidang Kuliner dengan menggunakan pendekatan model UTAUT2 (Studi Kasus Wilayah Kecamatan Cilandak).
- Suebtimrat, Panupong dan Rawin Vonguai. 2020. An Investigation of Behavioral Intention Towards QR Code Payment in Bangkok, Thailand.
- Wahyuni, Luh Putu dan I Wayan Arta Setiawan. 2020. QRIS Di Mata UMKM : Eksplorasi Persepsi dan Intensi UMKM Menggunakan QRIS.
- Ningsih, Hutami A, Endang M. Sasmita, dan Bida Sari. 2021. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa.
- Alfianti. 2020. Implementasi Financial Technology Dalam Sistem Pembayaran Berbasis QR Code Di Bank Syariah Mandiri Cabang Palangka Raya
- Putri, Nindy Anindya. 2020. Pelaksanaan Penggunaan *Quick Response Code* (Kode QR) untuk Sistem Pembayaran Berdasarkan Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 21/ 18 /PADG/2019 Tentang Implementasi Standar Nasional *Quick Response Code* untuk Pembayaran di Kota Semarang.
- Pangestu, Mira Gustina dan Johni Paul Karolus Pasaribu. 2022. Behavior Intention Penggunaan Digital Payment QRIS Berdasarkan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) (Studi pada UMKM Sektor Industri Makanan & Minuman di Kota Jambi).
- Siahloho, Josef Evan, Atifah Ramadani, dan Suci Rahmayanti. 2020. Implementasi Sistem Pembayaran *Quick Response* Indonesia Standard Bagi Perkembangan UMKM di Medan.
- Setiyono, Taufiq Andre. 2020. Indonesian's Acceptance of Non-Cash Transaction Using Qris
- Yuliati, Tri dan Tri Handayani. 2021. Pendampingan Penggunaan Aplikasi Digital QRIS Sebagai Alat Pembayaran Pada UMKM.
- Ariyanto, Resa. 2016. Pengaruh dan Groupthink Terhadap Keputusan Pemilihan Pekerjaan.
- Hidayah, Khairatun Nisa' Nurul. 2019. Pengaruh Religiusitas dan Brand Awareness Aqua Terhadap Keputusan Pembelian Aqua Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Ponogoro.
- Fitria, Sarah dan Yessy Artanti. 2020. Pengaruh Religiusitas dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian.

- Lisniawati, Irna. 2021. Determinan Minat Mahasiswa Menggunakan Pembayaran Digital QRIS.
- Wulandari, Sri. 2021. Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Indomie Di Sidoarjo)
- Palupi, Ansastasia Anggi. 2021. Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Bertransaksi Menggunakan QRIS Pada UMKM di Kecamatan Beji dan Sukmajaya Depok
- Accounting Binus. 2021. Memahami Koefisien Determinasi Dalam Regresi Linear. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/>
- Junaidi Chaniago Wordpress. Titik Persentasi Distribusi t. <http://ledhyane.lecture.ub.ac.id/files/2013/07/>
- Junaidi Chaniago Wordpress. Titik Persentasi Distribusi F. <http://ledhyane.lecture.ub.ac.id/files/2013/04/>
- Industri Co Id. 2021. Survei : Gen X Memiliki Literasi Digital Yang Buruk Ketimbang Kaum Milenial. <https://www.industry.co.id/>
- Katadata. 2022. Pengertian Teknologi, Jenis, Contoh, dan Manfaatnya. <https://katadata.co.id/>
- Okedukasi. 2022. Dampak Positif dan Dampak Negatif dari Sistem Teknologi. <https://edukasi.okezone.com/>
- Data Jawa Barat. Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah Berdasarkan Kabupaten Kota Di Jawa Barat. <https://opendata.jabarprov.go.id>
- Ahmad Sudiro. 2012. Modul 6 Metodologi Penelitian Bisnis. <http://achmadsudirofebub.lecture.ub.ac.id/>
- Repository Raden Fatah. Kuesioner Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cilupbah Shop Palembang. <http://repository.radenfatah.ac.id/>
- Databoks. 2022. 10 Provinsi dengan Jumlah Industri Mikro dan Kecil Terbanyak (2020). <https://databoks.katadata.co.id/>
- RiauPos.Co. 2021. BSI Dukum Sistem Pembayaran Lewat QRIS. <https://riaupos.jawapos.com/>
- Kominfo. 2020. Survei Literasi Digital Indonesia 2020. <https://aptika.kominfo.go.id/>
- Finansial. 2022. Begini Upaya BSI (BRIS) Dukung Pertumbuhan UMKM. <https://finansial.bisnis.com/>
- Bank Syariah Indonesia. BSI QRIS. <https://www.bankbsi.co.id>

Pengaruh Literasi dan Pendapatan Masyarakat Terhadap Pertumbuhan Asuransi Syariah di Kota Bogor

Irvan Insantyo ¹⁾, Bambang Waluyo ²⁾

¹⁾ Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Jakarta, irvan.insantyo.ak18@mhs.w.pnj.ac.id, Depok, 16425, Kota Depok, Indonesia.

²⁾ Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Jakarta, bambang.waluyo@akuntansi.pnj.ac.id, Depok, 16425, Kota Depok, Indonesia.

ABSTRACT

This research is motivated by a problem that is inversely proportional to the growth of total sharia insurance assets in Bogor City to better public literacy regarding sharia finance and is supported by income levels that allow for using sharia insurance. The purpose of this research was to analyze the effect of literacy level and income level on the growth of sharia insurance in Bogor City. This type of research is statistical quantitative research with multiple linear regression analysis methods. Based on the calculation of multiple linear regression analysis taken from the regression coefficient, the coefficient of the literacy level variable is 0.214 and the income level variable is 0.082. Based on the results of the research analysis, it can be concluded that the literacy level variable has an influence and significant on the growth of sharia insurance in Bogor City, while the income level variable has an influence but no significant on the growth of sharia insurance in Bogor City. Simultaneous results show that both variables simultaneously affect the growth of sharia insurance in Bogor City. It can be interpreted that the higher the level of public literacy on sharia insurance and with any income level, it can increase the growth of sharia insurance in Bogor City.

Keywords : Literacy, Sharia, Insurance, Community, Income

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh sebuah permasalahan bahwa berbanding terbaliknya pertumbuhan total aset asuransi syariah di Kota Bogor terhadap literasi masyarakat yang semakin baik mengenai keuangan syariah dan didukung oleh tingkat pendapatan yang memungkinkan untuk berasuransi syariah. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh literasi masyarakat dan pendapatan masyarakat terhadap pertumbuhan asuransi syariah di Kota Bogor. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif statistik dengan metode analisis regresi linier berganda. Berdasarkan perhitungan analisis regresi linier berganda yang diambil dari koefisien regresi, diperoleh koefisien variabel literasi sebesar 0,214 dan variabel pendapatan masyarakat adalah sebesar 0,082. Berdasarkan hasil analisis penelitian, dapat disimpulkan bahwa variabel literasi memiliki pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan asuransi syariah di Kota Bogor, sedangkan variabel pendapatan masyarakat memiliki pengaruh namun tidak signifikan terhadap pertumbuhan asuransi syariah di Kota Bogor. Hasil secara simultan menunjukkan bahwa kedua variabel secara simultan berpengaruh terhadap pertumbuhan asuransi syariah di Kota Bogor. Dapat diartikan bahwa semakin tinggi literasi masyarakat terhadap asuransi syariah dan dengan pendapatan berapapun, dapat meningkatkan pertumbuhan asuransi syariah di Kota Bogor.

Kata Kunci : Literasi, Syariah, Asuransi, Masyarakat, Pendapatan

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Secara ekonomi, manusia diharuskan untuk melakukan persiapan dengan matang terhadap masa depannya agar dapat meminimalisir keadaan yang tidak diharapkan, praktik dari asuransi dapat memudahkan seseorang untuk menghadapi kehidupan dimasa mendatang. Hadirnya asuransi menjadi salah satu poin yang penting dalam melancarkan perkembangan di bidang ekonomi. Asuransi sangatlah dibutuhkan di tengah keberadaan masyarakat, dilihat dari potensi perkembangan asuransi di Indonesia. Terdapat dua jenis bidang asuransi di Indonesia, yaitu asuransi kerugian (*non life insurance*) dan asuransi jiwa (*life insurance*).

Perkembangan lembaga keuangan yang semakin menunjukkan tren positif, salah satunya yaitu lembaga asuransi yang berbasis syariah berlandaskan prinsip dan ketentuan-ketentuan syariat Islam. Nazarov dan Dhiraj (2019) menunjukkan bahwa skema asuransi syariah adalah skema yang layak dan kuat sebagai alternatif berkelanjutan dari asuransi konvensional. Kedua lembaga tersebut memiliki perbedaan yang cukup jelas, pada asuransi syariah setiap peserta dianjurkan untuk saling tolong-menolong dan saling melindungi terhadap sesama umat muslim dengan menyisihkan dananya untuk iuran kebajikan peserta yang dikenal dengan istilah dana *tabarru'*. Akad yang digunakan dalam asuransi syariah harus sesuai dengan prinsip Islam yang melarang unsur *riba*, *gharar*, dan *maysir* dalam penerapannya.

Penelitian yang dilakukan oleh Irfan, Ashal, dan Aulia (2020), menjelaskan bahwa kontribusi atau premi berpengaruh terhadap minat generasi milenial menggunakan produk asuransi jiwa syariah. Asuransi syariah memiliki kontribusi atau premi, dan premi atau kontribusi tersebut menggunakan dua akad, yaitu akad *tijarah* (investasi) dan kontrak *tabarru'*. Dana *tabarru'* akan menanggung klaim asuransi jika salah satu peserta mengalami kecelakaan atau mengambil alih kerusakan yang diakibatkannya, oleh karena itu, dana *tabarru'* memberikan perlindungan timbal balik antar peserta asuransi syariah (*risk sharing*).

Perkembangan asuransi syariah di Indonesia terus mengalami pertumbuhan positif dalam jumlah lembaga asuransi syariah yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan, akan tetapi dalam tiga tahun terakhir menunjukkan tren penurunan dari sisi asetnya. Berikut data jumlah aset asuransi syariah di Indonesia selama tiga tahun terakhir.

Tabel 1. Nilai Aset Asuransi Syariah Periode 2019-2021

Keterangan	2019		2020		2021	
	Jumlah Industri Syariah (Unit)	Aset (Miliar Rp)	Jumlah Industri Syariah (Unit)	Aset (Miliar Rp)	Jumlah Industri Syariah (Unit)	Aset (Miliar Rp)
1. Asuransi Syariah	13	45.453	13	44.440	14	43.592
a. Asuransi Jiwa Syariah	7	37.487	7	36.317	7	35.096
b. Asuransi Umum Syariah	5	5.903	5	6.014	6	6.513
c. Reasuransi Syariah	1	2.063	1	2.109	1	1.983

Sumber : Data Statistik IKNB Syariah 2019-2021

Berdasarkan data diatas, menunjukkan bahwa hingga Desember 2021, asuransi syariah memiliki total aset sebesar Rp 43,59 triliun dengan rincian Rp 6,51 triliun pada asuransi umum syariah, Rp 35,09 triliun pada asuransi jiwa syariah, dan Rp 1,98 triliun pada

reasuransi syariah. Perlambatan pertumbuhan sendiri telah dimulai pada tahun 2020 dengan penurunan total aset dari tahun sebelumnya. Angka ini lebih rendah daripada pertumbuhan di tahun 2019 yang tercatat sebesar 45.453 Miliar Rupiah. Menurut Mainata dan Pratiwi (2019), pertumbuhan asuransi syariah dengan total aset berpengaruh terhadap indikator pertumbuhan ekonomi Indonesia. Asuransi syariah dapat meningkatkan peluang berinvestasi yang sehat dan mendukung perekonomian masyarakat.

Peneliti memilih lokasi penelitian di Kota Bogor karena populasi masyarakat memiliki tingkat kesejahteraan yang cukup walaupun tingkat pendapatan yang cenderung menurun dari tahun 2019 hingga 2021. Hal ini dapat menjadi instrumen untuk menganalisis bagaimana pengaruh kondisi pendapatan masyarakat terhadap pertumbuhan asuransi syariah di Kota Bogor. Berikut data tingkat ekonomi masyarakat di Kota Bogor.

Tabel 2. Pendapatan per Kapita Masyarakat Kota Bogor Tahun 2019-2021

Keterangan	Tahun		
	2019	2020	2021
Pendapatan per Kapita (Juta Rupiah)	6,90	4,22	2,65
Tempat tinggal milik sendiri (%)	65,92	66,16	68,9
Pengeluaran makanan/ Bulan (Rupiah)	776.875	723.928	821.639

Sumber : Data diolah Badan Pusat Statistik Kota Bogor 2021

Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Kota Bogor, jumlah penduduk Kota Bogor pada tahun 2021 berjumlah 1.052.359 Jiwa, rata-rata pendapatan perkapita pada tahun 2021 sebesar Rp. 2.650.000, hal ini merupakan sebuah penurunan dari tahun sebelumnya yaitu tahun 2020 yang menyentuh angka Rp.4.220.000. Dilihat dari data tersebut, terjadi penurunan tingkat pendapatan perkapita masyarakat Kota Bogor dari tahun 2019 hingga 2021.

Berdasarkan tabel data tingkat ekonomi masyarakat, pendapatan perkapita masyarakat Kota Bogor pada tahun 2021 mengalami penurunan dari tahun sebelumnya, sehingga dapat dilihat bahwa tingkat pendapatan masyarakat masih cukup rendah. Hal ini terjadi karena masyarakat Kota Bogor membelanjakan uangnya untuk keperluan makanan dan bukan makanan.

Tabel 3. Pengeluaran Masyarakat Kota Bogor Tahun 2021

Keterangan	Persentase
Pengeluaran untuk makanan	58,09 %
Pengeluaran bukan makanan	41,91 %

Sumber : Data diolah Badan Pusat Statistik Kota Bogor 2021

Berdasarkan data diatas yang bersumber dari Badan Pusat Statistik Kota Bogor, dapat dilihat bahwa pengeluaran masyarakat Kota Bogor dengan tingkat persentase 58,09%

dialokasikan untuk kebutuhan makanan yang berupa padi, umbi, ikan, daging, susu, telur, sayuran dan kebutuhan konsumsi lainnya. Pengeluaran sebesar 41,91% dialokasikan untuk kebutuhan bukan makanan seperti, rumah tinggal, barang dan jasa, pakaian, dan pajak.

Pada tingkat literasi masyarakat, berdasarkan penelitian yang dilakukan Puspita, Lubis dan Muthohharoh (2019) menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan syariah mahasiswa Muslim di Bogor adalah sebesar 50,2%. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rizky (2020), menjelaskan bahwa tingkat literasi masyarakat di Kota Bogor khususnya untuk sektor keuangan syariah mencapai nilai rata-rata 76,16%. Pada penelitian tersebut menggunakan sampel sebanyak 30 orang masyarakat di Kota Bogor dengan kriteria berusia 17 tahun keatas dan sudah memiliki penghasilan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rahman (2021), menjelaskan bahwa tingkat literasi masyarakat di Kota Bogor khususnya untuk sektor keuangan syariah mencapai nilai rata-rata 81,17%.

Tabel 4. Tingkat Literasi Keuangan Syariah di Kota Bogor

Keterangan	Tahun		
	2019	2020	2021
Tingkat Literasi	50,2 %	76,17 %	81,17 %

Sumber : Puspita, Lubis dan Muthohharoh (2019), Rizky (2020), dan Rahman (2021)

Berdasarkan data tersebut, menunjukkan bahwa adanya peningkatan persentase tingkat literasi masyarakat Kota Bogor terhadap sektor keuangan syariah dalam tiga tahun terakhir. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Kota Bogor secara perlahan sudah mulai mengenal sektor keuangan syariah. Tingkat literasi yang mengalami peningkatan diduga menjadi poin penting dalam mendukung pertumbuhan asuransi syariah di Kota Bogor, namun kurangnya dukungan dari pendapatan masyarakat yang semakin menurun pada tahun 2021.

Berdasarkan data yang di lansir Dinas Perizinan Kota Bogor, terdapat 5 perusahaan asuransi syariah yang ada di Kota Bogor, namun peneliti memilih 3 dari 5 perusahaan asuransi syariah di Kota Bogor untuk memperoleh data total aset asuransi syariah. Berikut data total aset asuransi syariah di Kota Bogor.

Tabel 5. Total Aset Asuransi Syariah di Kota Bogor

Keterangan	Tahun		
	2019	2020	2021
Total Aset (Juta Rupiah)	10.883,82	10.867,95	10.510,42

Sumber : Laporan Keuangan Tahunan PT. Takaful Keluarga, PT. Asuransi Syariah Keluarga Indonesia, dan PT. Prudential Life Assurance

Pada sisi total aset, asuransi syariah di Kota Bogor terdapat penurunan jumlah aset dalam tiga tahun terakhir. Data yang peneliti dapatkan bersumber dari laporan keuangan tahunan beberapa lembaga asuransi syariah yang ada di Kota Bogor, diantaranya PT. Takaful Keluarga, PT. Asuransi Syariah Keluarga Indonesia, dan PT. Prudential Life Assurance.

Permasalahan

Berdasarkan latar belakang penelitian, muncul sebuah permasalahan bahwa pertumbuhan total aset asuransi syariah di Kota Bogor tidak berbanding lurus dengan literasi masyarakat yang semakin baik mengenai keuangan syariah dan didukung oleh pendapatan masyarakat yang memungkinkan untuk menggunakan asuransi syariah di Kota Bogor. Adapun pertanyaan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah literasi masyarakat berpengaruh terhadap pertumbuhan asuransi syariah di Kota Bogor?
2. Apakah pendapatan masyarakat berpengaruh terhadap pertumbuhan asuransi syariah di Kota Bogor?
3. Apakah literasi asuransi syariah dan pendapatan masyarakat berpengaruh terhadap pertumbuhan asuransi syariah di Kota Bogor?

Tujuan

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis literasi masyarakat berpengaruh terhadap pertumbuhan asuransi syariah di Kota Bogor.
2. Menganalisis pendapatan masyarakat berpengaruh terhadap pertumbuhan asuransi syariah di Kota Bogor.
3. Menganalisis literasi asuransi syariah dan pendapatan masyarakat berpengaruh terhadap pertumbuhan asuransi syariah di Kota Bogor.

TINJAUAN PUSTAKA

Asuransi Syariah

Asuransi dalam bahasa arab dikenal dengan istilah *at-ta'min*, penanggung disebut *mu'ammin*, tertanggung disebut *mu'aman lahu* atau *musta'min*. *At-ta'min* diambil dari kata *amana* yang artinya memberi perlindungan, ketenangan, rasa aman, dan bebas dari rasa takut. Berdasarkan DSN-MUI asuransi syariah adalah usaha saling melindungi dan tolong menolong diantara sejumlah orang atau pihak melalui investasi dalam bentuk aset atau *tabbaru'* yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah.

Akad Tabarru'

Akad *tabarru'* adalah kontrak yang dibuat dalam bentuk hibah untuk tujuan amal dan bantuan antara peserta, dan bukan untuk tujuan komersial. Dalam akad *tabarru'* (hibah), peserta memberikan dana hibah yang akan digunakan untuk membantu peserta atau peserta lain yang terkena bencana. Akad *tabarru'* disimpan dalam rekening khusus, apabila ada yang tertimpa musibah dan klaim yang diberikan adalah rekening *tabarru'* yang sudah diniatkan oleh tafakul untuk saling menolong. Akad *tabarru'* merupakan bentuk transaksi atau perjanjian kontrak yang bersifat nirlaba (tidak menguntungkan) sehingga tidak boleh digunakan untuk tujuan komersial atau bisnis tapi semata-mata untuk tujuan tolong-

menolong dalam angka kebaikan. Pihak yang meniatkan *tabarru'* tidak boleh mensyaratkan imbalan apapun kepada peserta.

Literasi

Literasi berasal dari istilah latin '*literature*' dan bahasa inggris '*letter*'. Literasi merupakan kualitas atau kemampuan dalam mengolah dan memahami informasi saat melakukan proses membaca dan menulis. Menurut Sulzby (1986), literasi ialah kemampuan berbahasa yang dimiliki oleh seseorang dalam berkomunikasi “membaca, berbicara, menyimak dan menulis” dengan cara yang berbeda sesuai dengan tujuannya. Jika didefinisikan secara singkat, definisi literasi yaitu kemampuan menulis dan membaca.

Pendapatan

Pendapatan adalah hasil dari kegiatan dan aktivitas seseorang yang merupakan sumber daya material yang sangat penting bagi konsumen karena dengan pendapatan itulah seorang konsumen bisa membiayai konsumsinya. Pendapatan juga mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, karena tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh literasi dan pendapatan masyarakat terhadap pertumbuhan asuransi syariah di Kota Bogor. Oleh sebab itu, penelitian ini memprediksi pengaruh variabel yang membuktikan ada atau tidaknya hubungan antara variabel bebas X yakni literasi masyarakat dan pendapatan masyarakat terhadap variabel Y yakni pertumbuhan asuransi syariah di Kota Bogor.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang bersumber dari kuesioner. Adapun skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Pada skala *likert* digunakan untuk melengkapi kuesioner yang mengharuskan responden menunjukkan tingkat persetujuan terhadap serangkaian pertanyaan, akan diperoleh jawaban berupa skala atau nilai 1 sampai 4. Target dari kuesioner ini adalah responden yang berdomisili di Kota Bogor, berusia antara 21-55 tahun, dan memiliki pendapatan tetap.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, merupakan regresi yang memiliki satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. Metode analisis data dalam penelitian ini meliputi uji asumsi klasik, regresi linier berganda, dan pengujian hipotesis yang diolah melalui SPSS Versi 22.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik digunakan untuk mendapatkan model regresi yang baik, terbatas dari penyimpangan data. Alat pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya variabel independen yang memiliki korelasi antar variabel independen lain dalam satu model. Hasil uji multikolinearitas melalui SPSS versi 22 dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	8,445	1,696		4,979	,000		
Literasi	,214	,073	,385	2,932	,004	,476	2,101
Pendapatan Masyarakat	,082	,122	,088	,673	,503	,476	2,101

a. Dependent Variable: Pertumbuhan Asuransi Syariah

Sumber : Output SPSS 22 (diolah)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diatas, dapat dilihat bahwa nilai tolerance dari kedua variabel adalah 0,476 dan nilai VIF dari kedua variabel adalah 2,101. Karena nilai tolerance kedua variabel tersebut $>0,10$ dan nilai VIF kedua variabel tersebut <10 . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel literasi dan pendapatan masyarakat terhadap pertumbuhan asuransi syariah tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan ragam dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Hasil uji heteroskedastisitas melalui SPSS versi 22 dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,516	,975		-,529	,598
Literasi	,028	,042	,094	,664	,508
Pendapatan Masyarakat	,100	,070	,202	1,428	,157

Sumber : Output SPSS 22 (diolah)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas diatas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel literasi (X1) adalah 0,508. Sementara, nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel pendapatan masyarakat (X2) adalah 0,157. Karena nilai signifikansi kedua variabel di atas lebih besar dari 0,05 maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji glejser, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji model regresi pada variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018). Hasil uji normalitas melalui SPSS versi 22 dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 8. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,55512981
Most Extreme Differences	Absolute	,056
	Positive	,054
	Negative	-,056
Test Statistic		,056
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber : Output SPSS 22 (diolah)

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan menggunakan pendekatan *Kolmogorov Smirnov*, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,200. Artinya, nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 atau dengan kata lain $0,200 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi masyarakat dan pendapatan masyarakat terhadap pertumbuhan asuransi syariah di Kota Bogor Di bawah ini adalah tabel hasil pengujian data dengan menggunakan bantuan software SPSS Versi 22.

Tabel 9. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	8,445	1,696
	Literasi	,214	,073
	Pendapatan Masyarakat	,082	,122

Sumber : Output SPSS 22 (diolah)

Berdasarkan pada tabel diatas, hasil perhitungan koefisien dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 8,445 + 0,214 X1 + 0,082 X2$$

Hasil dari persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Dalam persamaan tersebut, menunjukkan nilai konstanta 8,445, artinya pertumbuhan asuransi syariah di Kota Bogor tanpa adanya pengaruh dari variabel literasi dan variabel pendapatan masyarakat sebesar 8,445 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap ada.
2. Dalam persamaan tersebut, koefisien regresi variabel literasi sebesar 0,214 menyatakan bahwa variabel ini memiliki hubungan positif terhadap pertumbuhan asuransi syariah di Kota Bogor. Jika variabel literasi meningkat sebesar satu satuan, maka pertumbuhan asuransi syariah di Kota Bogor akan meningkat 0,214 satuan dengan asumsi variabel lain tetap ada.
3. Dalam persamaan tersebut, koefisien regresi variabel pendapatan masyarakat sebesar 0,082 menyatakan bahwa variabel ini memiliki hubungan positif terhadap pertumbuhan asuransi syariah di Kota Bogor. Jika variabel pendapatan masyarakat meningkat sebesar satu satuan, maka pertumbuhan asuransi syariah di Kota Bogor akan meningkat 0,082 satuan dengan asumsi variabel lain tetap ada.

Uji Hipotesis

Hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui variabel-variabel independen (X) secara individual berpengaruh terhadap variabel independen (Y). Hasil uji t melalui SPSS versi 22 dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 10. Hasil Uji t

Variabel	Sig. t	Alpha	Kesimpulan
Literasi (X_1)	0,000	0,05	Ho ditolak Ha diterima
Pendapatan Masyarakat (X_2)	0,503	0,05	Ho diterima Ha ditolak

Sumber : Output SPSS 22 (diolah)

Berdasarkan hasil uji t diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai untuk variabel literasi (X_1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan asuransi syariah (Y). Hal ini terjadi karena nilai signifikansi (Sig.) t sebesar $0,000 < 0,005$ (nilai alpha) sehingga dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima yang menunjukkan bahwa variabel literasi (X_1) berpengaruh positif terhadap pertumbuhan asuransi syariah di Kota Bogor.
2. Nilai untuk variabel pendapatan masyarakat (X_2) memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan asuransi syariah (Y) namun tidak signifikan (Sig.) karena t sebesar $0,503 > 0,005$ (nilai alpha) sehingga dapat disimpulkan bahwa Ho diterima dan Ha ditolak yang menunjukkan bahwa variabel pendapatan masyarakat (X_2) berpengaruh terhadap pertumbuhan asuransi syariah di Kota Bogor, tapi tidak signifikan.

Uji F (Simultan)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen (Y). Hasil uji F melalui SPSS versi 22 dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 11. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	491,649	2	245,824	53,851	,000 ^b
	Residual	442,791	97	4,565		
	Total	934,440	99			

Sumber : Output SPSS 22 (diolah)

Berdasarkan hasil uji F pada tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa nilai untuk variabel literasi (X1) dan pendapatan masyarakat (X2) berpengaruh secara bersama-sama dengan nilai signifikansi (Sig.) $F_{0,000} < 0,005$ (alpha) sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, terdapat pengaruh signifikan antara variabel literasi (X1) dan pendapatan masyarakat (X2) secara bersama-sama terhadap pertumbuhan asuransi syariah di Kota Bogor

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Analisis Koefisiensi Determinasi (KD) digunakan untuk melihat seberapa besar variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) yang dinyatakan dalam persentase. Hasil uji koefisien determinasi melalui SPSS versi 22 dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,725 ^a	,526	,516	2,137

Sumber : Output SPSS 22 (diolah)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R²) pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat berdasarkan nilai R Square yaitu sebesar 0,526, hal ini dapat disimpulkan bahwa 52,6% pertumbuhan asuransi syariah di Kota Bogor dipengaruhi oleh variabel literasi dan pendapatan masyarakat, sedangkan sisanya sebesar 47,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa literasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan asuransi syariah di Kota Bogor. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi masyarakat terhadap asuransi syariah maka akan semakin tinggi pula pertumbuhan asuransi syariah di Kota Bogor.

Variabel pendapatan masyarakat memiliki pengaruh positif terhadap pertumbuhan asuransi syariah di Kota Bogor namun tidak signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa pendapatan masyarakat dianggap tidak menjadi factor penentu bagi masyarakat Kota Bogor untuk berasuransi syariah.

Secara simultan, variabel literasi dan pendapatan masyarakat berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan asuransi syariah. Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi literasi masyarakat terhadap asuransi syariah dan dengan pendapatan berapapun, dapat meningkatkan pertumbuhan asuransi syariah di Kota Bogor.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel literasi terhadap pertumbuhan asuransi syariah di Kota Bogor, artinya variabel literasi menjadi salah satu faktor utama untuk meningkatkan pertumbuhan asuransi syariah di Kota Bogor. Hasil dari kuesioner menyatakan bahwa 89 responden dari total 100 responden yang menjawab dengan skor yang cukup baik pada pertanyaan tentang literasi atau dengan persentase 89%. Literasi masyarakat Kota Bogor yang semakin baik mengenai asuransi syariah yaitu sebesar 89%, artinya akan semakin baik pula pertumbuhan asuransi syariah di Kota Bogor.
2. Hasil penelitian yaitu terdapat pengaruh positif namun tidak signifikan variabel pendapatan masyarakat terhadap pertumbuhan asuransi syariah di Kota Bogor, artinya variabel pendapatan masyarakat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi pertumbuhan asuransi syariah di Kota Bogor, namun belum menjadi faktor utama.
3. Hasil penelitian yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara variabel literasi dan variabel pendapatan masyarakat terhadap pertumbuhan asuransi syariah di Kota Bogor. Artinya semakin baik literasi masyarakat terhadap asuransi syariah dan didukung dengan pendapatan berapapun, dapat meningkatkan pertumbuhan asuransi syariah di Kota Bogor.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kota Bogor. Kota Bogor dalam Angka 2020-2022. Bogor: BPS Kota Bogor.
- Badan Pusat Statistik Kota Bogor. Produk Domestik Regional Bruto Kota Bogor Menurut Lapangan Usaha 2017-2021. Bogor: BPS Kota Bogor.
- Badan Pusat Statistik Kota Bogor. Statistik Kesejahteraan Rakyat Kota Bogor 2020-2022. Bogor: BPS Kota Bogor.
- Fajar Rizki, A. (2020). Faktor-Faktor Yang Berasosiasi Dengan Tingkat Literasi Keuangan Masyarakat Kota Bogor Pada Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Bogor, Kota Beriman). Skripsi. Bogor: Sekolah Tinggi Ekonomi Islam SEBI.

- Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/ Badan Perencanaan Pembangunan Nasional. 2018. Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024. Jakarta. PT Zahir Syariah Indonesia.
- Mainata, D., & Pratiwi, A. (2019). Pengaruh Pertumbuhan Asuransi Syariah terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *International Journal Ihya' 'Ulum al-Din*, 21 (Vol. 01).
- Nasution, Mustafa Edwin,(2006). Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam. Jakarta: Kencana Prenada Group.
- Nasution, Z., & Sistiyarini, E. (2019). Determinan Pertumbuhan Aset Asuransi Syariah di Indonesia. In *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* (Vol. 04, Issue 01).
- Nazarov, I. I., & Dhiraj, N. S. (2019). Conceptual Understanding and Significance of Takaful (Islamic Insurance): History, Concept, Models and Products. *International Journal for Innovation Education and Research*, 7 (Vol. 04), 280–298.
- Puspita, A. T., Lubis, D., & Marhamah Muthohharoh. (2021). Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Literasi Keuangan Syariah pada Mahasiswa Muslim di Bogor. *AL-MUZARA'AH*, 9 (Vol. 01), 1–20.
- Rahmadion, M., Yetty, F., & Fathoni, M. A. (2021). PROSIDING BIEMA Business Management, Economic, and Accounting National Seminar. *Jurnal Manajemen Bisnis*, (Vol. 02).
- Rahman, F. (2021). Literasi Keuangan Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Investasi Melalui Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Manajemen*.
- Sula, M Syakir (2004). Asuransi Syariah (life and general): konsep dan sistem operasional. Jakarta: Gema Insani.
- Statistikian. (2020). Pengertian Uji Asumsi Klasik Regresi Linear dengan SPSS. Diakses pada 29 Juni 2022 dari <https://www.statistikian.com/2017/01/uji-asumsi-klasik-regresi-linear-spss.html>

Pengaruh Bantuan Modal Usaha, Pendampingan, Karakteristik Berwirausaha, dan Lama Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Mustahik (Studi Kasus Program Senyum Mandiri Rumah Zakat Depok)

Salsabila Aliftha Chairunnisa¹⁾, Abdillah²⁾

¹⁾Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Jakarta, salsabila.aliftachairunnisa.ak18@mhs.w.pnj.ac.id, Kota Depok, 16425, Jawa Barat, Indonesia

²⁾Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Jakarta, abdillah@pnj.ac.id, Kota Depok, 16425, Jawa Barat, Indonesia

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of business capital assistance, mentoring, entrepreneurial characteristics, and length of business on increasing mustahik's micro business income in Senyum Mandiri Program Rumah Zakat Depok. The method used in this study is a quantitative research method with data collection techniques using a questionnaire. The data analysis technique in this study is multiple linear regression analysis with the classical assumption test equation. The sample in this study were beneficiaries or mustahik who took part in Senyum Mandiri Program Rumah Zakat Depok with a total sample of 34 respondents. The results of the study partially show that business capital assistance and mustahik's length of business have a positive and significant effect on increasing mustahik's micro business income. While the assistance and mustahik's entrepreneurial characteristics have no positive and insignificant effect on increasing mustahik's micro business income. Business capital assistance, mentoring, entrepreneurial characteristics, and length of business simultaneously have a positive and significant effect of 64.2% on mustahik's micro business income, while the remaining 35.8% is influenced by other variables that not examined in this study.

Keywords: *Business Capital, Mentoring, Entrepreneurial Characteristics, Length of Business, Mustahik's Increasing Micro Business Income*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari bantuan modal usaha, pendampingan, karakteristik berwirausaha, dan lama usaha terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro mustahik pada Program Senyum Mandiri Rumah Zakat Depok. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data dengan kusioner. Teknik analisa data dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan persamaan uji asumsi klasik. Sampel dalam penelitian ini adalah penerima manfaat atau mustahik yang mengikuti Program Senyum Mandiri Rumah Zakat Depok dengan jumlah sampel sebanyak 34 responden. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa bantuan modal usaha dan lama usaha mustahik berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro mustahik. Sedangkan bantuan pendampingan dan karakteristik

¹ E-mail: salsabila.aliftachairunnisa.ak18@mhs.w.pnj.ac.id

berwirausaha mustahik tidak berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro mustahik. Bantuan modal usaha, pendampingan, karakteristik berwirausaha, dan lama usaha secara simultan berpengaruh positif dan signifikan sebesar 64,2% terhadap pendapatan usaha mikro mustahik, sedangkan sisanya sebesar 35,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata-Kata Kunci: Modal Usaha, Pendampingan, Karakteristik Berwirausaha, Lama Usaha, Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Mustahik

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kemiskinan selalu menjadi permasalahan di setiap negara berkembang khususnya di Indonesia. Kemiskinan merupakan kondisi yang terkait dengan ketidakmampuan dalam memenuhi tuntutan kehidupan, terutama dari aspek konsumsi dan pendapatan. Di Provinsi Jawa Barat, khususnya Kota Depok, jumlah penduduk miskin meningkat dari tahun 2019 sebanyak 49,35 ribu orang dan tahun 2020 sebanyak 60,43 ribu orang. Kemudian meningkat kembali pada tahun 2021 sebesar 2,58% atau sebanyak 63,86 ribu orang (Badan Pusat Statistik Kota Depok, 2022). Hal ini menandakan bahwa masih terdapat masalah kemiskinan di Kota Depok beriringan dengan jumlah penduduk yang semakin meningkat setiap tahunnya.

Upaya pemerintah untuk menanggulangi kemiskinan salah satunya adalah dengan pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Sektor UMKM dapat menjadi solusi yang tepat karena UMKM dapat mempekerjakan tenaga kerja yang berpendidikan rendah dan sebagai salah satu penggerak bagi pembangunan perekonomian di Indonesia. UMKM mampu menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada, serta dapat menghimpun sampai 60,42% dari total investasi di Indonesia (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2021).

Meskipun UMKM telah menunjukkan perannya yang cukup besar dalam perekonomian daerah bahkan nasional, namun UMKM, khususnya usaha mikro masih menghadapi berbagai kendala dan hambatan. Menurut Anggraeni et al., (2013), kendala dan hambatan yang dihadapi oleh usaha mikro umumnya berupa keterbatasan modal usaha, keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) atau tenaga kerja, keterbatasan teknologi, keterbatasan bahan baku, dan kesulitan dalam memasarkan produk atau jasanya.

Dalam menyikapi keterbatasan-keterbatasan tersebut, Islam memberikan solusi yaitu dengan memaksimalkan pelaksanaan zakat, infaq, dan shadaqah (ZIS) baik dari penghimpunan hingga pendistribusiannya yang dapat dilakukan oleh Badan Amil Zakat (BAZ) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ). Salah satu Lembaga Amil Zakat (LAZ) pada tingkat kabupaten/kota adalah Rumah Zakat Depok. Rumah Zakat merupakan lembaga filantropi di Indonesia yang mengelola zakat, infaq, sedekah, wakaf dan dana sosial lainnya melalui program pemberdayaan masyarakat.

Salah satu dari program pemberdayaan pada Rumah Zakat Depok adalah Senyum Mandiri yang merupakan rangkaian proses program pemberdayaan ekonomi berbasis potensi lokal bagi masyarakat yang kurang mampu untuk mengurangi tingkat kemiskinan dengan berbagai peruntukan program seperti Bantuan Kewirausahaan, *Microfinance*, dan BUMMAS (Badan Usaha Milik Masyarakat).

Namun demikian, dari pernyataan Kepala Penyelenggara Rumah Zakat Depok tidak semua mustahik yang diberikan bantuan berupa modal usaha dan pendampingan usaha pendapatannya meningkat. Hal tersebut dikarenakan beberapa mustahik yang telah menerima bantuan kurang memahami dengan baik bagaimana cara mengelola usahanya, khususnya dalam mengelola keuangan dan memasarkan produknya secara *digital*.

Zakat yang diberikan kepada mustahik akan berperan sebagai pendukung peningkatan ekonomi apabila dikonsumsi pada kegiatan yang produktif (Soekamto, 2019). Zakat produktif mempunyai tujuan untuk meningkatkan taraf ekonomi serta produktivitas mustahik melalui suatu kegiatan ekonomi. Zakat produktif juga bertujuan untuk peningkatan kompetensi para mustahik,

khususnya golongan fakir miskin, sebagai upaya pengentasan kemiskinan sekaligus peningkatan pendapatan. Pendayagunaan zakat produktif ini bersifat jangka panjang serta mendorong mustahik untuk lebih aktif mengentaskan diri dari kemiskinan (Cahya, 2020).

Pemberian modal baik berupa fisik maupun non fisik untuk membantu perekonomian mustahik berbasis usaha mikro sangat berpengaruh dalam peningkatan pendapatan mustahik. Akan tetapi, penyebab masalah dalam kurang berkembangnya usaha mikro tidak hanya permodalan, akan tetapi lebih kepada sikap mental serta kesiapan dalam menjalani usahanya (Sukowicaksono, 2019). Terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan dan peningkatan usaha mustahik dari sisi internal maupun eksternal. Faktor eksternal yang dimaksud adalah bantuan modal serta pelatihan dan pendampingan dari petugas Baitul Maal, sedangkan faktor internal terdiri dari aspek spiritual dan sumber daya manusia dari para penerima zakat produktif (Riyaldi, 2015).

Berdasarkan pentingnya hal yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk menguji pengaruh bantuan modal usaha, pendampingan, karakteristik berwirausaha, dan lama usaha terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro mustahik. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Bantuan Modal Usaha, Pendampingan, Karakteristik Berwirausaha, dan Lama Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Mustahik (Studi Kasus Program Senyum Mandiri Rumah Zakat Depok)”.

Permasalahan

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka dapat diidentifikasi masalah-masalah yang ada dalam penelitian sebagai berikut:

1. Kemiskinan merupakan satu hal yang masih selalu meningkat di Kota Depok beriringan dengan jumlah penduduk yang semakin meningkat setiap tahunnya. Jumlah penduduk miskin meningkat dari tahun 2019 sebanyak 49,35 ribu orang dan tahun 2020 sebanyak 60,43 ribu orang. Kemudian meningkat kembali pada tahun 2021 sebesar 2,58% atau sebanyak 63,86 ribu orang.
2. Berbagai upaya telah dilakukan oleh Badan Amil Zakat (BAZ) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) untuk membantu menyejahterakan ekonomi masyarakat di Kota Depok, salah satunya LAZ Rumah Zakat Depok. Namun demikian, tidak semua mustahik yang telah diberikan bantuan berupa modal usaha dan pendampingan usaha pendapatannya meningkat. Hal tersebut dikarenakan kurangnya pemahaman mustahik dalam mengelola usahanya dengan baik, khususnya dalam mengelola keuangan dan memasarkan produknya secara *digital*.

Tujuan

Merujuk pada permasalahan dan pertanyaan penelitian, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menganalisis pengaruh bantuan modal usaha terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro mustahik pada Program Senyum Mandiri Rumah Zakat Depok.
2. Untuk menganalisis pengaruh bantuan pendampingan terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro mustahik pada Program Senyum Mandiri Rumah Zakat Depok.
3. Untuk menganalisis pengaruh karakteristik berwirausaha terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro mustahik pada Program Senyum Mandiri Rumah Zakat Depok.

4. Untuk menganalisis pengaruh lama usaha terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro mustahik pada Program Senyum Mandiri Rumah Zakat Depok.
5. Untuk menganalisis pengaruh bantuan modal usaha, pendampingan, karakteristik berwirausaha, dan lama usaha berpengaruh secara simultan terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro mustahik pada Program Senyum Mandiri Rumah Zakat Depok.

TINJAUAN PUSTAKA

Zakat

Zakat dalam istilah fikih berarti sejumlah harta tertentu yang diwajibkan Allah untuk diserahkan kepada orang-orang yang berhak. Dari segi pelaksanaannya zakat merupakan kewajiban sosial bagi para aghniya' (hartawan) setelah kekayaannya memenuhi batas minimal (*nishab*) dan rentang waktu setahun (*haul*) (Rofiq, 2012). Menurut Arifin (2016) kata zakat semula bermakna: *al-thaharah* (bersih), *al-nama'* (tumbuh, berkembang), *al-barakah* (anugerah yang lestari), *al-madh* (terpuji), dan *al-shalah* (kesalehan). Seluruh makna tersebut telah dipergunakan, baik di dalam Al Qur'an maupun Hadist.

Zakat Produktif

Zakat produktif merupakan pemberian zakat yang menjadikan para penerimanya menghasilkan sesuatu secara terus menerus dan dipakai secara teratur untuk membentuk unsur-unsur baru. Dengan demikian, zakat produktif adalah zakat dimana harta zakat tersebut tidak semata-mata dihabiskan dalam satu waktu, namun akan terus dikembangkan sehingga hasilnya dapat dinikmati secara terus menerus.

Pendayagunaan Zakat

Pendayagunaan zakat dapat diartikan sebagai suatu usaha dalam mengelola dana hasil pengumpulan zakat agar memiliki manfaat atau daya guna sesuai dengan tujuan zakat itu sendiri (Nafiah, 2015).

Modal Usaha

Modal usaha merupakan uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya; harta benda (uang, barang, dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuai yang menambah kekayaan (KBBI, 2021). Indikator modal usaha adalah (Purwanti, 2012):

- a. Modal sebagai syarat untuk usaha
- b. Pemanfaatan modal tambahan
- c. Besar modal

Pendampingan

Pendampingan merupakan suatu aktivitas yang dilakukan dan dapat bermakna pembinaan, pengajaran, pengarahan dalam kelompok yang lebih berkonotasi pada menguasai, mengendalikan, dan mengontrol (Wahyuningsih, 2019). Tujuan dari pendampingan (*mentoring*) adalah (Haris & Puspaningrum, 2016):

- a. Untuk membangun pengembangan diri dan kemajuan karir seseorang

- b. Untuk meningkatkan kinerja dan produktivitas seseorang
- c. Untuk meningkatkan efektivitas dalam rangka pengenalan pekerjaan baru
- d. Untuk meningkatkan komunikasi internal

Karakteristik Berwirausaha

Karakteristik berwirausaha adalah sesuatu yang berhubungan dengan ciri khas, watak, perilaku, serta sikap seseorang dalam mengelola dan mengembangkan usahanya. (Hakim, 2012). Karakteristik wirausaha yang harus dimiliki oleh pebisnis atau seorang wirausaha adalah proaktif, produktif, pemberdaya, tangan di atas, bertakwa, amanah, dan adil.

Lama Usaha

Lama usaha merupakan lamanya pelaku usaha berkarya pada usaha perdagangannya yang sedang ia jalani saat ini. Lamanya suatu usaha dapat menimbulkan pengalaman dalam menjalankan usaha, dimana pengalaman tersebut dapat mempengaruhi tingkat pengamatan seseorang dalam bertindak. Dengan kata lain, semakin lama seorang pelaku bisnis menekuni bidang usaha perdagangan maka akan semakin meningkat pula pengetahuan mengenai perilaku konsumen dan perilaku pasar. (Husaini & Fadhlani, 2017).

Pendapatan

Pendapatan merupakan nilai maksimum yang dapat diperoleh oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharap keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Pengertian tersebut tidak menitik beratkan pada total kuantitatif pengeluaran terhadap konsumsi suatu periode. Pada hakekatnya pendapatan adalah penerimaan atau balas jasa dari faktor-faktor produksi. (Helmalia & Afrinawati, 2018).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan kuantitatif asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh dari variabel-variabel, yaitu variabel (X) bantuan modal usaha, pendampingan, karakteristik berwirausaha, dan lama usaha terhadap (Y) peningkatan pendapatan usaha mikro mustahik.

Objek Penelitian

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah penerima manfaat (mustahik) yang menerima bantuan dari Program Senyum Mandiri Rumah Zakat Depok.

Metode Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel pada penelitian ini adalah dengan menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Banyaknya populasi yang menjadi sampel penelitian adalah sebanyak 34 orang/responden yang hingga kini aktif diberikan modal usaha dan pendampingan oleh pihak penyelenggara Program Senyum Mandiri Rumah Zakat Depok.

Jenis dan Sumber Data Penelitian

1. Data Primer

Data primer diperoleh secara langsung melalui kuesioner yang diberikan kepada para mustahik aktif yang menerima bantuan dari Rumah Zakat Depok dan melalui wawancara langsung kepada Kepala Penyelenggara Program.

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh melalui studi literatur seperti jurnal, buku, skripsi, dan artikel yang mendukung penelitian ini.

Metode Pengumpulan Data Penelitian

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2017). Kuesioner diberikan kepada para mustahik aktif yang menerima bantuan dari Program Senyum Mandiri Rumah Zakat Depok dengan skala likert yang diberi poin 1-5.

2. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam (Sugiyono, 2017). Wawancara dilakukan kepada Kepala Penyelenggara Program untuk memperoleh informasi terkait program yang dilaksanakan hingga kendala yang ada dalam pelaksanaan program.

Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data yang telah diperoleh, penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas atau independen (X) terhadap variabel terikat atau dependen (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Program

Program Senyum Mandiri merupakan rangkaian proses program pemberdayaan ekonomi berbasis potensi lokal bagi masyarakat yang kurang mampu untuk mengurangi tingkat kemiskinan. Adapun sub-program dari Program Senyum Mandiri Rumah Zakat Depok adalah sebagai berikut:

1. Bantuan Kewirausahaan

Bantuan kewirausahaan merupakan pengadaan modal atau sarana yang dapat digunakan oleh penerima manfaat sebagai penunjang aktivitas usaha yang dimilikinya berbasis usaha kecil dan mikro yang dapat disalurkan kepada individu ataupun kelompok.

2. *Microfinance*

Microfinance merupakan pemberdayaan masyarakat di Desa Berdaya yang menginisiasi hadirnya pra-koperasi atau kelompok bersama.

3. BUMMAS (Badan Usaha Milik Masyarakat)

BUMMAS merupakan program pemberdayaan ekonomi berbasis kelompok untuk melakukan inisiasi serta perencanaan kerangka kelembagaan dalam bidang tani sehat, *food manufacturing*, maupun pra-koperasi.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Berdasarkan uji validitas yang telah dilakukan, hasil r hitung masing-masing variabel lebih besar dari r tabel sebesar 0,339, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item variabel memiliki validitas yang baik dan dapat dipercaya. Kemudian hasil uji reliabilitas masing-masing variabel juga memiliki koefisien alpha > 0,6 yang menyatakan bahwa seluruh variabel dapat dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa terdapat signifikansi sebesar 0,200 yang berarti bahwa nilai residual berdistribusi normal. Jika angka signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* > 0,05 maka menunjukkan bahwa data yang diolah berdistribusi secara normal. Hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi > taraf signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* yaitu 0,200 > 0,05.

2. Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai tolerance keempat variabel > 0,1 dan nilai VIF keempat variabel < 10, maka dapat disimpulkan bahwa data yang diolah tidak terdapat mulikolinearitas.

3. Uji Heterokedastisitas

Hasil uji heterokedastisitas menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas atau tergambar pola yang menyebar pada gambar *scatterplot* serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dalam penelitian ini tidak terjadi heterokedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 1 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.759	3.510		.216	.830
Modal Usaha	.321	.128	.359	2.509	.018
Pendampingan	.196	.100	.249	1.963	.059
Karakteristik Berwirausaha	-.170	.156	-.180	-1.092	.284
Lama Usaha	.585	.115	.676	5.102	.000

a. Dependent Variable: Pendapatan Usaha Mikro Mustahik

Sumber: Output SPSS 22 diolah, 2022

$$Y = 0,759 + (0,321) X1 + (0,196) X2 + (-0,170) X3 + 0,585 X4 + \epsilon$$

Hasil dari persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta positif menunjukkan pengaruh positif variabel independen yaitu modal usaha (X1), pendampingan (X2), karakteristik berwirausaha (X3), lama usaha (X4). Bila variabel independen naik atau berpengaruh dalam satu satuan, maka variabel dependen yaitu pendapatan usaha mikro mustahik (Y) akan naik atau terpenuhi sebesar 0,759.
2. Koefisien regresi modal usaha (X1) bernilai positif sebesar 0,321 mengartikan bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel modal usaha (X1), maka nilai Y akan meningkat sebesar 0,321.

3. Koefisien regresi pendampingan (X2) bernilai positif sebesar 0,196 mengartikan bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel pendampingan (X2), maka nilai Y akan meningkat sebesar 0,196.
4. Koefisien regresi karakteristik berwirausaha (X3) bernilai negatif sebesar -0,170 mengartikan bahwa setiap kenaikan 1 satuan pada variabel karakteristik berwirausaha (X3), maka nilai Y akan berkurang sebesar 0,142.
5. Koefisien regresi lama usaha (X4) bernilai positif sebesar 0,585 mengartikan bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel lama usaha (X4), maka nilai Y akan meningkat sebesar 0,585.

Uji Hipotesis

1. Uji Koefisien Regresi (t)

Tabel 2 Hasil Uji Koefisien Regresi
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.759	3.510		.216	.830
Modal Usaha	.321	.128	.359	2.509	.018
Pendampingan	.196	.100	.249	1.963	.059
Karakteristik Berwirausaha	-.170	.156	-.180	-1.092	.284
Lama Usaha	.585	.115	.676	5.102	.000

a. Dependent Variable: Pendapatan Usaha Mikro Mustahik

Sumber: Output SPSS 22 diolah, 2022

Berdasarkan output uji koefisien regresi, nilai dari pengolahan data keempat variabel independen yang dimasukkan ke dalam model regresi, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh modal usaha (X1) terhadap pendapatan usaha mikro mustahik (Y) adalah sebesar $0,018 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,509 > t$ tabel 2,045, maka terdapat pengaruh positif dan signifikan antara modal usaha (X1) terhadap pendapatan usaha mikro mustahik (Y).
- b. Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh pendampingan (X2) terhadap pendapatan usaha mikro mustahik (Y) adalah sebesar $0,059 > 0,05$ dan nilai t hitung $1,963 < t$ tabel 2,045, maka tidak terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara pendampingan (X2) terhadap pendapatan usaha mikro mustahik (Y).
- c. Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh karakteristik berwirausaha (X3) terhadap pendapatan usaha mikro mustahik (Y) adalah sebesar $0,284 > 0,05$ dan nilai t hitung $-1,092 < t$ tabel 2,045, maka tidak terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara modal usaha (X3) terhadap pendapatan usaha mikro mustahik (Y).
- d. Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh lama usaha (X4) terhadap pendapatan usaha mikro mustahik (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $5.102 > t$ tabel 2,045, maka terdapat pengaruh positif dan signifikan antara lama usaha (X4) terhadap pendapatan usaha mikro mustahik (Y).

2. Uji Signifikansi Simultan (F)

Tabel 3 Hasil Uji Signifikansi Simultan
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	117.006	4	29.252	12.976	.000 ^b
	Residual	65.376	29	2.254		
	Total	182.382	33			

a. Dependent Variable: Pendapatan Usaha Mikro Mustahik

b. Predictors: (Constant), Lama Usaha, Pendampingan, Modal Usaha, Karakteristik Berwirausaha

Sumber: Output SPSS 22 diolah, 2022

Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh variabel modal usaha (X1), pendampingan (X2), karakteristik berwirausaha (X3), lama usaha (X4) secara simultan terhadap variabel pendapatan usaha mikro mustahik (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung sebesar $12,976 > F$ tabel 2,69, maka dapat disimpulkan bahwa H5 diterima yang mengartikan terdapat pengaruh antara modal usaha (X1), pendampingan (X2), karakteristik berwirausaha (X3), lama usaha (X4) secara simultan terhadap variabel pendapatan usaha mikro mustahik (Y).

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.801 ^a	.642	.592	1.50145

a. Predictors: (Constant), Lama Usaha, Pendampingan, Modal Usaha, Karakteristik Berwirausaha

Sumber: Output SPSS 22 diolah, 2022

Berdasarkan output uji koefisien determinasi yang telah dilakukan, diketahui nilai R Square sebesar 0,642 yang mengartikan bahwa variabel bebas yaitu modal usaha (X1), pendampingan (X2), karakteristik berwirausaha (X3), lama usaha (X4) memiliki pengaruh sebesar 64,2% terhadap variabel pendapatan usaha mikro mustahik (Y). Sedangkan sisanya sebesar 35,8% yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis data yang telah dilakukan terhadap variabel-variabel yang mempengaruhi peningkatan pendapatan usaha mikro mustahik, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro mustahik pada Program Senyum Mandiri Rumah Zakat Depok. Oleh karena itu, hal tersebut dapat menjadi nilai positif bagi Rumah Zakat Depok untuk mengembangkan bantuan modal usahanya kepada mustahik pada Program Senyum Mandiri.
2. Pendampingan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro mustahik pada Program Senyum Mandiri Rumah Zakat Depok. Maka dari itu, Rumah Zakat Depok perlu meningkatkan dan memaksimalkan kegiatan pendampingannya kepada mustahik pada Program Senyum Mandiri.

3. Karakteristik berwirausaha tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro mustahik pada Program Senyum Mandiri Rumah Zakat Depok. Maka dari itu, mustahik perlu lebih percaya diri dan optimis dalam menjalankan usahanya agar pendapatan yang diperoleh dapat meningkat lebih baik lagi.
4. Lama usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro mustahik pada Program Senyum Mandiri Rumah Zakat Depok. Mustahik setuju bahwa semakin lama usaha yang ia jalankan maka semakin terampil ia dalam menjalankan usahanya yang kemudian dapat meningkatkan produktivitas serta memperoleh peningkatan pendapatan.
5. Modal usaha, pendampingan, karakteristik berwirausaha, dan lama usaha secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro mustahik pada Program Senyum Mandiri Rumah Zakat Depok dengan nilai $R Square$ sebesar 64,2%. Sedangkan nilai sisanya yaitu sebesar 35,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, F. D., Hardjanto, I., & Hayat, A. (2013). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitas Pihak Eksternal dan Potensi Internal (Studi Kasus Pada Kelompok Usaha "Emping Jagung" di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 1(6), 1286-1295.
- Badan Pusat Statistik Kota Depok. (2022, Januari 14). *Profil Kemiskinan Kota Depok 2021*. Retrieved from Badan Pusat Statistik Kota Depok: <https://depokkota.bps.go.id/subject/23/kemiskinan.html#subjekViewTab4>
- Cahya, I. A. (2020, Januari). Peran Pendayagunaan Zakat Produktif terhadap kesejahteraan Mustahik. *Sultan Agung Fundamental Research Journal*, 1(1), 1-11. doi:<https://dx.doi.org/10.30659/safjrj.1.1.1-11>
- Hakim, L. (2012). *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. Surabaya: Erlangga.
- Haris, R. A., & Puspaningrum, I. I. (2016). Strategi Pembinaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Sumenep. Retrieved from <https://ejournalwiraraja.com/index.php/FISIP/article/view/278/236>
- Helmalia, & Afrinawati. (2018). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Padang (Studi pada UMKM Binaan Rumah Kreatif BUMN BNI Kota Padang). *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, 3(2), 238-246. doi:10.15548/jebi.v3i2.182
- Husaini, & Fadhlani, A. (2017). Pengaruh Modal Kerja, Lama Usaha, Jam Kerja dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Monza di Pasar Simalingkar. *JURNAL VISIONER & STRATEGIS*, 6(2), 111-120.
- KBBI. (2021, Desember 14). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. Retrieved from Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI): <https://kbbi.web.id/modal>

- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2021, September 27). *Pemerintah Terus Perkuat UMKM Melalui Berbagai Bentuk Bantuan*. Retrieved from DJKN Kemenkeu RI: <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/pemerintah-terus-perkuat-umkm-melalui-berbagai-bentuk-bantuan/>
- Nafiah, L. (2015). Pengaruh Pendayagunaan Zakat Produktif Terhadap Kesejahteraan Mustahiq Pada Program Ternak Bergulir BAZNAS Kabupaten Gresik. *El-Qist*, 05(01), 929-942.
- Purwanti, E. (2012). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. *Among Makarti*, 5(9).
- Riyaldi, M. H. (2015). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Penerima Zakat Produktif Baitul Mal Aceh: Satu Analisis. *JURNAL PERSPEKTIF EKONOMI DARUSSALAM*, 1(2), 185-202.
- Rofiq, A. (2012). *Fiqh Kontekstual: Dari Normatif ke Pemaknaan Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Soekamto, N. M. (2019). *Pengaruh Dana Zakat Produktif Terhadap Tingkat Pendapatan Mustahiq di BAZNAS Jawa Timur*. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Retrieved from <http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/38385>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sukowicaksono, N. R. (2019). *Pengaruh Pendayagunaan Zakat Produktif Terhadap Pemberdayaan Mustahiq pada BAZNAS Provinsi Lampung (Studi Pada Kabupaten Lampung Tengah)*. Lampung: UIN Raden Intan Lampung.
- Wahyuningsih, N. (2019). *Pengaruh Pendampingan dan Modal Usaha Terhadap Perkembangan Usaha Anggota Misykat LAZ Daruut Tauhid Peduli Kota Semarang*. Universitas Islam Negeri Walisongo, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Semarang. Retrieved from <http://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/9666/>

Analisis Mekanisme *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Selama Pandemi Covid-19 Untuk Keputusan Investasi

Shania Gayatri Tejakusuma¹,

(shania.gayatri.tejakusuma.ak18@mhs.wpnj.ac.id)

Endang Purwaningrum²

(endang.purwaningrum@akuntansi.pnj.ac.id)

Program Studi Manajemen Keuangan Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

The purpose of this study to determine effects of managerial ownership, institutional ownership and independent commissioners on firm value. The type of data used in this study is associative quantitative research using quarterly reports 1-4 for the period during the pandemic (2020-2021). The sample of this study used 13 food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange with purposive sampling technique. This research method is panel data regression using E-views 9 software and wilcoxon signed ranked test. The results of this study during the pandemic managerial ownership has a negative and significant effect on firm value, while institutional ownership has no significant effect on firm value and independent commissioners have no significant effect on firm value. Based on wilcoxon signed ranked test, there is differences in firm value before and during the pandemic.

Keywords: *Good Corporate Governance, Firm Value, Covid-19.*

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan komisaris independen terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif asosiatif dengan menggunakan laporan triwulan 1-4 periode selama pandemi (2020-2021). Sampel penelitian ini menggunakan 13 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI dengan teknik *purposive sampling*. Metode penelitian ini adalah metode regresi data panel menggunakan *software E-views 9* dan uji beda *wilcoxon signed ranked test*. Hasil penelitian selama pandemi kepemilikan manajerial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan kepemilikan institusional dan komisaris independen tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uji beda *wilcoxon signed ranked test* terdapat perbedaan nilai perusahaan sebelum dan selama pandemi.

Kata kunci: *Mekanisme Good Corporate Governance, Nilai Perusahaan, Covid-19*

¹ Corresponding author. E-mail: shania.gayatri.tejakusuma.ak18@mhs.wpnj.ac.id

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Berdasarkan pada riset *Corporate Governance Watch* yang dilakukan oleh ASEAN *Corporate Governance Assosiation* (ACGA) tahun 2018, Indonesia masih berada pada peringkat paling bawah dalam penerapan *Good Corporate Governance* (GCG). Hal ini dibuktikan dengan masih banyaknya kasus terkait dengan buruknya penerapan GCG pada perusahaan – perusahaan di Indonesia, contohnya seperti yang terjadi pada PT Tiga Pilar Sejahtera dan PT Garuda Indonesia.



Market	Total (%)	Key CG reform themes and questions
1. Australia	71	Bank governance needs overhaul, time for a federal ICAC
2. Hong Kong	60	Going backwards on DCS, about to go forwards on audit regulation
3. Singapore	59	Going backwards on DCS, reform direction reflects contradictory ideas
4. Malaysia	58	Can new government rid the system of corruption and cronyism?
5. Taiwan	56	Moving forward, yet piecemeal reforms hinder progress
6. Thailand	55	Moving forward, yet corruption and decline in press freedom are concerns
+7. India	54	Bank governance needs overhaul, new audit regulator disappoints
+7. Japan	54	Heavy focus on soft law needs to be balanced with hard law reforms
9. Korea	46	Stewardship code gaining traction, but sadly so is DCS
10. China	41	Reinforcement of Party Committees raises numerous questions
11. Philippines	37	CG reform low on the government's priorities, direction unclear
12. Indonesia	34	CG reform low on the government's priorities, direction unclear

Note: Total market scores are based on actual total scores, converted to a percentage and rounded. They are not an average of the seven category percentage scores. Total scores for each market was as follows: Australia (42%), Hong Kong (24%), Singapore (25%), Malaysia (23%), Taiwan (24%), Thailand (23%), India (22%), Japan (22%), Korea (28%), China (24%), Philippines (22%), and Indonesia (20%). Source: ACGA.

Gambar 1 Hasil Riset Corporate Governance Watch Tahun 2018

Sumber: upline.id

Hal ini diperparah dengan adanya pandemi covid-19 yang mempengaruhi hampir semua bisnis. Berbagai sektor ekonomi yang ikut terdampak salah satunya sektor barang konsumsi khususnya pada sub sektor makanan dan minuman yang diakibatkan dari menurunnya daya beli masyarakat. Di tengah dampak pandemi, sepanjang triwulan IV tahun 2020 industri makanan dan minuman hanya mengalami pertumbuhan sebesar 1,58% dan jika dibandingkan dengan sebelum pandemi pertumbuhan tersebut masih jauh lebih rendah. Kementerian Perindustrian mencatat kinerja industri makanan dan minuman selama periode tahun 2015-2019 mengalami rata-rata pertumbuhan sebesar 8,16%. Pada triwulan IV tahun 2019 pertumbuhan industri makanan dan minuman tercatat sebesar 7,95% (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2021).

Banyaknya pesaing pada industri sejenis membuat perusahaan dituntut untuk selalu unggul agar mampu bersaing dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan khususnya di masa pandemi saat ini. Apabila perusahaan mampu bertahan dan memiliki prospek yang bagus otomatis mampu meningkatkan kepercayaan investor untuk berinvestasi (Nilamsari A., Mawardi C., & Anwar A., 2021). Diharapkan dengan adanya penerapan GCG yang baik pada perusahaan akan memberikan kinerja yang baik sehingga nilai perusahaan juga meningkat dan mampu menarik investor untuk berinvestasi.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitian ini berjudul “**Analisis Mekanisme *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Selama Pandemi Untuk Keputusan Investasi**”

Tujuan Penelitian

1. Menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh mekanisme GCG terhadap nilai perusahaan sub sektor makanan & minuman yang terdaftar di BEI selama pandemi Covid-19 secara parsial maupun simultan.
2. Membandingkan nilai perusahaan sub sektor makanan & minuman yang terdaftar di BEI sebelum dan selama pandemi Covid-19.

TINJAUAN PUSTAKA

Mekanisme Good Corporate Governance

Mekanisme GCG adalah suatu prosedur, aturan main dan hubungan yang jelas antara pihak yang mengambil keputusan dengan yang melakukan pengawasan terhadap keputusan tersebut (Putra & Kurniawati, 2017). Adapun mekanisme GCG terdiri dari:

a. Kepemilikan Manajerial

Menurut Pracihara (2016) kepemilikan manajerial merupakan sejumlah saham yang dimiliki pihak manajemen yang secara aktif memiliki peran penting dalam mengambil keputusan pada perusahaan. Dalam penelitian ini, pengaruh GCG diprosikan dengan kepemilikan manajerial sebagai variabel independen pertama. Berikut rumus dari kepemilikan manajerial:

$$KM = \frac{\text{Jumlah saham yang dimiliki Manajemen}}{\text{Total saham beredar}} \times 100$$

b. Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional merupakan kepemilikan sejumlah saham yang dimiliki institusi atau perusahaan dan juga mempunyai peran untuk memonitor manajemen dengan tujuan mendorong tingkat pengawasan yang lebih optimal (Gozali et al., 2022). Dalam penelitian ini, pengaruh GCG diprosikan dengan kepemilikan institusional sebagai variabel independen kedua. Berikut rumus dari kepemilikan institusional:

$$KIN = \frac{\text{Jumlah saham yang dimiliki Institusional}}{\text{Total saham beredar}} \times 100$$

c. Komisaris Independen

Keberadaan komisaris independen bertujuan untuk mendorong terciptanya lingkungan kerja yang lebih objektif dan mengutamakan keadilan (*fairness*) di antara berbagai kepentingan pemegang saham minoritas dan *stakeholders* lainnya (Putra & Kurniawati, 2017). Dalam penelitian ini, pengaruh GCG diprosikan dengan komisaris independen sebagai variabel independen ketiga. Berikut rumus dari komisaris independen:

$$KI = \frac{\text{Jumlah anggota komisaris independen}}{\text{Jumlah dewan komisaris}} \times 100$$

Teori Keagenan

Pihak manajerial (agen) dan pemegang saham (*principal*) harus memiliki hubungan kerja yang baik dalam menjalankan suatu bisnis agar mampu memaksimalkan nilai pada perusahaan namun pada kenyataannya dalam melakukan proses tersebut terdapat konflik yang muncul disebabkan oleh adanya perbedaan atau tidak bertemunya manfaat yang maksimal diantara kedua pihak (Inastri & Mimba, 2017). Manajer secara moral bertanggung jawab untuk mengoptimalkan keuntungan para pemilik akan tetapi disisi lain manajer juga memiliki kepentingan untuk memaksimalkan kesejahteraan mereka sehingga ada kemungkinan manajer tidak selalu bertindak sesuai dengan kepentingan pemegang saham. Adanya konflik kepentingan diantara manajer dan *principal* dipengaruhi oleh struktur kepemilikan yaitu kepemilikan manajerial dan institusional.

Nilai Perusahaan

Bagi pemilik perusahaan, memiliki nilai perusahaan yang tinggi merupakan suatu tujuan dari berdirinya perusahaan sebab hal ini menunjukkan bahwa kemakmuran para pemegang saham juga tinggi (Pratiwi, 2017). Nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham, jika harga suatu perusahaan tinggi maka

akan meningkatkan nilai suatu perusahaan. Nilai perusahaan diproksikan dengan rasio Tobin's, berikut rumus dari Tobin's Q:

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{MVE} + \text{Debt}}{\text{Total Asset}}$$

Keterangan:

MVE : Jumlah saham beredar x Harga Penutupan (Nilai Pasar Ekuitas)

Debt : Nilai buku dari total hutang

Hipotesis

H1: Kepemilikan Manajerial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan selama pandemi covid-19.

H2: Kepemilikan Institusional berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan selama pandemi covid-19.

H3: Komisaris Independen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan selama pandemi covid-19.

H4: Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Komisaris Independen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan selama pandemi covid-19 secara simultan.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data

Jenis data penelitian ini adalah kuantitatif serta sumber data sekunder yang berasal dari laporan keuangan triwulan 1-4 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode dokumentasi dari laporan keuangan triwulan yang diakses melalui website Bursa Efek Indonesia (www.idx.com), *IDN Financials* (www.idnfinancials.com), dan website resmi masing-masing perusahaan makanan dan minuman.

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, berikut adalah kriteria sampel penelitian:

- Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021.
- Mempublikasikan laporan keuangan triwulan 1-4 mulai tahun 2020-2021 (selama pandemi) secara berturut-turut. Serta laporan keuangan triwulan 1-4 tahun 2018-2019 (sebelum pandemi) untuk menguji perbandingan sebelum dan selama pandemi covid-19 bagi nilai perusahaan.
- Memiliki data lengkap kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, komisaris independen dan nilai perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini.

Berdasarkan kriteria diatas, dari 25 populasi perusahaan makanan & minuman terpilih 13 perusahaan yang sesuai dengan kriteria untuk dijadikan sampel penelitian.

Metode Analisis Data

Dalam penelitian menggunakan 2 metode analisis yaitu regresi data panel yang mencakup uji pemilihan model panel, analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik dan uji hipotesis untuk menguji pengaruh mekanisme GCG terhadap nilai perusahaan serta uji beda untuk melihat perbedaan nilai perusahaan sebelum dan selama pandemi Covid-19.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Uji Model Regresi Data Panel

Tabel 1 Model Regresi Panel Terbaik Selama Pandemi

Hipotesis	Uji Chow	Uji Hausmann	Uji LM
H0	CEM	REM	CEM
H1	FEM	FEM	REM
Probabilitas	0.0000	0.0095	0.0000
Keputusan	Tolak H0	Tolak H0	Tolak H0
Model Terpilih	FEM	FEM	REM

Sumber: Output E-views 9, data diolah 2022.

Dapat disimpulkan bahwa model yang terpilih untuk regresi data panel adalah model *Fixed Effect Model* (FEM). Berikut adalah tabel model FEM yang digunakan pada penelitian ini:

Tabel 2 *Fixed Effect Model* (FEM)

Variabel	Coefficient	t-Statistic	Prob
KM	-5.174495	-2.60144	0.0109
KIN	-0.270051	-0.947744	0.3459
KI	-2.285369	-1.490622	0.1396
C	3.029654	4.966629	0.0000
F-Statistic	81.68000		
Prob (F-statistic)	0.000000		
R-squared	0.932988		

Sumber: Ouput E-views 9, 2022.

Uji Statistik Deskriptif

Tabel 3 Analisis Statistik Deskriptif

	KM	KIN	KI	TOBINS_Q
Mean	0.078153	0.640643	0.359394	1.630897
Median	0.022190	0.590700	0.333000	1.145000
Maximum	0.484610	0.890400	0.500000	3.830000
Minimum	0.000160	0.214000	0.250000	0.570000
Std. Dev.	0.125497	0.189788	0.068142	0.898759
Observations	104	104	104	104

Sumber: Output E-views 9, 2022.

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan hasil statistik deskriptif selama pandemi Covid-19. Variabel Kepemilikan Manajerial (X1) selama pandemi memiliki nilai mean dan median masing – masing sebesar 0.078153 dan 0.022190, nilai maximum dimiliki PT Ultrajaya Milk Industry and Trading Company (ULTJ) yaitu sebesar 0.484610 dan untuk nilai minimum dimiliki oleh PT Indofood Sukses Makmur (INDF) sebesar 0.000160, kemudian standar deviasi pada variabel ini sebesar 0.13. Variabel Kepemilikan Instusional (X2) selama pandemi memiliki nilai mean dan median masing – masing sebesar 0.640643 dan 0.590700, nilai maximum dimiliki PT Provident Agro (PALM) yaitu sebesar 0.890400 dan untuk nilai minimum dimiliki oleh PT Ultrajaya Milk Industry and Trading Company (ULTJ) sebesar 0.214000, kemudian standar deviasi pada variabel ini sebesar 0.19. Variabel Komisaris Independen (X3) selama pandemi memiliki nilai mean dan median masing – masing sebesar 0.359394 dan 0.333000, nilai maximum dimiliki PT Ultrajaya Milk Industry and Trading Company (ULTJ) dan

PT Tri Banyan Tirta (ALTO) yaitu sebesar 0.50 dan untuk nilai minimum dimiliki oleh PT Indofood Sukses Makmur (INDF) sebesar 0.25, kemudian standar deviasi pada variabel ini sebesar 0.06. Dan untuk variabel Nilai Perusahaan yang diprosikan dengan Tobin's Q (Y) selama pandemi memiliki nilai mean dan median masing – masing sebesar 1.630897 dan 1.145000, nilai maximum dimiliki PT Siantar Top (STTP) yaitu sebesar 3.83 dan untuk nilai minimum dimiliki oleh PT Provident Agro (PALM) sebesar 0.57, kemudian standar deviasi pada variabel ini sebesar 0.89.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Tabel 4 Uji Multikolinieritas

	KM	KIN	KI
KM		-0.538619	0.612004
KIN	-0.538619		-0.527964
KI	0.612004	-0.527964	

Sumber: Output E-views 9, 2022.

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas pada data selama pandemi Covid-19, antara variabel independen yaitu kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan komisaris independen memiliki nilai korelasi dibawah 0.80 sehingga hal ini menunjukkan secara korelasi terbukti tidak ada multikolinieritas pada model penelitian.

2. Uji Heteroskedasitas

Tabel 5 Uji Heteroskedasitas

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey			
F-statistic	1.618107	Prob. F(3,100)	0.1899
Obs*R-squared	4.814770	Prob. Chi-Square(3)	0.1859
Scaled explained SS	4.198840	Prob. Chi-Square(3)	0.2408

Sumber: Output E-view 9, 2022.

Berdasarkan hasil uji heteroskedasitas pada tabel 5, nilai probabilitas yang dihasilkan adalah 0.1859 dilihat dari Prob Chi-Square (*Obs*R-Squared*). Hal ini menunjukkan bahwa nilai probabilitas (0.1859) > alpha 5% maka artinya tidak terjadi heteroskedasitas pada data penelitian.

Uji Beda Nilai Perusahaan

Uji beda bertujuan untuk melihat perbedaan antara nilai perusahaan sebelum & selama pandemi covid-19.

1. Uji Normalitas

Tabel 6 Uji Normalitas Nilai Perusahaan

		NP_Sebelum_Pandemi	NP_Selama_Pandemi
N		104	104
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	1.84606	1.63087
	Std. Deviation	1.003155	.898780
Most Extreme Differences	Absolute	.211	.217
	Positive	.211	.217
	Negative	-.131	-.126
Test Statistic		.211	.217
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000^c	.000^c

Sumber: Output SPSS, 2022.

Berdasarkan hasil uji normalitas pada variabel Nilai Perusahaan yang diproksikan dengan tobin's q memiliki nilai signifikansi sebelum dan sesudah pandemi Covid-19 sebesar 0.000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi ($0.000 < \alpha 5\%$) artinya data tidak berdistribusi normal. Oleh sebab itu, penelitian menggunakan uji beda *Wilcoxon Signed Ranked Test*.

2. *Wilcoxon Signed Ranked Test*

Tabel 7 *Wilcoxon Signed Ranked Test*

	NP_Selama_Pandemi - NP Sebelum Pandemi
Z	-3.901 ^b
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000

Sumber: Output SPSS, 2022.

Berdasarkan tabel 7 variabel Nilai Perusahaan yang diproksikan dengan tobin's q memiliki nilai signifikansi sebesar 0.000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi ($0.000 < \alpha 5\%$) artinya terdapat perbedaan yang signifikan pada Nilai Perusahaan sebelum dan selama pandemi Covid-19.

Pembahasan Penelitian

1. Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai perusahaan Selama Pandemi Covid-19.

Berdasarkan tabel 2, menunjukkan bahwa variabel kepemilikan manajerial memiliki nilai probabilitas sebesar 0.0109 yang artinya probabilitas lebih kecil alpha 5% serta nilai koefisien sebesar -5.174495. Maka menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan selama pandemi covid-19. Sehingga semakin tinggi proporsi kepemilikan manajerial akan menurunkan nilai perusahaan sebab pihak manajerial akan melakukan tindakan oportunistik untuk melakukan transfer kekayaan pada diri sendiri serta mengambil kebijakan dengan memperbesar aktiva dan laba perusahaan agar memperoleh bonus dan kinerja perusahaan terlihat meningkat. Dampak dari hal tersebut akan memberikan reaksi negatif sehingga dapat menurunkan nilai perusahaan dan kepercayaan investor dalam berinvestasi.

2. Pengaruh Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai perusahaan Selama Pandemi Covid-19.

Berdasarkan tabel 2, kepemilikan institusional selama pandemi memiliki nilai probabilitas (0.3459) $> \alpha 5\%$ artinya kepemilikan institusional tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan saham institusional rata-rata masih dimiliki perusahaan yang berafiliasi dengan perusahaan induk yang secara langsung pihak-pihak tersebut masih memiliki hubungan kekerabatan sehingga dalam menentukan arah kebijakan akan memiliki kecenderungan memihak manajerial. Selain itu pihak investor institusional lebih mementingkan kepentingan pribadi dengan berfokus kepada laba jangka pendek.

3. Pengaruh Komisaris Independen Terhadap Nilai perusahaan Selama Pandemi Covid-19.

Berdasarkan tabel 2, komisaris independen memiliki nilai probabilitas sebesar 0.1396 yang artinya probabilitas lebih besar dari alpha 5%. Maka komisaris independen tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan selama pandemi covid-19. Hal ini terjadi karena pengangkatan komisaris independen cenderung hanya dijadikan sebagai formalitas atas pemenuhan dari regulasi OJK yaitu peraturan no. 33 tahun 2014 terkait dengan keberadaan komisaris independen pada suatu

perusahaan. Selain itu lemahnya pengawasan dari komisaris independen ini menyebabkan tujuan dari dibentuknya komisaris independen tidak berjalan seperti semestinya. Sehingga semakin banyak jumlah komisaris independen belum tentu meningkatkan nilai perusahaan.

4. Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Komisaris Independen Terhadap Nilai perusahaan Selama Pandemi Covid-19.

Berdasarkan nilai probabilitas uji F pada tabel 2 menunjukkan nilai sebesar 0.0000 dan nilai tersebut lebih kecil dari alpha 5%. Maka kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan komisaris independen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan selama pandemi covid-19 secara simultan.

5. Perbandingan Nilai Perusahaan Sebelum & Selama Pandemi Covid-19.

Hasil uji beda *Wilcoxon Signed Ranked Test* pada tabel 7 menunjukkan nilai signifikansi (0.000) < alpha 5% artinya terdapat perbedaan yang signifikan pada Nilai Perusahaan sebelum dan selama pandemi Covid-19. Rata-rata nilai perusahaan makanan dan minuman selama pandemi Covid-19 mengalami penurunan jika dibandingkan dengan sebelum pandemi Covid-19. Hal ini disebabkan karena pada saat pandemi Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) sempat mengalami penurunan sebesar 26,55% sejak awal tahun 2020 (Bisnis.com, 2021). Banyak sektor industri salah satunya makanan dan minuman, beberapa saham perusahaannya ikut menurun. Salah satunya harga saham PT Sekar Bumi (SKBM) pada triwulan 3 tahun 2019 sebesar Rp. 570 sedangkan pada triwulan 3 tahun 2020 turun menjadi Rp. 264.

• **Penilaian Saham**

Tabel 8 Penilaian Saham Perusahaan Makanan & Minuman

No	Kode Saham	Rata-rata Nilai Perusahaan Sebelum Pandemi Covid-19	Rata-rata Nilai Perusahaan Selama Pandemi Covid-19	Keterangan
1	CAMP	2.52	1.44	Overvalue
2	INDF	1.12	1.01	Fairvalue
3	PALM	1.03	0.75	Undervalue
4	SKBM	0.90	0.79	Undervalue
5	SKLT	2.00	2.10	Overvalue
6	STTP	2.52	3.10	Overvalue
7	TBLA	1.03	0.90	Undervalue
8	ULTJ	3.02	2.71	Overvalue
9	ALTO	1.43	1.34	Overvalue
10	MYOR	3.82	3.05	Overvalue
11	DSNG	1.06	0.98	Undervalue
12	PSDN	1.14	1.17	Overvalue
13	HOKI	2.42	2.35	Overvalue

Sumber: Data diolah, 2022.

Berdasarkan tabel diatas, selama pandemi nilai perusahaan mengalami penurunan hal ini dikarenakan pada awal pandemi tahun 2020 Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) sempat anjlok, penurunan IHSG dari 6300 hingga 3900 dalam kurun waktu tiga bulan menandakan bahwa pandemi cukup parah dan menyebabkan beberapa sektor mengalami penurunan harga saham (Fadly, 2021). Akan tetapi meskipun sempat mengalami penurunan selama pandemi, nilai perusahaan makanan dan minuman cenderung dalam kondisi *overvalue* sebab produk yang diproduksi dari perusahaan tersebut mayoritas adalah kebutuhan pokok yang tentu dibutuhkan oleh masyarakat bahkan di saat pandemi.

Perusahaan yang *overvalue* antara lain CAMP, SKLT, STTP, ULTJ, ALTO, MYOR, PSDN dan HOKI. Rekomendasi bagi investor pada saham-saham *overvalue* dapat menjual saham tersebut dikarenakan harganya lebih tinggi jika dibandingkan dengan nilai buku atau dapat menunggu di waktu yang tepat dengan menggunakan analisis teknikal lebih lanjut untuk memastikan kondisi tersebut.

Perusahaan PALM, SKBM, TBLA, dan DSNG merupakan saham-saham yang tergolong *undervalue* sebab nilai tobin's $q < 1$ dan bagi investor dapat mempertimbangkan untuk membeli saham tersebut dengan melakukan analisis teknikal lebih lanjut agar memastikan kondisi tersebut. Lalu untuk perusahaan INDF yaitu masuk ke dalam kategori saham *fairvalue* yaitu nilai tobin's $q = 1$.

Selama tahun 2022, menurut Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (Gapmmi) industri makanan & minuman diprediksi akan mengalami pertumbuhan sebesar 5% hingga 7% (IDX Channel, 2022). Pada triwulan 1 tahun 2022 industri makanan dan minuman tumbuh sebesar 3,75% hal ini lebih tinggi dibandingkan dengan triwulan 1 tahun 2021 yang hanya mencapai 2,45% (Kontan, 2022). Hal ini terjadi karena daya beli masyarakat sudah mulai meningkat jika dilihat dari konsumsi masyarakat yang tumbuh sebesar 4,34% selama triwulan 1 tahun 2022 (databoks, 2022) dan masyarakat sudah mulai beradaptasi dengan kebijakan *new normal*. Berdasarkan hal tersebut, industri makanan & minuman masih memberikan sinyal positif bagi investor sehingga dapat dijadikan sebagai pilihan alternatif untuk berinvestasi pada saham-saham perusahaan makanan dan minuman.

KESIMPULAN

1. Selama pandemi Covid-19 kepemilikan manajerial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan kepemilikan institusional dan komisaris independen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan secara parsial. Lalu secara simultan kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan komisaris independen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
2. Nilai perusahaan sebelum dan selama pandemi Covid-19 berdasarkan hasil uji beda terdapat perbedaan signifikan. Rata-rata nilai perusahaan mengalami penurunan selama pandemi Covid-19 diakibatkan dari penurunan IHSG diawal tahun 2020. Akan tetapi meskipun mengalami penurunan, nilai perusahaan makanan & minuman cenderung masuk kategori *overvalue*. Selama tahun 2022, industri makanan & minuman diprediksi akan mengalami pertumbuhan sebesar 5% - 7%. Hal ini dikarenakan adanya pertumbuhan pengeluaran pada konsumsi masyarakat dan pengeluaran paling besar berasal dari konsumsi makanan & minuman selain itu masyarakat juga sudah mulai beradaptasi dengan kebijakan *new normal*.

DAFTAR PUSTAKA

- Agasva, A. B., & Budiantoro, H. (2020). Pengaruh Good Corporate Governance dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI tahun 2014-2018). *Journal of Economic and Business Aseanomics*, Vol 5, No. 1, 33-53.

- Agatha, R. B., Nurlaela, S., & Samrotun, C. Y. (2020). Kepemilikan Manajerial, Institusional, Dewan Komisaris Independen, Komite Audit dan Kinerja Keuangan Perusahaan Food and Beverage. *E-Jurnal Akuntansi*, 1811-1826.
- Alfinur. (2016). Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Nilai Perusahaan Yang Listing di BEI. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 12 No.1, 44-50.
- Bernandhi, R. (2013). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Kebijakan Dividen, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro*.
- Bisnis.com. (2021). *Setahun Corona di Indonesia, Pasang Surut IHSG dan Generasi Baru Investor Saham*. Retrieved from <https://market.bisnis.com/read/20210302/7/1362610/setahun-corona-di-indonesia-pasang-surut-ihsg-dan-generasi-baru-investor-saham>
- databoks. (2022). *Konsumsi Rumah Tangga Tumbuh 0,19% (Q-to-Q) pada Kuartal I-2022*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/05/10/konsumsi-rumah-tangga-tumbuh-019-q-to-q-pada-kuartal-i-2022>
- Desy. (2017, Juni). Pengaruh Good Corporate Governance (GCG) Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman. *Jurnal FinAcc*, Vol 2, No.2.
- Effendi, M. A. (2016). *The Power of Corporate Governance: Teori dan Implementasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fadly, R. (2021). *Aktivitas Pasar Modal Indonesia di Era Pandemi*. Retrieved from Kementerian Keuangan Republik Indonesia : <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-kupang/baca-artikel/13817/Aktivitas-Pasar-Modal-Indonesia-Di-Era-Pandemi.html>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*.
- Gozali, D. O., Hamzah, S. R., & Pratiwi, N. C. (2022). Pandemi Covid 19: Peran Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Bank. *Norminal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, Vol. 11 No. 1, 122-140.
- Holly, A., & Jao, R. (2022). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan dan Aset Manajemen terhadap Nilai Perusahaan. *Atma Jaya Accounting Research (AJAR)*, 5, No. 1.
- IDX Channel. (2022, Januari). *Industri Mamin Diprediksi Tumbuh hingga 7 Persen di 2022*. Retrieved Agustus 2022, from IDX Channel.COM: <https://www.idxchannel.com/economics/industri-mamin-diprediksi-tumbuh-hingga-7-persen-di-2022>
- Inastri, M. A., & Mimba, N. P. (2017). Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 1400 - 1429.
- Jaya, M. N., & Sunengsih, N. (2009). Kajian Analisis Regresi Dengan Data Panel. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian, Pendidikan dan Penerapan MIPA*. Yogyakarta: Fakultas MIPA, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2021, May 27). *Pemerintah Tekankan Pentingnya Penerapan GCG untuk Keberlanjutan Bisnis dan Upaya Menarik Investasi*. Retrieved from Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia: <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/3025/pemerintah-tekanan-pentingnya-penerapan-gcg-untuk-keberlanjutan-bisnis-dan-upaya-menarik-investasi>

- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2021, April). *Industri Makanan dan Minuman Diakselerasi Menuju Transformasi Digital*. Retrieved from kemenperin.go.id: <https://kemenperin.go.id/artikel/22485/Industri-Makanan-dan-Minuman-Diakselerasi-Menuju-Transformasi-Digital>
- Kontan. (2022). *Kontribusi Industri Makanan dan Minuman Tembus 37,77 Persen*. Retrieved from Kontan: <https://pressrelease.kontan.co.id/news/kontribusi-industri-makanan-dan-minuman-tembus-3777-persen>
- Mantiri, N. J., & Tulung, E. J. (2022). Analisis Komparasi Kinerja Keuangan Perusahaan Food and Beverages di Bursa Efek Indonesia Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal EMBA, Vol.10 No.1*, 907-916.
- Matayassyara, N. B. (2022). Analisis Pengaruh Growth Opportunity dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Industri Barang Konsumsi Sub Sektor Makanan & Minuman yang masuk dalam Indeks Saham Syariah Indonesia Periode 2014-2018). *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol 8, No.1*, 37-53.
- Nilamsari A., A., Mawardi C., M., & Anwar A., S. (2021). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Kepercayaan Investor di Masa Pandemi Covid-19. *10*, 78.
- Nuryono, M., Wijayanti, A., & Samrotun, C. (2019). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Komisaris Independen, Komite Audit Serta Kualitas Audit Pada Nilai Perusahaan. *Edunomika, Vol 3, No. 1*, 199-212.
- Pracihara, M. S. (2016). Pengaruh Kebijakan Hutang, Kepemilikan Manajerial. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Negeri Surabaya, Vol. 21 No.2*.
- Pratiwi, A. R. (2017). Pengaruh Good Corporate Governance (GCG) dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverages Yang Listing di Bursa Efek Indonesia. *Jom FISIP, 4, No. 2*.
- Putra, S. E., & Kurniawati, P. E. (2017). Pengaruh Praktek Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan di Indonesia. *Jurnal Akuntansi, 9, No. 1*.
- Riyanti, & Munawaroh, A. (2021). Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Kebijakan Dividen, Ukuran Perusahaan dan Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis, 2, No. 1*.
- Riyanto, B. (2010). *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan* (Keempat ed.). Yogyakarta: BPFE.
- Santoso, S. (2001). *Statistik Non Parametrik*. Jakarta: PT Elex Media.
- Sari, N. P., Endiana, I. D., & Kumalasari, P. D. (2021, Juni). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017 - 2019. *Jurnal Kharisma, Vol. 3 No.2*, 69.
- Septiawan, F. M., & Hapsari, W. D. (2019). Pengaruh Good Corporate dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *eProceedings Of Management Telkom University, 6, No.2*, 3174.
- Suharsimi. (2011). *Prosedur Penelitian (Edisi Revisi 2010)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sulistiorini, J., & Lestari, D. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Institusional dan Terkonsentrasi terhadap Nilai Perusahaan Consumer Goods. *Kalbisocio, Jurnal Bisnis dan Komunikasi*.

Wahyuni, S., & Banjarnahor, H. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar di BEI. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)*, Vol 13, No. 1, 297-209.

Wibowo, E. (2010). Implementasi Good Corporate Governance di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 10, No. 2, 129-138.

Pengaruh Pengumuman Stock Split dan Right Issue terhadap Abnormal Return dan Trading Volume Activity Saham Perusahaan pada Masa Pandemi Covid-19

Sheren Marsha Radela Aurelia¹⁾, Nurul Hasanah²⁾

¹⁾Program Studi D4 Manajemen Keuangan Politeknik Negeri Jakarta, sheren.marsharadelaurelia.ak18@mhs.wpnj.ac.id, Depok, 16425, Kota Depok, Indonesia

²⁾Program Studi D4 Manajemen Keuangan Politeknik Negeri Jakarta, nurul.hasanah@akuntansi.pnj.ac.id, Depok, 16425, Kota Depok, Indonesia

ABSTRACT

Corporate actions taken during the Covid-19 pandemic are interesting to study, considering that during the Covid-19 pandemic both issuers and investors experienced high market uncertainty, which made investors very careful in making decisions to trade shares. This study aims to determine whether there is an effect between the announcement of stock splits and rights issues on abnormal returns and trading volume activity of shares of companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the Covid-19 pandemic. Hypothesis testing uses the paired sample t-test method if the data is normally distributed, whereas if the data is not distributed abnormally, the Wilcoxon signed rank test will be used. Based on the results of this study, it was found that there was a significant effect between the announcement of stock split on the abnormal returns of the shares of companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the Covid-19 pandemic, but there was no significant effect on the announcement of rights issue. In this study, it was also found that there was no significant effect between the announcement of stock split and rights issue on the trading volume activity of shares of companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the Covid-19 pandemic.

Keywords: Covid-19; Event Study; Stock Split; Right Issue; Abnormal Return; Trading Volume Activity.

ABSTRAK

Aksi korporasi yang dilakukan pada masa pandemi Covid-19 menarik untuk dikaji, mengingat di masa pandemi Covid-19 baik emiten maupun investor mengalami ketidakpastian pasar yang tinggi yang membuat investor sangat berhati-hati dalam mengambil keputusan untuk melakukan perdagangan saham. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara pengumuman *stock split* dan *right issue* terhadap *abnormal return* dan *trading volume activity* saham perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada masa pandemi Covid-19. Pengujian hipotesis menggunakan metode *paired sample t-test* jika data yang terdistribusi secara normal, sedangkan jika data tidak terdistribusi secara tidak normal akan menggunakan uji *wilcoxon signed rank test*. Berdasarkan hasil penelitian ini ditemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pengumuman *stock split* terhadap *abnormal return* saham perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada masa pandemi Covid-19, namun tidak terdapat pengaruh yang signifikan dengan pengumuman *right issue*. Pada penelitian ini juga ditemukan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pengumuman *stock split* dan *right issue* terhadap *trading volume activity* saham perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada masa pandemi Covid-19.

Kata kunci: Covid-19; Event Study; Stock Split; Right Issue; Abnormal Return; Trading Volume Activity.

¹ Corresponding Author. E-mail: sheren.marsharadelaurelia.ak18@mhs.wpnj.ac.id

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pandemi virus Corona atau Covid-19 berawal muncul di Wuhan, China pada akhir tahun 2019. Penyebarannya sangat cepat dari satu negara ke negara lain hingga masuk ke Indonesia. Kasus positif Covid-19 pertama kali terjadi di Indonesia pada tanggal 2 Maret 2020. Aktivitas ekonomi menjadi terbatas sehingga menyebabkan penurunan di berbagai macam sektor seperti transportasi, pariwisata, perbankan, dan pasar modal (Octavera dan Rahadi, 2021).

Pasar modal merupakan salah satu wadah untuk melakukan investasi. Menurut Husnan (2015), pasar modal memiliki peran penting bagi perekonomian suatu negara yaitu sebagai sarana bagi pendanaan usaha atau untuk perusahaan sebagai tambahan dana dari pemodal atau investor. Bagi perusahaan yang membutuhkan dana, memasuki dunia pasar modal merupakan salah satu cara untuk mendapatkan tambahan dana.

Investasi saham pada pasar modal di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat. Hal ini dikarenakan pasar modal dapat memberikan informasi kepada calon investor untuk dijadikan bahan pertimbangan sebelum mengambil keputusan investasi. Salah satu informasi yang perlu diperhatikan oleh investor adalah mengenai pengumuman aksi korporasi yang dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan yang melakukan aksi korporasi dianggap dapat meningkatkan kinerjanya, dan tentunya ini akan memicu kenaikan saham emiten di bursa efek.

Aksi korporasi merupakan aktivitas emiten yang signifikan dan mempengaruhi baik jumlah saham yang beredar ataupun harga yang bergerak di pasar. Tujuan dilakukannya aksi korporasi oleh perusahaan emiten adalah untuk meningkatkan modal perusahaan, membayar hutang yang telah jatuh tempo, ekspansi usaha, meningkatkan likuiditas perdagangan saham serta tujuan lainnya. Dari banyaknya kebijakan aksi korporasi yang dilakukan oleh para emiten untuk mendapatkan dana segar untuk tujuan-tujuan diatas diantaranya adalah dengan melakukan *stock split* dan *right issue*.

Dengan adanya *stock split* dan *right issue* maka akan membuat para investor tertarik untuk memiliki saham perusahaan, sehingga akan berdampak pada meningkatnya *abnormal return* dan *trading volume activity* (Amalia, 2018). *Abnormal return* dan *trading volume activity* merupakan parameter yang dapat digunakan untuk melihat reaksi pasar dari sisi pergerakan aktivitas perdagangan saham di pasar modal. Menurut Dahlia (2021), *abnormal return* dan *trading volume activity* dapat digunakan untuk melihat apakah pengumuman *stock split* dan *right issue* memiliki kandungan informasi yang ditunjukkan dengan sinyal dari pasar berupa pergerakan naik turunnya harga saham.

Penelitian sebelumnya mengenai *abnormal return* yang dilakukan oleh Fadlilah & Fianto (2020), Paramitha (2019), dan Purwata & Wiksuana (2019) mendapatkan hasil bahwa terdapat perbedaan *abnormal return* sebelum dan sesudah peristiwa *stock split*, namun berbeda dengan hasil penelitian dari Astari & Made Suidarma (2020) yang mengatakan bahwa tidak terdapat perbedaan *abnormal return* sebelum dan sesudah peristiwa *stock split*. Penelitian mengenai *trading volume activity* yang dilakukan oleh Jumady & Halim (2020) dan Indrayani, et al (2020) mendapatkan hasil bahwa terdapat perbedaan antara *trading volume activity* sebelum dan sesudah peristiwa *stock split*, namun penelitian dari Jayanti & Fattah (2021) dan Masyithoh (2018) memiliki hasil yang berbeda yaitu tidak terdapat perbedaan *trading volume activity* sebelum dan sesudah peristiwa *stock split*. Selanjutnya, penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa *right issue* memiliki informasi yang membuat pasar bereaksi di antaranya Ridho (2017) mengungkapkan bahwa *right issue* berpengaruh secara signifikan terhadap *abnormal return* dan volume perdagangan saham perusahaan-perusahaan yang melakukan *right issue* di Bursa Efek Indonesia. Berbeda dengan penelitian Fauziah (2018) dan Widyatmoko (2018) yang menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan pada *abnormal return*, namun terdapat perbedaan volume perdagangan saham sebelum dan sesudah pengumuman *right issue* pada periode peristiwa.

Stock split dan *right issue* yang dilakukan pada masa pandemi Covid-19 menjadi menarik dan penting untuk diteliti mengingat peristiwa pandemi Covid-19 merupakan peristiwa besar yang berdampak global, yang tentunya peristiwa *stock split* dan *right issue* menjadi suatu pertimbangan menarik bagi investor. Covid-19 mempengaruhi kondisi pasar modal dengan adanya ketidakstabilan volatilitas saham saat terjadinya pandemi (Bentes, 2021). Ketidakpastian yang tinggi membuat investor sangat berhati-hati dalam mengambil keputusan untuk melakukan perdagangan saham.

Penelitian ini penting untuk dilakukan karena berdasarkan hasil penelitian sebelumnya di atas masih ada perbedaan (*research gap*). Penelitian ini dilakukan pada perusahaan-perusahaan yang melakukan *stock split* dan *right issue* pada masa pandemi Covid-19. Aksi korporasi yang dilakukan pada masa pandemi Covid-19 menarik untuk dikaji, mengingat di masa pandemi Covid-19 baik emiten maupun investor mengalami ketidakpastian pasar yang tinggi yang membuat investor sangat berhati-hati dalam mengambil keputusan untuk melakukan perdagangan saham. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris terkait pengaruh pengumuman *stock split* dan *right issue* terhadap *abnormal return* dan *trading volume activity* saham perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini akan dibahas dalam skripsi yang berjudul “Pengaruh Pengumuman *Stock Split* dan *Right Issue* Terhadap *Abnormal Return* dan *Trading Volume Activity* Saham Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Masa Pandemi Covid-19”.

Permasalahan

Secara teori, *stock split* hanyalah peningkatan jumlah saham yang beredar dan *stock split* tidak menambah suatu nilai perusahaan atau tidak memiliki nilai ekonomis, ini berarti *stock split* tidak menambah nilai kesejahteraan investor (Paramita & Rizal, 2015). Tetapi bukti empiris mengenai *stock split* menunjukkan bahwa pasar memberikan reaksi terhadap pengumuman *stock split*, bahkan beberapa penelitian yang dilakukan menunjukkan hasil yang berbeda mengenai efek *split* tersebut.

Peristiwa *right issue* juga akan mempengaruhi keputusan transaksi investor. Hasil dari keputusan investor dapat dilihat dari ada tidaknya perubahan harga saham dan likuiditas saham. Perubahan harga saham dapat diukur menggunakan *abnormal return*, sedangkan likuiditas saham dapat diukur menggunakan *trading volume activity* (Jahja, 2017). Beberapa penelitian telah dilakukan untuk menemukan bukti empiris mengenai dampak pengumuman *right issue*, namun hasil yang didapat berbeda antara peneliti satu dengan yang lain.

Berdasarkan pemaparan di atas, selain ketidakcocokan antara teori dan praktik, perbedaan dari hasil penelitian para peneliti terdahulu menyebabkan penulis tertarik untuk meneliti mengenai pengaruh pengumuman *stock split* dan *right issue* terhadap *abnormal return* dan *trading volume activity* saham perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada masa pandemi Covid-19.

Tujuan

Merujuk pada permasalahan dan pertanyaan penelitian, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis pengaruh pengumuman *stock split* terhadap *abnormal return* saham perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada masa pandemi Covid-19.
2. Menganalisis pengaruh pengumuman *right issue* terhadap *abnormal return* saham perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada masa pandemi Covid-19.
3. Menganalisis pengaruh pengumuman *stock split* terhadap *trading volume activity* saham perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada masa pandemi Covid-19.
4. Menganalisis pengaruh pengumuman *right issue* terhadap *trading volume activity* saham perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada masa pandemi Covid-19.

TINJAUAN PUSTAKA

Aksi Korporasi

Hadi (2013) menyatakan bahwa aksi korporasi (*corporate action*) merupakan tindakan aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan yang bobotnya cukup material sehingga mempunyai kemungkinan mempengaruhi harga saham dari perusahaan yang bersangkutan di bursa efek. Artinya tindakan tersebut merupakan tindakan atau aksi yang telah dilakukan oleh manajemen perseroan secara sadar dan direncanakan, sehingga tindakan tersebut dapat mempengaruhi harga saham emiten yang bersangkutan. Aksi korporasi merupakan langkah perusahaan dalam rangka meningkatkan kinerja atau menunjukkan performance baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang.

Stock Split

Stock split ialah memecah lembar saham menjadi n lembar saham. Harga per lembar saham baru sesudah pemecahan saham ialah sebesar $1/n$ dari harga saham sebelumnya. Dengan demikian, sebetulnya pemecahan saham tidak menambah nilai dari perusahaan atau dengan kata lain pemecahan saham tidak memiliki nilai ekonomis. *Stock split* dilakukan oleh manajer perusahaan untuk menata kembali harga pasar saham dengan meningkatkan jumlah lembar saham beredar (Hartono, 2017).

Right Issue

Right issue merupakan kebijakan suatu perusahaan yang memberikan hak kepada pemegang saham lama untuk dapat membeli saham baru yang telah diterbitkan perusahaan dengan harga dibawah harga pasar. Kebijakan yang diberikan pemegang saham lama untuk membeli saham terlebih dahulu, tidak semata-mata dapat membeli semua saham yang akan diterbitkan oleh perusahaan. Investor lama dapat membeli saham ketika *right issue* berdasarkan dengan rasio. Rasio yang ditetapkan dalam pembelian *right issue* yaitu 1:2, yang berarti setiap satu lembar pemegang saham maka memperoleh 2 hak untuk membeli saham baru yang akan diterbitkan (Bareksa, 2015).

Likuiditas Saham

Menurut Altezza et al (2014) Likuiditas saham berkaitan dengan kemampuan saham untuk dapat secara cepat diubah menjadi uang ataupun kembali ke dalam bentuk saham dengan biaya sedikit dengan dampak yang kecil terhadap harga saham. Dalam pasar modal yang nyata, saham yang likuid adalah saham yang hanya membutuhkan biaya yang minimal untuk melakukan konversi dari saham ke dalam bentuk uang ataupun sebaliknya.

Abnormal Return

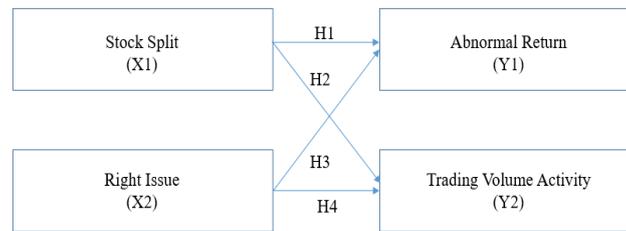
Abnormal return merupakan hasil dari kinerja saham perusahaan sama seperti likuiditas saham. *Abnormal return* yang dimaksud disini yaitu adanya jumlah *return* yang melebihi dari *return* sebenarnya. Dengan kata lain yaitu pengembalian yang diterima oleh investor lebih besar daripada pengembalian yang telah ditentukan sebelumnya. Dengan adanya peningkatan aktivitas penjualan pada suatu perusahaan tidak memungkiri akan memiliki *abnormal return* yang tinggi, sehingga akan memberikan dampak bagi pemegang saham lama akan berlomba-lomba untuk membeli saham lagi yang telah diterbitkan oleh perusahaan (Resdianti, 2020).

Trading Volume Activity

Indikator untuk dapat melihat apakah bursa ramai atau tidak dapat dilihat melalui volume perdagangan saham. Semakin tinggi volume perdagangan saham itu menunjukkan bahwa semakin banyak jumlah transaksi saham. Untuk mengukur volume perdagangan saham dapat digunakan

Trading Volume Activity (TVA), yang merupakan rasio yang antara jumlah saham yang diperdagangkan dengan jumlah lembar saham yang beredar (Khajar, 2016).

Kerangka Pemikiran



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Data Diolah

Hipotesis

H₁ : Pengumuman *stock split* berpengaruh signifikan terhadap *abnormal return* saham perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada masa pandemi Covid-19.

H₂ : Pengumuman *right issue* berpengaruh signifikan terhadap *abnormal return* saham perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada masa pandemi Covid-19.

H₃ : Pengumuman *stock split* berpengaruh signifikan terhadap *trading volume activity* saham perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada masa pandemi Covid-19.

H₄ : Pengumuman *right issue* berpengaruh signifikan terhadap *trading volume activity* saham perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada masa pandemi Covid-19.

METODE PENELITIAN

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dengan metode analisis *event study* yang mencakup analisis statistik deskriptif, uji normalitas, dan uji hipotesis. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data itu diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia, yaitu www.idx.co.id. Data yang diambil yakni *abnormal return* dan *trading volume activity* saham perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang melakukan *stock split* dan *right issue* selama masa pandemi Covid-19. Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang melakukan *stock split* dan *right issue* selama masa pandemi Covid-19. Objek dalam penelitian ini berjumlah 28 perusahaan (11 perusahaan melakukan *stock split* dan 17 perusahaan menerbitkan *right issue*).

Pemilihan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan *purposive sampling* yaitu pemilihan dengan didasarkan atas kriteria tertentu, yaitu:

1. Perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang melakukan *stock split* dan *right issue* selama masa pandemi Covid-19.
2. Perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang tidak melakukan aksi korporasi selain *stock split* dan *right issue* selama periode pengujian.
3. Data perusahaan emiten yang tersedia lengkap untuk dianalisis (*Abnormal Return* dan *Trading Volume Activity Saham*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PreARStockSplit	7	-.00175	.03273	.0107397	.01194127
PostARStockSplit	7	-.02764	-.00250	-.0092961	.00838129
PreARRightIssue	7	-.02007	-.00029	-.0123125	.00864176
PostARRightIssue	7	-.02264	.00592	-.0036327	.01099487
PreTVASplit	7	.00193	.03893	.0086791	.01346374
PostTVASplit	7	.00176	.00515	.0033395	.00114962
PreTVARightIssue	7	.00260	.04760	.0116519	.01613789
PostTVARightIssue	7	.00653	.01683	.0113892	.00364515
Valid N (listwise)	7				

Sumber: SPSS 24 (Data diolah)

Berdasarkan hasil perhitungan statistik deskriptif di atas menunjukkan hasil periode pengamatan sebelum dan sesudah pengumuman *stock split* dan *right issue* dari seluruh objek penelitian pada *abnormal return* dan *trading volume activity*. Variabel *abnormal return* sebelum peristiwa pengumuman *stock split* mempunyai nilai rata-rata sebesar 0.0107 dan standar deviasi sebesar 0.0119 hal ini berarti bahwa nilai rata-rata lebih kecil daripada standar deviasi, sehingga mengindikasikan bahwa hasil yang kurang baik. Sebab standar deviasi merupakan pencerminan penyimpangan yang begitu tinggi sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang tidak normal dan menyebabkan bias. Nilai minimal pada rata-rata *abnormal return* sebesar -0.00175 sedangkan nilai maksimum sebesar 0.03273 dengan hasil tersebut menunjukkan bahwa rentang nilai tertinggi dan terendah cukup jauh.

Variabel *abnormal return* setelah peristiwa pengumuman *stock split* mempunyai nilai rata-rata sebesar -0.0092 dan standar deviasi sebesar 0.0083 hal ini berarti bahwa nilai rata-rata lebih kecil daripada standar deviasi, sehingga mengindikasikan bahwa hasil yang kurang baik. Sebab standar deviasi merupakan pencerminan penyimpangan yang begitu tinggi sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang tidak normal dan menyebabkan bias. Nilai minimal pada rata-rata *abnormal return* sebesar -0.02764 sedangkan nilai maksimum sebesar -0.00250 dengan hasil tersebut menunjukkan bahwa rentang nilai tertinggi dan terendah cukup jauh.

Variabel *abnormal return* sebelum peristiwa pengumuman *right issue* mempunyai nilai rata-rata sebesar -0.0123 dan standar deviasi sebesar 0.0086 hal ini berarti bahwa nilai rata-rata lebih kecil daripada standar deviasi, sehingga mengindikasikan bahwa hasil yang kurang baik. Sebab standar deviasi merupakan pencerminan penyimpangan yang begitu tinggi sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang tidak normal dan menyebabkan bias. Nilai minimal pada rata-rata *abnormal return* sebesar -0.02007 sedangkan nilai maksimum sebesar -0.00029 dengan hasil tersebut menunjukkan bahwa rentang nilai tertinggi dan terendah cukup jauh.

Variabel *abnormal return* setelah peristiwa pengumuman *right issue* mempunyai nilai rata-rata sebesar -0.0036 dan standar deviasi sebesar 0.0109 hal ini berarti bahwa nilai rata-rata lebih kecil daripada standar deviasi, sehingga mengindikasikan bahwa hasil yang kurang baik. Sebab standar deviasi merupakan pencerminan penyimpangan yang begitu tinggi sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang tidak normal dan menyebabkan bias. Nilai minimal pada rata-rata *abnormal return* sebesar -0.02264 sedangkan nilai maksimum sebesar 0.00592 dengan hasil tersebut menunjukkan bahwa rentang nilai tertinggi dan terendah cukup jauh.

Variabel *trading volume activity* sebelum peristiwa pengumuman *stock split* mempunyai nilai rata-rata sebesar 0.0086 dan standar deviasi sebesar 0.0134 hal ini berarti bahwa nilai rata-rata lebih kecil daripada standar deviasi, sehingga mengindikasikan bahwa hasil yang kurang baik. Sebab standar deviasi merupakan pencerminan penyimpangan yang begitu tinggi sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang tidak normal dan menyebabkan bias. Nilai minimal pada rata-rata *trading volume activity* sebesar 0.00193 sedangkan nilai maksimum sebesar 0.038934 dengan hasil tersebut menunjukkan bahwa rentang nilai tertinggi dan terendah cukup jauh.

Variabel *trading volume activity* setelah peristiwa pengumuman *stock split* mempunyai nilai rata-rata sebesar 0.0033 dan standar deviasi sebesar 0.0011 hal ini berarti bahwa nilai rata-rata lebih besar daripada standar deviasi, sehingga mengindikasikan bahwa hasil yang baik. Sebab standar deviasi merupakan pencerminan penyimpangan yang begitu tinggi sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang tidak normal dan menyebabkan bias. Nilai minimal pada rata-rata *trading volume activity* sebesar 0.00176 sedangkan nilai maksimum sebesar 0.00515 dengan hasil tersebut menunjukkan bahwa rentang nilai tertinggi dan terendah cukup jauh.

Variabel *trading volume activity* sebelum peristiwa pengumuman *right issue* mempunyai nilai rata-rata sebesar 0.0116 dan standar deviasi sebesar 0.0161 hal ini berarti bahwa nilai rata-rata lebih kecil daripada standar deviasi, sehingga mengindikasikan bahwa hasil yang kurang baik. Sebab standar deviasi merupakan pencerminan penyimpangan yang begitu tinggi sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang tidak normal dan menyebabkan bias. Nilai minimal pada rata-rata *trading volume activity* sebesar 0.00260 sedangkan nilai maksimum sebesar 0.04760 dengan hasil tersebut menunjukkan bahwa rentang nilai tertinggi dan terendah cukup jauh.

Variabel *trading volume activity* setelah peristiwa pengumuman *right issue* mempunyai nilai rata-rata sebesar 0.0113 dan standar deviasi sebesar 0.0036 hal ini berarti bahwa nilai rata-rata lebih besar daripada standar deviasi, sehingga mengindikasikan bahwa hasil yang baik. Sebab standar deviasi merupakan pencerminan penyimpangan yang begitu tinggi sehingga penyebaran data menunjukkan hasil yang tidak normal dan menyebabkan bias. Nilai minimal pada rata-rata *trading volume activity* sebesar 0.00653 sedangkan nilai maksimum sebesar 0.01683 dengan hasil tersebut menunjukkan bahwa rentang nilai tertinggi dan terendah cukup jauh.

Hasil Uji Normalitas

Tabel 2 Hasil Uji Normalitas

Variabel	Data	Signifikansi Kolmogorov-Smirnov	Keputusan
Rata-Rata Abnormal Return	7 hari (bursa) sebelum pengumuman <i>stock split</i> pada masa pandemi Covid-19	0,200	Normal
	7 hari (bursa) sesudah pengumuman <i>stock split</i> pada masa pandemi Covid-19	0,003	Tidak Normal
	7 hari (bursa) sebelum pengumuman <i>right issue</i> pada masa pandemi Covid-19	0,049	Tidak Normal
	7 hari (bursa) sesudah pengumuman <i>right issue</i> pada masa pandemi Covid-19	0,100	Normal

Rata-Rata Trading Volume Activity	7 hari (bursa) sebelum pengumuman <i>stock split</i> pada masa pandemi Covid-19	0,001	Tidak Normal
	7 hari (bursa) sesudah pengumuman <i>stock split</i> pada masa pandemi Covid-19	0,200	Normal
	7 hari (bursa) sebelum pengumuman <i>right issue</i> pada masa pandemi Covid-19	0,001	Tidak Normal
	7 hari (bursa) sesudah pengumuman <i>right issue</i> pada masa pandemi Covid-19	0,200	Normal

Sumber: SPSS 24 (Data diolah)

Berdasarkan Tabel 2 di atas, dapat diketahui bahwa pada variabel rata-rata *abnormal return* dengan data 7 hari (bursa) sebelum pengumuman *stock split* pada masa pandemi Covid-19 memiliki signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* sebesar $0,200 > 0,05$, sehingga data yang diperoleh memiliki distribusi normal. Variabel rata-rata *abnormal return* dengan data 7 hari (bursa) sesudah pengumuman *stock split* pada masa pandemi Covid-19 memiliki signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* sebesar $0,003 < 0,05$, sehingga data yang diperoleh memiliki distribusi tidak normal. Sehubungan dengan salah satu data yang akan digunakan untuk uji hipotesis selanjutnya ada data yang tidak berdistribusi normal yaitu data 7 hari (bursa) setelah pengumuman, maka dapat menggunakan pengujian non parametrik dengan uji *Wilcoxon Signed Rank Test*.

Pada variabel rata-rata *abnormal return* dengan data 7 hari (bursa) sebelum pengumuman *right issue* pada masa pandemi Covid-19 memiliki signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* sebesar $0,049 < 0,05$, sehingga data yang diperoleh memiliki distribusi tidak normal. Variabel rata-rata *abnormal return* dengan data 7 hari (bursa) sesudah pengumuman *right issue* pada masa pandemi Covid-19 memiliki signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* sebesar $0,100 > 0,05$, sehingga data yang diperoleh memiliki distribusi normal. Sehubungan dengan salah satu data yang akan digunakan untuk uji hipotesis selanjutnya ada data yang tidak berdistribusi normal yaitu data 7 hari (bursa) sebelum pengumuman, maka dapat menggunakan pengujian non parametrik dengan uji *Wilcoxon Signed Rank Test*.

Pada variabel rata-rata *trading volume activity* dengan data 7 hari (bursa) sebelum pengumuman *stock split* pada masa pandemi Covid-19 memiliki signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* sebesar $0,001 < 0,05$, sehingga data yang diperoleh memiliki distribusi tidak normal. Variabel rata-rata *trading volume activity* dengan data 7 hari (bursa) sesudah pengumuman *stock split* pada masa pandemi Covid-19 memiliki signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* sebesar $0,200 > 0,05$, sehingga data yang diperoleh memiliki distribusi normal. Sehubungan dengan salah satu data yang akan digunakan untuk uji hipotesis selanjutnya ada data yang tidak berdistribusi normal yaitu data 7 hari (bursa) sebelum pengumuman, maka dapat menggunakan pengujian non parametrik dengan uji *Wilcoxon Signed Rank Test*.

Pada variabel rata-rata *trading volume activity* dengan data 7 hari (bursa) sebelum pengumuman *right issue* pada masa pandemi Covid-19 memiliki signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* sebesar $0,001 < 0,05$, sehingga data yang diperoleh memiliki distribusi tidak normal. Variabel rata-rata *trading volume activity* dengan data 7 hari (bursa) sesudah pengumuman *right issue* pada masa pandemi Covid-19 memiliki signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* sebesar $0,200 > 0,05$, sehingga data yang diperoleh memiliki distribusi normal. Sehubungan dengan salah satu data yang akan digunakan untuk uji hipotesis selanjutnya ada data yang tidak berdistribusi normal yaitu data 7 hari (bursa)

sebelum pengumuman, maka dapat menggunakan pengujian non parametrik dengan uji *Wilcoxon Signed Rank Test*.

Hasil Uji Hipotesis Abnormal Return Saham Perusahaan yang Melakukan Stock Split pada Masa Pandemi Covid-19

Tabel 3 Hasil Uji Hipotesis *Abnormal Return* Saham Perusahaan yang Melakukan *Stock Split* pada Masa Pandemi Covid-19

Pasangan Data	Mean (Rata-Rata)	Z	Asymp. Sig (2-tailed)
7 hari (bursa) sebelum pengumuman <i>stock split</i> pada masa pandemi Covid-19	0,0107397	-2,386	0,018
7 hari (bursa) sesudah pengumuman <i>stock split</i> pada masa pandemi Covid-19	-0.0092961		

Sumber: SPSS 24 (Data diolah)

Tabel 3 menunjukkan rata-rata *abnormal return* 7 hari (bursa) sebelum dan sesudah pengumuman *stock split* pada masa pandemi Covid-19 memiliki nilai Z sebesar -2,386 dan *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar $0,018 < 0,05$, maka hipotesis 1 (H_{a1}) diterima. Artinya terdapat perbedaan rata-rata *abnormal return* saham perusahaan sebelum dan sesudah pengumuman *stock split* pada masa pandemi Covid-19. Hal ini berarti pengumuman *stock split* pada masa pandemi Covid-19 memberikan reaksi terhadap saham perusahaan pada periode 7 (tujuh) hari sebelum dan sesudah pengumuman *stock split* pada masa pandemi Covid-19.

Hasil Uji Hipotesis Abnormal Return Saham Perusahaan yang Melakukan Right Issue pada Masa Pandemi Covid-19

Tabel 4 Hasil Uji Hipotesis *Abnormal Return* Saham Perusahaan yang Melakukan *Right Issue* pada Masa Pandemi Covid-19

Pasangan Data	Mean (Rata-Rata)	Z	Asymp. Sig (2-tailed)
7 hari (bursa) sebelum pengumuman <i>stock split</i> pada masa pandemi Covid-19	-0,0123125	-1,690	0,091
7 hari (bursa) sesudah pengumuman <i>stock split</i> pada masa pandemi Covid-19	-0,0036327		

Sumber: SPSS 24 (Data diolah)

Tabel 4 menunjukkan rata-rata *abnormal return* 7 hari (bursa) sebelum dan sesudah pengumuman *right issue* pada masa pandemi Covid-19 memiliki nilai Z sebesar -1,690 dan *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar $0,091 > 0,05$, maka hipotesis 2 (H_{a2}) ditolak. Artinya tidak terdapat perbedaan rata-rata *abnormal return* saham perusahaan sebelum dan sesudah pengumuman *right issue* pada masa pandemi Covid-19. Hal ini berarti pengumuman *right issue* pada masa pandemi Covid-19 tidak memberikan reaksi terhadap saham perusahaan pada periode 7 (tujuh) hari sebelum dan sesudah pengumuman *stock split* pada masa pandemi Covid-19.

Hasil Uji Hipotesis Trading Volume Activity Saham Perusahaan yang Melakukan Stock Split pada Masa Pandemi Covid-19

Tabel 5 Hasil Uji Hipotesis Trading Volume Activity Saham Perusahaan yang Melakukan Stock Split pada Masa Pandemi Covid-19

Pasangan Data	Mean (Rata-Rata)	Z	Asymp. Sig (2-tailed)
7 hari (bursa) sebelum pengumuman <i>stock split</i> pada masa pandemi Covid-19	0,0086791	-1,521	0,128
7 hari (bursa) sesudah pengumuman <i>stock split</i> pada masa pandemi Covid-19	0,0033395		

Sumber: SPSS 24 (Data diolah)

Tabel 5 menunjukkan rata-rata *trading volume activity* 7 hari (bursa) sebelum dan sesudah pengumuman *stock split* pada masa pandemi Covid-19 memiliki *sig. t* (2-tailed) sebesar 0,128 > 0,05, maka hipotesis 3 (Ha3) ditolak. Artinya tidak terdapat pengaruh pada *trading volume activity* saham perusahaan sebelum dan sesudah *stock split* pada masa pandemi Covid-19. Hal ini berarti pengumuman *stock split* pada masa pandemi Covid-19 tidak memberikan sinyal pada aktivitas volume perdagangan saham perusahaan di pasar modal untuk bereaksi pada periode 7 (tujuh) hari sebelum dan sesudah *stock split* pada masa pandemi Covid-19.

Hasil Uji Hipotesis Trading Volume Activity Saham Perusahaan yang Melakukan Right Issue pada Masa Pandemi Covid-19

Tabel 6 Hasil Uji Hipotesis Trading Volume Activity Saham Perusahaan yang Melakukan Right Issue pada Masa Pandemi Covid-19

Pasangan Data	Mean (Rata-Rata)	Z	Asymp. Sig (2-tailed)
7 hari (bursa) sebelum pengumuman <i>right issue</i> pada masa pandemi Covid-19	0,0116519	-0,845	0,398
7 hari (bursa) sesudah pengumuman <i>right issue</i> pada masa pandemi Covid-19	0,0113892		

Sumber: SPSS 24 (Data diolah)

Tabel 6 menunjukkan rata-rata *trading volume activity* 7 hari (bursa) sebelum dan sesudah pengumuman *right issue* pada masa pandemi Covid-19 memiliki *sig. t* (2-tailed) sebesar 0,398 > 0,05, maka hipotesis 4 (Ha4) ditolak. Artinya tidak terdapat pengaruh pada *trading volume activity* saham perusahaan sebelum dan sesudah *right issue* pada masa pandemi Covid-19. Hal ini berarti pengumuman *right issue* pada masa pandemi Covid-19 tidak memberikan sinyal pada aktivitas volume perdagangan saham perusahaan di pasar modal untuk bereaksi pada periode 7 (tujuh) hari sebelum dan sesudah *right issue* pada masa pandemi Covid-19.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara pengumuman *stock split* terhadap *abnormal return* saham perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada masa pandemi Covid-19.

2. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pengumuman *right issue* terhadap *abnormal return* saham perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada masa pandemi Covid-19.
3. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pengumuman *stock split* terhadap *trading volume activity* saham perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada masa pandemi Covid-19.
4. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pengumuman *right issue* terhadap *trading volume activity* saham perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada masa pandemi Covid-19.

DAFTAR PUSTAKA

- Alteza, Muniya, dkk. (2014). Perubahan Likuiditas Akibat Pemecahan Saham: Studi di Pasar Modal Indonesia. *Jurnal Economia*, 10(1). Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Astari, N. K. P., & Made Suidarma, I. (2020). Analisis Perbedaan Trading Volume Activity, Bid-Ask Spread Dan Abnormal Return Sebelum Dan Sesudah Stock Split Di Pt Unilever Indonesia Tbk. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 5(2), 2528–2093.
- Bareksa. (2015, April 07). *Apa Itu Right Issue & Apa Konsekuensinya? Apakah Menguntungkan Bagi Investor?* Retrieved from Apa Itu Right Issue & Apa Konsekuensinya? Apakah Menguntungkan Bagi Investor?: <https://www.bareksa.com/id/text/2015/04/07/apa-itu-right-issue-apakonsekuensinya-apakah-menguntungkan-bagi-investor/10050/saham>
- Dahlia, Anisa. (2021). Analisis Pengumuman Right Issue Terhadap Abnormal Return dan Trading Volume Activity di Indonesia Stock Exchange.
- Fadlilah, & Fianto, B. A. (2020). Reaksi Pasar Atas Stock Split Pada Pasar Modal Syariah Indonesia Dan Malaysia Periode 2015-2019. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 7(4), 734–744.
- Fauziah, Rica. (2018). Analisis Right issue Terhadap Abnormal Return Dan Trading Volume Activity (Studi kasus pada Bursa Efek Indonesia periode 2013- 2017). *Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia*.
- Hadi, Nor. 2013. *Pasar Modal : Acuan Teoritis dan Praktis Investasi di Instrumen Keuangan Pasar Modal*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Halim, A. (2018). *Analisis Investasi dan Aplikasinya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hartono, Jogiyanto. 2017. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi Edisi Kesepuluh*. Yogyakarta: BPFE.
- Husain, T., & Syniuta, A. (2020). Audit Fee and "The Big-Four": A Comparative Study at Initial Public Offerings (IPO) Companies in Indonesia Stock Exchange (IDX). *Multidisciplinary European Academic Journal*, 2(4), 1-7.
- Husnan, Suad. (2015). *Dasar-Dasar Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas*. UPP STIM YKPN.
- Indrayani, Murhaban, & Syatriani. (2020). Analisis Perbandingan Volume Perdagangan Saham Sebelum Dan Sesudah Melakukan Stock Split. *Berkala Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 5(2), 97–109.
- Jahja, Nico. (2017). Pengaruh Pengumuman Right Issue Terhadap Abnormal Return dan Volume Perdagangan Saham (Studi Kasus Pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2016).
- Jayanti, N. E., & Fattah, V. (2021). ANALISIS PERBANDINGAN VOLUME PERDAGANGAN SAHAM SEBELUM DAN SESUDAH STOCK SPLIT DI BEI. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, 7(1), 1–11.
- Jumady, E., & Halim, A. (2020). ANALISIS PERBANDINGAN VOLUME PERDAGANGAN SAHAM SEBELUM DAN SESUDAH STOCK SPLIT PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA. *Jurnal Ecoment Global*, 5(2), 131–140.
- Khajar, Ibnu. (2016). Analisis Stock Split Terhadap Harga Saham dan Volume Perdagangan Saham Indek LQ-45 Periode 2010-2016. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 2(3).

- Masyithoh, S. (2018). Stock Split Saham dan Dampaknya Terhadap Volume Perdagangan dan Abnormal Return Saham. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 2(1), 62–74.
- Octavera, S., & Rahadi, F. (2021). Reaksi Pasar Modal di Asia Tenggara Terhadap Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas*, 23(1), 162-172.
- Paramita, R. W. D., & Rizal, N. (2015). Internet Financial Report: Respons Pasar Sebelum dan Sesudah Tanggal Publikasi. *Koordinasi Perguruan Tinggi Swasta (KOPERTIS) Wilayah VII*, 68.
- Paramitha, D. (2019). Analisis Reaksi Pasar Atas Pengumuman Stock Split Dyah. *EJurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 27, 1897–1924.
- Purwata, I. P., & Wiksuana, I. G. B. (2019). Reaksi Pasar Terhadap Peristiwa Stock Split Di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(4), 2352–2380.
- Resdianti, Devi. (2020). ANALISIS PERBEDAAN LIKUIDITAS SAHAM DAN ABNORMAL RETURN SEBELUM DAN SESUDAH RIGHT ISSUE (Studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018).
- Ridho, Ainun. (2017). Analisis Reaksi Investor Terhadap Pengumuman Right issue Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015 (Suatu Pengamatan Pada Abnormal Return Dan Aktivitas Volume Perdagangan). *e-Proceeding of Management*, 4(3).
- Siswanto, A. H. (2019). Right Issue Sebagai Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Saham Terhadap Dilusi Saham Perusahaan Terbuka. *Lex Jurnalica*, 16(3).
- Widyatmoko, M. K. (2018). Pengaruh Pengumuman Right issue Terhadap Abnormal Return Dan Volume Perdagangan Saham (Studi Kasus Pada Perusahaan Asuransi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2015.Periode 2011- 2015). *e-Jurnal Riset Manajemen*.
- Widyatmoko, M. K. (2021). Pengaruh Pengumuman Right Issue pada Abnormal Return dan Volume Perdagangan Saham. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 6(2).

Analisis Kelayakan Pembelian Saham *Overvalued* dengan Pendekatan *Present Value of Growth Opportunities* (PVGO) pada Saham Bank Digital

Syifa Rahmaniar Arisman¹⁾, Fathir Ashfath²⁾

¹⁾ Mahasiswa, syifa.rahmaniararisman.ak18@mhs.pnj.ac.id, Mekarsari, 16452, Depok, Indonesia

²⁾ Dosen, fathir.ashfath@akuntansi.pnj.ac.id, Jl. Prof. Dr. G. A. Siwabessy, 16425, Depok, Indonesia

ABSTRACT

This study was conducted to determine the intrinsic value, valuation results, and the feasibility of overvalued digital bank shares to be purchased using the present value of growth opportunities (PVGO) approach. Stock valuation with PBV and PVGO calculation is done by financial modeling method using Microsoft Excel. Based on the results of purposive sampling, the shares of PT Bank Raya Indonesia Tbk (AGRO), PT Bank Jago Tbk (ARTO), PT Bank MNC Internasional Tbk (BABP), and PT Bank Neo Commerce Tbk (BBYB), were selected as research sample. These shares are overvalued with intrinsic value of each is Rp591,34; Rp7.996,61; Rp89,58; and 1.065,85. The results of PVGO for all research samples are positive with a PVGO percentage of 177,02% (AGRO); 99,41% (ARTO); 94,03% (BABP); 171,86% (BBYB). The PVGO results show that AGRO, ARTO, BABP, and BBYB stocks are worth buying because they have high growth opportunities in the future.

Keywords: stock valuation; PBV; PVGO; digital bank.

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui nilai intrinsik, hasil valuasi, serta kelayakan saham bank digital yang *overvalued* untuk tetap dibeli dengan pendekatan *present value of growth opportunities* (PVGO). Valuasi saham dengan PBV dan perhitungan PVGO dilakukan dengan menggunakan metode *financial modeling* dalam Microsoft Excel. Berdasarkan hasil *purposive sampling*, saham PT Bank Raya Indonesia Tbk (AGRO), PT Bank Jago Tbk (ARTO), PT Bank MNC Internasional Tbk (BABP), dan PT Bank Neo Commerce Tbk (BBYB) terpilih menjadi saham sampel penelitian. Saham-saham ini dinilai *overvalued* dengan nilai intrinsik masing-masing sebesar Rp591,34; Rp7.996,61; Rp89,58; dan 1.065,85. Hasil PVGO seluruh saham sampel penelitian adalah positif dengan persentase PVGO sebesar 177,02% (AGRO); 99,41% (ARTO); 94,03% (BABP); 171,86% (BBYB). Hasil PVGO tersebut menunjukkan bahwa saham AGRO, ARTO, BABP, dan BBYB layak untuk dibeli karena memiliki peluang tumbuh yang besar di masa depan.

Kata-Kata Kunci: valuasi saham; PBV; PVGO; bank digital

¹ Corresponding author. E-mail: syifa.rahmaniararisman.ak18@mhs.pnj.ac.id

1. PENDAHULUAN

Revolusi industri 4.0 mendorong penerapan digitalisasi termasuk dalam sektor perbankan. Faktor lain dibalik percepatan transformasi bank digital ini, yaitu persentase penggunaan internet hingga 73,70% dari total penduduk berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia (APJII) untuk tahun 2019 – 2021 (Q2); perilaku digital masyarakat, yaitu melakukan kegiatan secara virtual atau online; serta peningkatan volume transaksi uang elektronik pada tahun 2021 mencapai 5.450.400.276, hampir delapan kali lipat dari tahun 2016 (Bank Indonesia, 2022).

Hal ini menunjukkan pelayanan yang cepat, mudah diakses kapanpun dan dimanapun, serta *scripless* sangat diminati oleh nasabah. Sehingga dapat dikatakan bank digital memiliki prospek yang bagus kedepannya. Selain cek saldo dan transaksi pembayaran, calon nasabah dapat pula membuka rekening secara online tanpa harus pergi langsung ke bank. Bank digital berupa *super apps*, memanfaatkan penggunaan *artificial intelligence* (AI) berupa *chatbot*. Sehingga layanan yang diberikan lebih lengkap serta menjadi pembeda bank digital dengan *mobile* dan *internet banking* (Hartono & Atmaja, 2021).

Besarnya peluang bank digital untuk tumbuh di Indonesia menarik perhatian investor untuk berinvestasi pada saham bank digital yang sudah *listing* atau telah melakukan *Initial Public Offering* (IPO). Kini harga saham-saham bank digital yang sudah *listing* meningkat dibandingkan harga saat IPO. Kendati demikian, untuk meminimalisir risiko investasi tidak bisa hanya mengandalkan fenomena yang terjadi saja, melainkan perlu dilakukan penilaian atau valuasi terhadap saham terlebih dahulu.

Relative valuation adalah salah satu metode valuasi saham dengan membandingkan hasil analisis menggunakan pendekatan *price to earning ratio* (PER), *price to sales ratio* (P/S), dan nilai buku *price to book value* (PBV) dengan perusahaan sejenisnya (Mawaddah, 2021). Penggunaan PER merupakan yang paling sering digunakan sebab mudah untuk dilakukan dan mencerminkan pasar secara *real time* (Hendrawan et al., 2020). Namun, PER tidak dapat digunakan apabila perusahaan mengalami kerugian. Meskipun tidak mencerminkan nilai pasar sebenarnya, PBV tetap bisa digunakan saat perusahaan merugi dan hasil perhitungannya lebih stabil (Hartono, 2018). Nilai intrinsik atau nilai wajar saham akan dibandingkan dengan nilai saham di pasar untuk mengetahui apakah saham tersebut *undervalued*, *overvalued*, atau *correctly valued*.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, rekomendasi yang diberikan untuk saham *overvalued* adalah jual jika memiliki saham pada portofolio dan tidak membelinya jika belum ada di portofolio investasi. Namun, kenyataan saat ini untuk saham bank digital yang terindikasi *overvalued* tetap menarik dan dibeli oleh investor. Gambar 1. di bawah menggambarkan ketertarikan investor terhadap saham bank digital dilihat dari harga saham yang terus meningkat.



Gambar 1. Harga Saham Bank Digital Periode 2020 – 2021

Sumber: Yahoo! Finance, 2022 (data diolah)

Hal ini menunjukkan adanya anomali atau keadaan yang tidak sejalan dengan teori di pasar. Berubahnya perilaku investor dengan membeli saham *overvalued* seperti mengisyaratkan bahwa saham bank digital memiliki potensi untuk tumbuh di masa depan dan memberikan imbal hasil (*return*) lebih sehingga sebanding dengan biaya yang dikorbankan untuk membeli saham bank digital. Untuk memastikan fenomena tersebut, valuasi saham pada penelitian ini dilakukan dengan PBV. Perhitungan valuasi saham sektor perbankan menggunakan PBV sering digunakan sebab sebagian aset perbankan berupa aset kertas seperti uang, cek, dan deposito yang sudah mencerminkan nilai sebenarnya (Debora, 2021).

Pendekatan *present value of growth opportunities* (PVGGO) didefinisikan sebagai nilai sekarang dari peluang pertumbuhan di masa depan atas reinvestasi yang dilakukan perusahaan (Balzer et al., 2020). Tercatat bahwa emiten bank digital dalam penelitian ini tidak membayarkan dividennya. Dengan kata lain, pendapatan yang diperoleh diinvestasikan kembali. Sehingga PVGO cocok untuk mengukur apakah perusahaan memiliki peluang untuk tumbuh jika menginvestasikan kembali uangnya ke perusahaan. Maka dari itu, penelitian berjudul “Analisis Kelayakan Pembelian Saham *Overvalued* dengan Pendekatan *Present Value of Growth Opportunities* (PVGGO) pada Saham Bank Digital” dilakukan dengan tujuan untuk menghitung nilai intrinsik, menilai saham, dan menganalisis kelayakan saham bank digital yang sudah *overvalued* menggunakan pendekatan PVGO. Disebabkan masih terbatasnya penelitian terdahulu mengenai anomali di pasar modal Indonesia dan belum ditemukan kasus serupa dan menggunakan pendekatan PVGO, diharapkan penelitian ini dapat mengisi kesenjangan penelitian terdahulu dan membantu investor dalam membuat keputusan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Analisis Fundamental

Menurut Hartono (2018), analisis fundamental merupakan analisis ekonomi perusahaan yang menitik beratkan pada rasio finansial dan kejadian yang memengaruhi perusahaan secara langsung maupun tidak langsung. Analisis fundamental terdiri dari beberapa bagian sebagai berikut (Marino & Badriatin, 2021).

- Analisis ekonomi makro

Analisis ekonomi makro dilakukan dengan mengamati kondisi perekonomian negara seperti inflasi, pendapatan domestik bruto (PDB), tingkat suku bunga, nilai tukar uang, dan pajak.

- Analisis industri

Analisis industri dilakukan dengan membandingkan kinerja perusahaan di industri yang sama atau antar industri. Investor dapat membandingkan pangsa pasar, bagaimana pertumbuhan, dan persaingan dari industri yang diamati.

- Analisis perusahaan

Analisis perusahaan dilakukan untuk mengetahui kondisi dan kinerja perusahaan dengan melihat rasio keuangan perusahaan serta pergerakan harga sahamnya.

Valuasi Saham

Sebelum melakukan investasi, terdapat berbagai macam cara dalam menganalisis saham. Salah satunya adalah dengan melakukan valuasi atau penilaian saham. Tandelilin (2017, hal. 305) menyebutkan terdapat tiga nilai yang dimiliki saham

“Saham memiliki tiga jenis nilai, yaitu: nilai buku, nilai pasar, dan nilai intrinsik saham. Nilai buku merupakan nilai yang dihitung berdasarkan pembukuan perusahaan penerbit saham (emiten). Nilai pasar adalah harga saham perusahaan di pasar. Sedangkan nilai intrinsik adalah nilai saham yang sebenarnya atau seharusnya terjadi.”

Hartono (2018) menjelaskan bahwa valuasi saham dibagi menjadi dua jenis, *absolute valuation* dan *relative valuation*. *Absolute valuation* digunakan untuk mengetahui nilai aset dengan mendiskontokan proyeksi arus kas menggunakan metode *dividend discounted model* (DDM), *discounted cash flow model* (DCF), dan *residual income model* (Hartono, 2018). Sedangkan valuasi dengan *relative valuation* dilakukan dengan membandingkan suatu perusahaan dengan perusahaan lain yang sejenis atau industri yang sama menggunakan *price to earning ratio* (PER), *price to sales ratio* (P/S), dan *price to book value* (PBV) (Hartono, 2018).

Dengan memvaluasi harga saham, investor dapat mengetahui apakah harga saham di pasar terlalu tinggi (*overvalued*), terlalu rendah (*undervalued*), atau sama dengan nilai intrinsiknya (*correctly valued*).

Rasio Keuangan

Price to Book Value (PBV)

Hasil perhitungan *price to book value* (PBV) menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengelola modal investor (ekuitas) untuk menciptakan nilai lebih perusahaan (Franita, 2018). PBV merupakan indikator yang lebih stabil dalam valuasi harga saham dan dapat digunakan meski perusahaan mengalami kerugian (Hartono, 2018). Berikut rumus dari PBV dan BVPS (Anggraini, 2021):

$$PBV = \frac{\text{Harga saham}}{BVPS} \quad (1)$$

BVPS (*book value per share*) pada rumus PBV adalah nilai buku per lembar saham yang diperoleh dari rumus dibawah ini (Anggraini, 2021).

$$BVPS = \frac{\text{Total ekuitas}}{\text{Jumlah saham beredar}} \quad (2)$$

Jika nilai PBV dan BVPS sudah diperoleh, maka langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai intrinsik dengan harga saham terkait di pasar. Nilai intrinsik saham dengan pendekatan PBV dapat diperoleh dari rumus berikut (Anggraini, 2021):

$$\text{Nilai intrinsik} = BVPS \times PBV \text{ rata - rata} \quad (3)$$

Pedoman penilaian saham untuk membantu investor dalam membuat keputusan investasi seperti yang disebutkan oleh Tandelilin (2017) adalah sebagai berikut.

- Apabila nilai intrinsik > harga pasar, maka saham tersebut dinilai *undervalued*. Keputusan yang diambil adalah beli saham atau ditahan (apabila telah dimiliki) dengan mempertimbangkan adanya harapan bahwa harga saham tersebut bisa naik.
- Apabila nilai intrinsik < harga pasar, maka saham tersebut dinilai *overvalued*. Keputusan yang diambil adalah jual saham dengan mempertimbangkan kemungkinan harga saham tersebut akan turun.
- Apabila nilai intrinsik = harga pasar, maka saham tersebut dinilai wajar harganya (*correctly valued*) dan berada dalam kondisi keseimbangan. Keputusan investasi yang dapat diambil adalah mempertahankan atau menahan untuk tidak menjual atau membeli saham tersebut sampai kondisi yang menguntungkan bagi investor.

Earnings per Share (EPS)

Menurut Handini dan Astawinetu (2020, hal. 74), *earnings per share* (EPS) adalah “keuntungan yang diberikan kepada pemegang saham dari setiap lembar yang dimiliki”. Semakin tinggi nilai EPS, maka

semakin tinggi pula keuntungan yang didapat investor. Nilai EPS dipengaruhi oleh laba bersih perusahaan dan jumlah sahamnya yang beredar. Rumus EPS adalah sebagai berikut (Bodie et al., 2018).

$$EPS = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Jumlah saham yang beredar}} \quad (4)$$

Dalam penelitian ini, estimasi EPS dibutuhkan untuk menghitung nilai PVGO saham yang dilakukan dengan rumus dibawah ini (Bodie et al., 2018).

$$\text{Estimasi EPS} = EPS_0 (1 + g) \quad (5)$$

Keterangan:

EPS_0 : *earnings per share* (EPS) tahun sebelumnya

g : tingkat pertumbuhan dividen

Pertumbuhan (g) dalam rumus estimasi EPS diperoleh dengan rumus (Bodie et al., 2018):

$$g = ROE \times b \quad (6)$$

$$g = ROE \times (1 - DPR) \quad (7)$$

Keterangan:

g : tingkat pertumbuhan dividen

ROE : *return on equity*

b : persentase laba ditahan (*plowback ratio*)

DPR : *dividend payout ratio*

Return on Equity (ROE)

Return on equity (ROE) merupakan salah satu perhitungan dalam rasio profitabilitas guna mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. ROE mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari ekuitas atau modal yang dimiliki (Anwar, 2019). Tingginya ROE menandakan tingginya profit atau keuntungan yang dapat diterima investor. Berikut adalah rumus ROE (Bodie et al., 2018).

$$ROE = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Ekuitas}} \quad (8)$$

Dividend Payout Ratio (DPR)

Rahardjo (2021, hal. 93) menyebutkan bahwa “*dividend payout ratio* (DPR) adalah rasio atau perbandingan antara jumlah dividen yang dibayarkan dengan laba bersih perusahaan”. Semakin besar persentase DPR, maka semakin kecil persentase laba ditahan. Rumus dari DPR adalah sebagai berikut (Rahardjo, 2021).

$$DPR = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total dividen}} \times 100 \quad (9)$$

Cost of Equity

Cost of equity merupakan tingkat pengembalian minimum yang diharapkan oleh investor atas saham yang dibeli (CFA Institute, 2018). Persentase *cost of equity* dapat diperoleh menggunakan metode *capital asset pricing model* (CAPM) (CFA Institute, 2018). Metode ini memberikan gambaran mengenai hubungan

antara *cost of equity* dengan risiko sistematis (β). Asumsi yang digunakan dalam metode CAPM, yaitu seluruh investor adalah sama dan pasar berjalan dengan baik dengan sedikit hambatan perdagangan (Bodie et al., 2018).

$$\text{Cost of equity} = R_f + \beta(R_m - R_f) \quad (10)$$

Keterangan:

R_f : *risk-free rate*

R_m : *market return*

β : koefisien beta

$R_m - R_f$: *risk premium*

Present Value of Growth Opportunities (PVGO)

Menurut Bodie et al. (2018), penggunaan laba ditahan atau *retained earnings* oleh perusahaan untuk diinvestasikan kembali (reinvestasi) dapat menambah nilai saham di masa depan dan tingkat pertumbuhan dividen yang diberikan perusahaan akan lebih tinggi. Nilai pertambahan tersebut adalah *present value of growth opportunities* (PVGO). Dengan mengetahui kesempatan saham untuk tumbuh di masa depan, investor dapat memaksimalkan keuntungannya. Adapun rumus dari PVGO adalah sebagai berikut (Bodie et al., 2018).

$$\text{PVGO} = \text{Harga saham} - \left(\frac{\text{Estimasi EPS}}{\text{Cost of equity}} \right) \quad (11)$$

PVGO positif menandakan bahwa perusahaan memiliki kesempatan untuk tumbuh dengan menginvestasikan kembali pendapatan yang diperoleh ke dalam proyek yang menjanjikan. Investor dapat memperoleh keuntungan berupa *capital gain* dan dividen pada beberapa tahun kedepan dari perusahaan dengan PVGO positif. Sebaliknya, PVGO negatif menandakan perusahaan tidak memiliki proyek yang menguntungkan dan akan lebih baik bila membayarkan dividen.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Objek Penelitian dan Metode pengambilan Sampel

Objek dari penelitian ini adalah empat saham bank digital, yaitu AGRO (PT Bank Raya Indonesia Tbk); ARTO (PT Bank Jago Tbk); BABP (PT Bank MNC Internasional Tbk); dan BBYB (PT Bank Neo Commerce Tbk). Keempat saham tersebut dipilih melalui metode *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut.

Tabel 1. Kriteria *Purposive Sampling*

Kriteria	Jumlah
Merupakan saham sektor keuangan, sub sektor perbankan	47
Bukan merupakan saham bank digital	(41)
Belum melantai di BEI selama lima tahun	(2)
Saham yang memenuhi kriteria	4

Sumber: data diolah, 2022

Jenis dan Sumber Data Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder bersifat kuantitatif berupa angka yang dapat dianalisis. Data tersebut berupa laporan keuangan dari website resmi perusahaan dan harga

penutupan saham bulanan ARTO, BABP, BBYB, dan AGRO tahun 2017 – 2021 yang diperoleh dari Yahoo! Finance.

Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dengan *financial modeling* dalam Microsoft Excel.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Book Value per Share (BVPS)

Tabel 2. Nilai BVPS Saham Sampel Penelitian Periode 2017 – 2021 (dalam satuan rupiah)

Kode Saham	2017	2018	2019	2020	2021	Min	Mean	Max
AGRO	173,69	207,29	209,98	200,89	108,05	108,05	179,98	209,98
ARTO	115,28	95,80	564,71	113,51	595,36	95,80	296,93	595,36
BABP	58,91	65,64	61,56	61,23	80,42	58,91	65,55	80,42
BBYB	143,90	115,62	153,49	168,22	306,72	115,62	177,59	306,72

Sumber: data diolah, 2022

BVPS saham ARTO, BABP, dan BBYB memiliki tren meningkat dalam lima tahun terakhir. BVPS saham ARTO tahun 2021 meningkat sebesar 416,47% dari tahun 2017. Sementara saham AGRO memiliki tren menurun. Saham ARTO memiliki BVPS rata-rata tertinggi sebesar Rp296,93. Diikuti oleh BVPS rata-rata AGRO, BBYB dan terendah BABP masing-masing sebesar Rp179,98; Rp177,59; dan Rp65,55.

Price to Book Value (PBV)

Tabel 3. Nilai PBV Saham Sampel Penelitian Periode 2017 – 2021 (dalam satuan kali (X))

Kode Saham	2017	2018	2019	2020	2021	Min	Mean	Max
AGRO	3,02	1,50	0,94	5,15	16,75	0,94	5,47	16,75
ARTO	1,46	1,92	5,49	31,42	26,87	1,46	13,43	31,42
BABP	0,87	0,76	0,81	0,82	2,31	0,76	1,11	2,31
BBYB	2,78	2,46	1,85	1,71	8,57	1,71	3,47	8,57

Sumber: data diolah, 2022

Dari tabel 3, diketahui bahwa PBV keempat saham mengalami fluktuasi. Saham AGRO menurun dari 3,02X menjadi 0,94X pada tahun 2019 dan kembali naik hingga menjadi 16,75X pada tahun 2021. PBV Saham ARTO mengalami peningkatan hingga puncaknya tahun 2020 sebesar 31,42X lalu menurun pada tahun 2021 menjadi 26,87X. Di tahun 2018, PBV saham BABP turun menjadi 0,76X dan terus mengalami kenaikan tahun berikutnya hingga menjadi 2,31X pada tahun 2021. Sementara PBV saham BBYB terus mengalami penurunan sejak tahun 2017 tetapi berhasil naik hingga mencapai 8,75X di tahun 2021. PBV rata-rata tertinggi dimiliki oleh saham ARTO sebesar 13,43X dan terendah adalah saham BABP, yaitu 1,11X.

Earnings per Share (EPS)

Tabel 4. Nilai EPS Saham Sampel Penelitian (dalam satuan rupiah)

Kode Saham	2017	2018	2019	2020	2021	Min	Mean	Max
AGRO	7,84	9,57	2,39	1,46	-133,90	-133,90	-22,53	9,57
ARTO	-7,24	-19,31	-101,11	-17,46	6,21	-101,11	-27,78	6,21
BABP	-32,23	2,62	0,81	0,41	0,44	-32,23	-5,59	2,62
BBYB	3,07	-26,38	2,60	2,38	-104,68	-104,68	-24,60	3,07

Sumber: data diolah, 2022

Nilai EPS saham AGRO mengalami kenaikan pada tahun 2018. Namun, terus menurun hingga mencapai angka -Rp133,90 pada tahun 2021. Berbeda dengan AGRO, saham ARTO terus menurun hingga tahun 2019 dengan EPS -Rp101,11 dan mulai membaik tahun 2020. Di tahun 2021, EPS saham ARTO positif sebesar Rp6,21. EPS saham BABP sebesar Rp0,44 pada tahun 2021 setelah mengalami naik turun. Sama seperti EPS saham AGRO, EPS saham BBYB mengalami penurunan pada tahun 2021 menjadi -Rp104,68.

Return on Equity (ROE)

Tabel 5. Hasil Perhitungan ROE Saham Sampel Penelitian

Kode Saham	2017	2018	2019	2020	2021	Min	Mean	Max
AGRO	0,05	0,05	0,01	0,01	-1,24	-1,24	-0,23	0,05
ARTO	-0,06	-0,20	-0,18	-0,15	0,01	-0,20	-0,12	0,01
BABP	-0,55	0,04	0,01	0,01	0,005	-0,55	-0,10	0,04
BBYB	0,02	-0,23	0,02	0,01	-0,34	-0,34	-0,10	0,02

Sumber: data diolah, 2022

Dari tabel 5 diketahui bahwa saham AGRO dan BBYB memiliki ROE negatif, yaitu -123,93% dan -34,13% untuk tahun 2021. Untuk saham ARTO dan BABP, ROE pada tahun 2021 positif sebesar 1,04% dan 0,54%.

Dividend Payout Ratio (DPR)

Tabel 6. Tingkat DPR Saham Sampel Penelitian

Kode Saham	2017	2018	2019	2020	2021	Min	Mean	Max
AGRO	19%	38%	20%	0%	0%	0%	15%	38%
ARTO	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
BABP	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
BBYB	0%	40%	0%	10%	10%	0%	12%	40%

Sumber: data diolah, 2022

Dari empat saham sampel penelitian, hanya dua saham yang rutin dalam membayarkan dividennya yaitu AGRO dan BBYB dengan rata-rata DPR adalah 15% dan 12%. Untuk saham ARTO dan BABP, rata-rata DPR selama lima tahun adalah 0%. Adapun DPR AGRO dan BBYB yang kosong dikarenakan perusahaan mengalami kerugian sehingga tidak membayar dividen. Sedangkan ARTO mengalami kerugian pada tahun 2016 – 2018. Namun, perusahaan memutuskan untuk tidak membagikan dividen atas laba bersih tahun 2021 berdasarkan hasil RUPS.

Untuk saham BABP, perusahaan mengalami kerugian pada tahun 2018 serta tidak membayarkan dividennya pada tahun 2017 dan 2018 – 2021 berdasarkan hasil RUPS. Persentase DPR terbesar AGRO selama lima tahun terakhir adalah 38% pada tahun 2018 dengan rata-rata 15,40%. Besaran DPR saham BBYB terbesar adalah 40% pada tahun 2018 dengan rata-rata 12%.

Cost of Equity

Tabel 7. *Cost of Equity* Saham Sampel Penelitian

Kode Saham	Beta (β)	Rm	Rf	Cost of Equity
AGRO	3,78	4,53%	3,50%	7,38%
ARTO	2,22	4,53%	3,50%	5,78%
BABP	0,06	4,53%	3,50%	3,56%
BBYB	1,56	4,53%	3,50%	5,10%

Sumber: data diolah, 2022

Beta saham memiliki pengaruh terbesar dalam perhitungan *cost of equity*. Beta lebih dari 1 dimiliki oleh saham AGRO, ARTO, dan BBYB, yaitu 3,78; 2,22; 1,56. Sedangkan saham BABP memiliki beta dibawah 1, yaitu 0,06. Saham dengan *cost of equity* tertinggi dimiliki oleh saham AGRO sebesar 7,38%. Saham dengan *cost of equity* tertinggi ke dua dimiliki oleh saham ARTO sebesar 5,78%. Kemudian diikuti oleh saham BBYB dan BABP, yaitu 5,10% dan 3,56%.

Nilai Intrinsik dengan Pendekatan PBV

Tabel 8. Nilai Intrinsik dan Penilaian Kondisi Harga Saham Sampel Penelitian (dalam satuan rupiah)

Kode Saham	BVPS	PBV Rata-Rata (X)	Nilai Intrinsik	Harga Saham (01/12/2021)	Hasil Valuasi
AGRO	108,05	5,47	591,34	1.810,00	Overvalued
ARTO	595,36	13,43	7996,61	16.000,00	Overvalued
BABP	80,42	1,11	89,58	186,00	Overvalued
BBYB	306,72	3,47	1065,85	2.630,00	Overvalued

Sumber: data diolah, 2022

Nilai intrinsik saham merupakan nilai saham yang dimiliki sebenarnya. Rata-rata dari PBV tiap saham dikalikan dengan BVPS untuk memperoleh nilai intrinsik tiap saham. Jika diurut berdasarkan nilai intrinsik tertinggi, maka urutannya adalah saham ARTO, BBYB, AGRO, dan BABP dengan masing-masing sebesar Rp7.996,61; Rp1.065,85; Rp591,34; Rp89,58.

Dibandingkan dengan harga perlembar saham di pasar pada tanggal 01 Desember 2021, nilai intrinsik keempat saham yang diteliti lebih rendah sehingga saham dinilai *overvalued*. Maka dari itu, saham AGRO, ARTO, BABP, dan BBYB dapat dianalisis lebih lanjut menggunakan pendekatan PVGO.

Present Value of Growth Opportunities (PVGO)

Tabel 9. PVGO Saham Sampel Penelitian (dalam satuan rupiah kecuali dinyatakan dalam satuan lain)

Kode Saham	Harga Saham (01/12/2021)	Estimasi EPS	Cost of Equity	PVGO	PVGO %
AGRO	1.810,00	-102,90	7,38%	3.204,00	177,02%
ARTO	16.000,00	5,48	5,78%	15.905,19	99,41%
BABP	186,00	0,40	3,56%	174,89	94,03%
BBYB	2.630,00	-96,45	5,10%	4.519,99	171,86%

Sumber: data diolah, 2022

Tabel 9 menunjukkan hasil PVGO positif untuk keempat saham yang diteliti. PVGO saham AGRO lebih besar 77,02% dari harga di pasar yaitu Rp3.204,00. Hal yang sama juga terjadi pada saham BBYB dengan PVGO 171,86% melebihi harga saham di pasar, yaitu sebesar Rp4.519,99. Untuk saham ARTO 99,41% dari Rp16.000,00 harga saham merupakan nilai PVGO. Persentase PVGO saham BABP adalah 94,03%, yaitu Rp174,89 dari Rp186,00.

Pembahasan

Interpretasi Hasil Valuasi Saham

PT Bank Raya Tbk (AGRO) mengalami pertambahan jumlah saham beredar pada tahun 2018 dan 2021. Ekuitasnya juga mengalami kenaikan tahun 2017 – 2019 tetapi kemudian menurun. Dibandingkan dengan ekuitas tahun 2019, penurunannya mencapai 45,16% pada tahun 2021 dan membuat BVPS turun. Penurunan ekuitas AGRO disebabkan oleh kerugian hingga Rp3,046 miliar sebagai upaya manajemen dalam memperbaiki kinerja perusahaan. Namun, harga saham memiliki tren meningkat sehingga PBV AGRO juga meningkat. Setelah dibandingkan, nilai intrinsik saham AGRO lebih rendah dari harga saham di pasar. Sehingga saham AGRO dinilai *overvalued* atau sudah mahal.

Untuk PT Bank Jago Tbk (ARTO), ekuitas perusahaan periode 2017 – 2021 terus meningkat terutama di 2021. Kenaikan ekuitas sebesar 80,91% dan 569,42% di tahun 2020 dan 2021 terjadi karena ARTO melakukan *right issue* atau hak memesan saham terlebih dahulu (HMETD). Harga saham ARTO juga terus meningkat. Kenaikan harga saham pada tahun 2019 terjadi setelah kabar PT Bank Artos Indonesia Tbk diakuisisi oleh PT Metamorfosis Ekosistem Indonesia dan Wealth Track Technology Limited dan berubah menjadi PT Bank Jago Tbk. Harga saham terus meningkat di tahun selanjutnya, yaitu tahun 2020 dan 2021, karena adanya sentimen pasar setelah Gojek melalui PT Dompot Karya Anak Bangaa (GoPay) resmi berinvestasi di PT Bank Jago Tbk (ARTO). Kenaikan ekuitas, jumlah saham beredar, dan harga saham membuat BVPS dan PBV juga meningkat. Nilai intrinsik saham ARTO yang diperoleh lebih rendah dari harga di pasar sehingga dinilai mahal atau *overvalued*.

Valuasi saham PT Bank MNC Internasional Tbk (BABP) juga *overvalued* karena harga di pasar telah melebihi nilai intrinsiknya. Ekuitas dan jumlah saham beredar yang meningkat membuat BVPS saham meningkat. PBV saham BABP juga ikut meningkat meskipun harga saham tidak meningkat secara konsisten setiap tahunnya sepanjang 2017 – 2021.

Begitu pula dengan valuasi terakhir dalam penelitian ini, PT Bank Neo Commerce Tbk (BBYB), dinilai sudah mahal atau *overvalued*. BVPS dan PBV saham BBYB tahun 2018 mengalami penurunan karena ekuitas dan harga saham yang turun. Kerugian akibat besarnya beban operasional membuat ekuitas BBYB tahun 2018 ikut turun. Pada tahun 2020, PBV BBYB mengalami penurunan karena harga saham hanya meningkat sebanyak 1,52% sedangkan BVPS di tahun tersebut meningkat sebesar 9,59%.

Hasil valuasi keempat saham yang diteliti adalah *overvalued*. Selain dari alasan yang telah dipaparkan sebelumnya, meningkatnya harga saham AGRO, ARTO, BABP, dan BBYB juga disebabkan oleh mulai membaiknya perekonomian di Indonesia. Salah satunya sektor perbankan pada tahun 2021. Meningkatnya tingkat kredit dan pulihnya perekonomian di Indonesia membuat para investor kembali percaya pada potensi saham sektor perbankan Indonesia dan menanamkan modalnya lagi.

Interpretasi Hasil Present Value of Growth Opportunities (PVGO)

Nilai PVGO sebagai hasil dari harga saham dikurangi dengan estimasi EPS yang dibagi *cost of equity*, memberikan informasi mengenai kebijakan dividen dan harapan keuntungan atas peluang di masa depan. Berdasarkan teori Bodie et al. (2018), jika PVGO positif, maka reinvestasi merupakan langkah yang lebih baik daripada mengeluarkan seluruh keuntungan bersih sebagai dividen. Seperti yang terlihat pada tabel 9, seluruh saham sampel penelitian memiliki PVGO positif yang berarti bahwa perusahaan memiliki peluang yang menguntungkan dengan melakukan reinvestasi. Akibat dari reinvestasi tersebut dapat dilihat dari harga saham sampel penelitian yang kian meningkat sepanjang tahun 2021.

Tabel 10. Keuntungan Investor Berdasarkan Estimasi EPS

Kode Saham	Estimasi EPS	Harga Saham (01/12/2021)	Keuntungan
AGRO	-102,90	1.810,00	-5,68%
ARTO	5,48	16.000,00	0,03%
BABP	0,40	186,00	0,21%
BBYB	-96,45	2.630,00	-3,67%

Sumber: data diolah, 2022

Dari sisi investor, persentase PVGO dapat menjelaskan mengapa saham sampel penelitian tetap menarik untuk dibeli meskipun *overvalued* dan keuntungan per lembar saham diperkirakan tidak mencapai 3%. Investor bersedia membeli saham AGRO seharga Rp1.810,00 dengan estimasi kerugian sebesar 5,68% per lembar sahamnya karena ada peluang tumbuh sebesar 177,02% yang diharapkan. Investor bersedia membeli saham ARTO seharga Rp16.000,00 meskipun keuntungannya hanya 0,03% per lembar sahamnya karena ada peluang tumbuh sebesar 99,41% yang diharapkan. Begitu pula dengan saham BABP dan BBYB.

Besarnya persentase PVGO saham sampel penelitian hingga lebih dari 100% adalah wajar. Sebab keempat perusahaan tersebut terbilang baru dalam bisnis bank digital atau berada pada fase pertumbuhan. Sehingga masih banyak ruang bagi perusahaan untuk bergerak maju dengan mengembangkan produk yang sudah ada atau meluncurkan produk baru.

PT Raya Indonesia (AGRO) berencana untuk meningkatkan kreditnya melalui dana murah dan peningkatan mutu layanan aplikasi Bank Raya. Sedangkan PT Bank Jago Tbk (ARTO) berencana untuk menambahkan fitur investasi dan trading syariah, berkolaborasi dengan ekosistem digital lainnya, dan memperluas jangkauan hingga pembayaran transaksi luar negeri. PT Bank MNC Internasional Tbk (BABP) memiliki strategi untuk menghadirkan sistem pembayaran QRIS, kartu kredit dan mastercard premium serta mengadakan layanan tarik setor tunai melalui minimarket sedang dalam tahap uji coba. Selain itu, PT Bank Neo Commerce Tbk (BBYB) sedang berencana untuk menjadi bank penyelenggara RDN, akan meluncurkan fitur pembayaran QRIS dan *digital lending*.

Dari pembahasan ini, dapat dikatakan bahwa berdasarkan perhitungan PVGO, saham AGRO, ARTO, BABP, dan BBYB memang layak untuk dibeli. Selain itu, keempat perusahaan terus berinovasi mengembangkan dan memperluas jangkauan layanan mereka. Sehingga tidak heran bila investor bersedia membeli saham sampel penelitian meski sudah *overvalued* dan memberikan keuntungan dibawah 3% sebab peluang bagi perusahaan untuk tumbuh masih besar.

Implikasi

Seluruh perusahaan yang sahamnya menjadi sampel penelitian ini memiliki kebijakan untuk menyisihkan sebagian laba bersihnya untuk diinvestasikan kembali. Bahkan untuk PT Bank Jago Tbk dan PT Bank MNC Internasional memutuskan untuk tidak membayarkan dividennya meskipun mencatat laba.

Penyisihan laba menjadi laba ditahan tersebut digunakan untuk ekspansi perusahaan dengan berkolaborasi dan meningkatkan layanan bank digitalnya.

Tabel 11. Rata-Rata DPS dan DPR Saham Sampel Penelitian Periode 2017 – 2021

Kode Saham	Rata-Rata DPS (Rp)	Rata-Rata DPR
AGRO	1,23	15%
ARTO	-	0%
BABP	-	0%
BBYB	0,32	12%

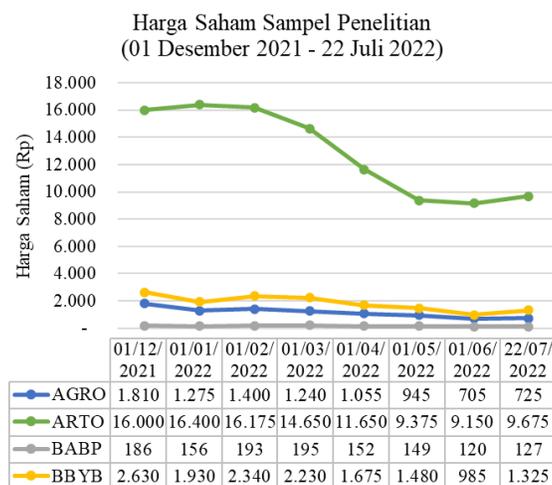
Sumber: data diolah, 2022

Harga saham sampel penelitian pada 01 Desember 2021 lebih tinggi dibandingkan saat IPO. Meningkatnya harga saham membuktikan teori PVGO yang menyatakan bahwa nilai perusahaan dapat ditingkatkan dengan menginvestasikan laba yang diperoleh ke dalam proyek investasi yang menguntungkan. Proyek investasi yang berhasil dan menguntungkan bagi perusahaan juga berdampak positif bagi investor. Baik keuntungan berupa kenaikan harga saham ataupun dividen di masa depan bila investasi jangka panjang.



Gambar 2. Perbandingan Harga Saham Sampel Penelitian Saat IPO dengan 01 Desember 2017 dan 2021

Sumber: Yahoo! Finance, 2022 (data diolah)



Gambar 3. Harga Penutupan Saham Sampel Penelitian 01 Desember 2021 – 22 Juli 2022

Sumber: Yahoo! Finance, 2022 (data diolah)

Jika melihat pergerakan harga penutupan saham bulanan dari seluruh saham sampel penelitian sepanjang periode 01 Desember 2021 – 01 Juli 2022 memang sempat mengalami penurunan, terutama untuk saham ARTO. Sedangkan PVGO hasil penelitian adalah positif. Penurunan ini disebabkan oleh perang Rusia-Ukraina, isu resesi, serta terjadinya inflasi di Amerika dan beberapa negara lain yang menyebabkan naiknya tingkat suku bunga. Sehingga membuat investor menarik dananya. Namun, bukan berarti perusahaan tidak bisa tumbuh, melainkan pertumbuhannya terhambat. Dapat dilihat pada gambar 3 bahwa harga saham pada 01 Juli 2022 mulai naik. Hal ini dapat menjadi kesempatan untuk membeli saham saat harga sedang turun meski masih *overvalued*.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil valuasi saham dengan pendekatan *price to book value* (PBV) dan *present value of growth opportunities* (PVGO) terhadap saham bank digital yang telah terdaftar di BEI periode 2017 – 2021, diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

- Nilai intrinsik saham sampel penelitian secara urut dari yang tertinggi adalah saham ARTO, BBYB, AGRO, dan BABP dengan masing-masing sebesar Rp7.996,61; Rp1.065,85; Rp591,34; Rp89,58.
- Setelah dibandingkan, nilai intrinsik keempat saham lebih rendah dibandingkan harga saham di pasar. Maka dari itu, saham AGRO, ARTO, BABP, dan BBYB dinilai *overvalued*.
- Merujuk pada hasil perhitungan PVGO, saham AGRO, ARTO, BABP, dan BBYB layak untuk dibeli meskipun harga keempat saham sudah *overvalued* sebab nilai PVGO yang diperoleh positif. Persentase PVGO lebih dari 90% menjadi alasan lain membuat keempat saham tersebut layak untuk dibeli meskipun sudah *overvalued* dan hanya memberikan keuntungan dibawah 3%. Sebab persentase tersebut menandakan bahwa seluruh saham sampel penelitian memiliki peluang besar untuk tumbuh di masa depan.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, S. (2021). *Analisis Nilai Wajar Harga Saham dengan Pendekatan Simple Relative Value dan Discounted Cash Flow untuk Pengambilan Keputusan Investasi (Studi Kasus Pada Saham Sub Sektor Konstruksi dan Bangunan Yang Terdaftar Di Indeks Saham LQ45 Bursa Efek Indonesia)*. Depok. Dipetik April 04, 2022, dari <https://repository.pnj.ac.id/id/eprint/4335/>
- Anwar, M. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: Kencana. Dipetik Juli 18, 2022, dari [https://books.google.co.id/books?id=IDe2DwAAQBAJ&pg=PA47&dq=Anwar,+M.+\(2019\).+Dasar-Dasar+Manajemen+Keuangan+Perusahaan&hl=en&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEWjooOKdkKX5AhVGTWwGHh1hCGAQ6AF6BAGFEAI](https://books.google.co.id/books?id=IDe2DwAAQBAJ&pg=PA47&dq=Anwar,+M.+(2019).+Dasar-Dasar+Manajemen+Keuangan+Perusahaan&hl=en&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEWjooOKdkKX5AhVGTWwGHh1hCGAQ6AF6BAGFEAI)
- Balzer, R., Martin, U., & J., G. (2020). Managing Growth Opportunities in The Digital Era - An Empiric Perspective of Value Creation. *Polish Journal of Management Studies*, 21(2), 87-100.
- Bank Indonesia. (2022). *Transaksi Uang Elektronik*. Diambil kembali dari Bank Indonesia: <https://www.bi.go.id>
- Bodie, Z., Kane, A., & Marcus, A. J. (2018). *Investments, Eleventh Edition* (11th ed.). New York: McGraw-Hill.
- CFA Institute. (2018). *CFA Program Curriculum 2019 Level I* (Vol. 1). Wiley.
- Debora. (2021). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Akuntansi TSM*, 1(1), 71-82.
- Franita, R. (2018). *Mekanisme Good Corporate Governance dan Nilai Perusahaan: Studi untuk Perusahaan Telekomunikasi*. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI.
- Handini, S., & Astawinetu, E. D. (2020). *Teori Portofolio dan Pasar Modal Indonesia*. Scopindo Media Pustaka.

- Hartono. (2018). Metode Relative Valuation Untuk Penentuan Saham Terbaik Study Kasus : Saham Waskita Beton Precast, Tbk dan Wijaya Karya Beton, Tbk. *Jurnal Ekonomi*, 20(1).
- Hartono, B., & Atmaja, H. E. (2021). SDM Digital: Strategi Transformasi Bank Menjadi Bank Digital. *Jurnal Administrasi Kantor*, 1, 49-60.
- Hendrawan, R., Susilowati, N., & Kristiani, F. (2020). Share Valuation of Indonesian Regional Development Bank using Free Cash Flow to Equity and Relative Valuation Methods. *Proceedings of the 2nd International Conference on Inclusive Business in the Changing World (ICIB 2019)* (hal. 94-105). Bandung: SCITEPRESS. Dipetik April 04, 2022, dari <https://www.scitepress.org/Papers/2019/84279/84279.pdf>
- Marino, W. S., & Badriatin, T. (2021). *Manajemen Investasi dan Portofolio*. Madiun: CV. Bayfa Cendekia Indonesia.
- Mawaddah, L. A. (2021). *Analisis Nilai Wajar Harga Saham dengan Pendekatan Simple Relative Value dan Discounted Cash Flow untuk Pengambilan Keputusan Investasi (Studi Kasus Pada Saham Sub Sektor Konstruksi dan Bangunan yang Terdaftar di Indeks Saham LQ45 Periode 2016-2020)*. Jakarta. Dipetik April 10, 2022, dari <https://repository.pnj.ac.id/id/eprint/2531/>
- PT Bank Jago Tbk. (2022). *Perusahaan: Laporan Tahunan*. Dipetik April 03, 2022, dari Bank Jago: <https://jago.com/id/transparency/hubungan-investor/laporan-tahunan/15>
- PT Bank MNC Internasional Tbk. (2022). *Tentang MNC Bank: Laporan Tahunan*. Dipetik April 03, 2022, dari MNC Bank: <https://mncbank.co.id/post/laporan-tahunan-mnc>
- PT Bank Neo Commerce Tbk. (2022). *Tentang BNC: Laporan Tahunan*. Dipetik April 03, 2022, dari Bank Neo Commerce: <https://www.bankneocommerce.co.id/about/investor/financial-report#annual-report>
- PT Bank Raya Indonesia Tbk. (2022). *Perusahaan: Laporan Tahunan*. Dipetik April 03, 2022, dari Bank Raya: <https://bankraya.co.id/corporate/reports>
- Rahardjo, B. (2021). *Jeli Investasi Saham Ala Warren Buffet: Strategi Meraup Untung di Masa Krisis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Tandelilin, E. (2017). *Pasar Modal Manajemen Portofolio & Investasi*. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Yahoo! Finance. (2022). *PT Bak MNC Internasional Tbk (BABP.JK): Historical Data*. Dipetik 25 Juli, 2022, dari Yahoo! Finance: <https://finance.yahoo.com/quote/BABP.JK>
- Yahoo! Finance. (2022). *PT Bank Jago Tbk (ARTO.JK): Historical Data*. Dipetik Juli 25, 2022, dari Yahoo! Finance: <https://finance.yahoo.com/quote/ARTO.JK>
- Yahoo! Finance. (2022). *PT Bank Neo Commerce Tbk (BBYB.JK): Historical Data*. Retrieved Juli 25, 2022, from Yahoo! Finance: <https://finance.yahoo.com/quote/BBYB.JK>
- Yahoo! Finance. (2022). *PT Bank Raya Indonesia Tbk (AGRO.JK): Historical Data*. Dipetik Juli 25, 2022, dari Yahoo! Finance: <https://finance.yahoo.com/quote/AGRO.JK>

SEMINAR NASIONAL AKUNTANSI DAN MANAJEMEN POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

Pengaruh Literasi dan Inklusi Keuangan Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal (Studi Kasus Tenaga Pendidik Di Kota Bogor Tahun 2022)

Vonny Rezky Amelia Hernawan¹⁾

¹⁾Program Studi Manajemen Keuangan Politeknik Negeri Jakarta,
vonny.rezkyameliahernawan.ak18@mhs.wpnj.ac.id,
Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, Kukusan, Kecamatan Beji, Kota Depok, Jawa Barat 16424

ABSTRACT

The existence of investment interests carried by educators in the city of Bogor is certainly influenced by a number of variables, including financial inclusion and literacy. According to the Financial Services Authority (OJK), a lack of financial literacy can lead to numerous losses in illegal investments. The issue in this study is the significant literacy and inclusion gap that exists in Bogor, a supporting city for the nation's capital. This study aims to investigate the impact of financial inclusion and financial literacy on educators in Bogor City's interest in capital market investing. The data used are quantitative data collected through questionnaires and analysed using the SPSS program using the multiple linear analysis approach. According to the study's findings, financial literacy and financial inclusion of educators in the city of Bogor have a significant influence on their's investment interest in the capital market..

Keywords: *Financial Literacy, Financial Inclusion, Investment Interest, Educators.*

ABSTRAK

Adanya minat investasi yang dimiliki oleh tenaga pendidik di Kota Bogor tentunya bergantung pada banyak faktor seperti literasi dan inklusi keuangan. Rendahnya literasi keuangan menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dapat berakibat pada banyaknya kerugian dalam investasi ilegal. Permasalahan pada penelitian ini merujuk pada tingginya gap literasi dan inklusi yang ada di Kota Bogor sebagai kota pendukung ibukota negara. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh literasi keuangan dan inklusi keuangan terhadap minat tenaga pendidik Kota Bogor dalam berinvestasi di pasar modal. Data yang digunakan adalah data kuantitatif yang berasal dari angket kuesioner yang diolah dengan metode analisis linear berganda melalui program SPSS. Adapun hasil dari penelitian ini yaitu literasi keuangan dan inklusi keuangan tenaga pendidik di Kota Bogor memiliki pengaruh signifikan pada minat investasi di pasar modal.

Kata-Kata Kunci: Literasi Keuangan; Inklusi Keuangan; Minat Investasi; Tenaga Pendidik.

¹ Corresponding author. E-mail: vonny.rezkyameliahernawan.ak18@mhs.wpnj.ac.id

PENDAHULUAN

Fenomena *crazy rich* menjadi perhatian Indonesia akhir - akhir ini tentang maraknya investasi yang berkembang namun tidak didukung literasi yang baik menjadikan masyarakat sangat mudah untuk tertipu kedok investasi *trading*. Kurangnya literasi dan inklusi finansial masyarakat membuat masyarakat percaya dan terjebak di lingkaran investasi ilegal seperti binomo dan quotex sebanyak puluhan hingga ratusan juta rupiah. Ini menunjukkan minat investasi di Indonesia sebenarnya tinggi, karena untuk memulai berinvestasi seseorang harus berminat terhadap hal tersebut.

Menurut (Tandelilin, 2010) investasi adalah persetujuan atas sejumlah dana atau sumber daya lainnya yang diberikan pada saat ini, agar dikemudian hari memperoleh sejumlah keuntungan. Saat ini masih terdapat *gap* inklusi dan literasi keuangan di Indonesia sebesar 76,19% berbanding 38,03%. Artinya dari 100 orang di Indonesia terdapat 76 orang inklusif dan 38 orang dengan kondisi *well-literate*.

Adanya *gap* yang terjadi antara literasi dan inklusi keuangan menjadi ancaman bagi pengguna jasa keuangan. Sementara selama tahun 2021 investor di pasar modal meningkat sebanyak 92,99% atau sebanyak 3.6 juta investor dari tahun sebelumnya yang didominasi oleh investor dengan pekerjaan pegawai swasta, pegawai negeri dan guru. Jika dibandingkan kedua data yang ada pada statistik publik KSEI dan SNLKI OJK kenaikan jumlah investor di pasar modal tidak berbanding lurus dengan literasi pasar modal yang masih 4,92%. Tentunya ini harus menjadi fokus dalam memberantas tinggi *gap* literasi dan inklusi keuangan yang ada di Indonesia.

Seiring dengan tingginya *gap* yang terjadi di Indonesia, *gap* ini pun terjadi di provinsi Jawa Barat khususnya Kota Bogor. Ini menjadi sebuah anomali jika sebuah provinsi yang letaknya dekat dengan ibukota harusnya menunjukkan tingkat literasi dan inklusi keuangan yang lebih baik. Penelitian terdahulu seperti penelitian (Febrianti, 2020; Febrianti et al., 2021; Mertha Dewi & Purbawangsa, 2018; Puspitasari, 2018; Putri & Hamidi, 2019) menunjukkan inkonsistensi hasil serta belum ada penelitian yang mengambil tenaga pendidik sebagai sampel dalam penelitian.

Apabila *gap* literasi dan inklusi keuangan ini tidak diperbaiki maka akan menjadi masalah untuk stabilitas keuangan Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah pengetahuan, keyakinan, dan keterampilan (OJK, 2020) yang berupa kemampuan memahami, menganalisis dan mengelola keuangan (Ariadi dkk, 2015) agar dapat membuat keputusan efektif terkait keuangannya (Manurung & Rizky, 2009). Menurut (Chen, H., & Volpe, 1998) definisi literasi keuangan yang paling umum digunakan dalam penelitian terbagi dalam empat kategori — penganggaran, tabungan, pinjaman, dan investasi — yang semuanya berbasis perilaku atau kemampuan.

Inklusi Keuangan

Inklusi keuangan berasal dari kata inklusif yang didefinisikan oleh KBBI sebagai termasuk atau terhitung serta keuangan yang berarti hal-hal yang terkait uang. Menurut Peraturan OJK No. 76/POJK.07/2016 tahun 2016 Inklusi keuangan adalah tersedianya akses pada beragam lembaga, produk, dan layanan jasa keuangan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuannya.

Minat

Minat adalah kecenderungan seseorang untuk menetapkan pilihannya pada suatu subjek tertentu serta merasa senang dan tertarik pada hal yang dipilih, ditekuni, dan dipelajarinya. Minat juga terbagi menjadi beberapa jenis seperti menurut Carl Safran dalam Kaidah (2018) minat terbagi menjadi *expressed interest*, *menifest interest*, *tested interest* dan *invored interest*. Investasi dapat menjadi salah satu *tested interest* yaitu minat yang muncul karena adanya pengetahuan dan keterampilan dalam berkegiatan.

Teori sikap yaitu *Theory of Reasoned Action* mengungkapkan adanya pendorong untuk bertindak karena terdapat keinginan yang spesifik untuk berperilaku. Niat berperilaku dalam minat investasi menunjukkan bahwa kemungkinan besar seseorang akan melakukan tindakan-tindakan yang dapat mencapai keinginan untuk berinvestasi, seperti mengikuti pelatihan dan seminar tentang investasi, menerima dengan baik penawaran investasi, dan pada akhirnya melakukan investasi.

Investasi

Dalam berinvestasi, literasi keuangan akan membantu individu ketika memilih produk investasi yang sesuai dengan apa yang diketahui agar individu dapat mengurangi risiko dalam investasi yang dipilih sebagai tujuan keuangannya.

Investasi adalah cara yang dilakukan seseorang dalam menempatkan dana pada suatu bisnis dengan harapan adanya imbal hasil dikemudian hari. Menurut (Sukirno, 2001) faktor yang dapat menjadi penentu tingkat investasi diantaranya yakni: tingkat pengembalian, suku bunga, ramalan ekonomi di masa depan, kemajuan teknologi dan pendapatan nasional.

Hipotesis penelitian

Survei yang di lakukan Otoritas Jasa Keuangan (2019) menunjukkan masih terdapat gap yang tinggi pada literasi serta inklusi keuangan di Indonesia terlebih data yang ada pada statistik publik KSEI dan SNLKI OJK kenaikan jumlah investor di pasar modal tidak berbanding lurus dengan literasi pasar modal yang masih 4,92% yang jika dibandingkan dengan produk perbankan pada 36,12% (Otoritas Jasa Keuangan, 2019). Berangkat dari hasil survei tersebut, beberapa penelitian meneliti keterkaitan antara literasi dan inklusi keuangan terhadap minat investasi. Hasil dari penelitian-penelitian tersebut menunjukkan inkonsistensi. Sebagai jawaban teoretis dari kerangka pemikiran dan masalah penelitian, hipotesis dari penelitian ini adalah:

H1 : Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat investasi tenaga pendidik di Kota Bogor

H2 : Inklusi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat investasi tenaga pendidik di Kota Bogor

H3 : Literasi keuangan dan inklusi keuangan secara simultan berpengaruh terhadap minat investasi tenaga pendidik di Kota Bogor

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan didalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Objek dalam penelitian ini adalah pengaruh literasi dan inklusi keuangan terhadap minat investasi di pasar modal, studi kasus pada tenaga pendidik di Kota Bogor 2022. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan rumus Rao Purba (Khan et al., 2016)

$$n = \frac{Z^2}{4} (MoE)^2 \dots \quad (1)$$

$$n = \frac{1,96^2}{4} (0,10)^2 \dots \quad (2)$$

Sumber data penelitian ini bersumber dari kuesioner yang disebar kepada minimal 100 orang tenaga pendidik yang bekerja pada institusi pendidikan di kota bogor dan memiliki penghasilan rutin bulanan.

Operasional variabel pada penelitian ini yaitu variabel independen literasi keuangan (X1) dan inklusi keuangan (X2) dengan variabel dependen yaitu minat investasi (Y)

Skala likert digunakan sebagai tingkat pengukuran sikap, pendapat dan pengukuran responden terhadap suatu fenomena atau objek (Sugiyono, 2015). Peneliti menggunakan skala *likert* sebagai acuan dalam penelitian seperti pada Tabel 1.

Tabel 1. Skala Likert

Jenis Jawaban	Bobot
SS = Sangat Setuju	5
S = Setuju	4
KS = Kurang Setuju	3
TS = Tidak Setuju	2
STS = Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Data diolah peneliti, 2022

Metode analisis yang digunakan antara lain:

1. Menguji Validitas dan Reliabilitas dari kuesioner yang digunakan.
2. Melakukan uji asumsi klasik agar data yang diolah memenuhi syarat BLUE (*Best Linear Unbiased Estimation*). Uji yang dilakukan yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas
3. Menganalisis regresi linear berganda melalui aplikasi SPSS 26 agar tujuan dari penelitian ini terpenuhi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner serta terdapat dua variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel dependen yaitu literasi keuangan dan inklusi keuangan. Objek penelitian ini adalah tenaga pendidik TK/KB, SD/Setara, SLTP/Setara, SLTA/Setara dan Dosen dengan jangkauan usia 21 sampai 51 tahun ke atas. Dalam penelitian ini ada 102 responden yang digolongkan ke dalam usia, tingkat penghasilan, dan tingkat pendidikan terakhir.

Pengujian instrumen kuesioner menunjukkan bahwa tiap item indikator yang dipakai pada penelitian ini valid. Sejalan dengan hasil uji reliabilitas yang menunjukkan bawah seluruh variabel memenuhi standar *cronbach's alpha* >0.6 seperti pada tabel dibawah ini.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Standard	Ket
X1	0.883	0.600	Valid
X2	0.913	0.600	Valid
Y	0.956	0.600	Valid

Sumber : Data diolah peneliti, 2022

Hasil uji asumsi klasik menunjukkan data yang digunakan adalah data yang bersitribusi normal, tidak terdapat multikolinearitas dan tidak terjadi heteroskedastisitas. Tahap penelitian selanjutnya yaitu analisis regresi linear berganda yang menunjukkan model regresi

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e \quad (3)$$

$$Y = -15,753 + 0,362X_1 + 0,284X_2 + e \quad (4)$$

Dari persamaan 5, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta (a) menunjukkan angka negatif, yaitu -15,1753 artinya apabila literasi keuangan dan inklusi keuangan sama dengan nol (0) maka minat investasi di pasar modal akan menunjukkan nilai minus;
2. Nilai koefisien regresi literasi keuangan positif dengan angka 0,362. Artinya variabel literasi keuangan terhadap variabel minat investasi memiliki hubungan yang searah dimana, jika variabel literasi keuangan dinaikkan satu satuan akan meningkatkan minat investasi sebesar 0,362 satuan.
3. Nilai koefisien regresi inklusi keuangan positif dengan angka 0,284. Hal ini membuktikan variabel inklusi keuangan terhadap variabel minat investasi memiliki hubungan searah dimana, jika variabel inklusi keuangan dinaikkan satu satuan akan meningkatkan minat investasi sebesar 0,284 satuan.

Uji hipotesis menunjukkan baik secara parsial maupun simultan kedua variabel independen yaitu literasi keuangan dan inklusi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat investasi. Dari hasil koefisien regresi menunjukkan bahwa literasi keuangan dan inklusi keuangan dapat menjelaskan 40.2% dari faktor-faktor yang mempengaruhi minat investasi pada studi kasus tenaga pendidik di Kota Bogor.

Secara keseluruhan literasi dan inklusi keuangan memberikan kontribusi yang sangat berarti terhadap minat investasi. indikator pengetahuan keuangan, tabungan dan pinjaman serta asuransi berada pada kondisi cukup meski banyak dari tenaga pendidik yang belum melakukan pencatatan terkait anggaran pribadi padahal hal ini penting agar mereka dapat mengetahui kebutuhan dana yang akan digunakan. Indikator investasi masih harus terus di tingkatkan hingga akhirnya memulai untuk berinvestasi. Selanjutnya, tenaga pendidik merasakan bahwa ketersediaan akses terhadap layanan keuangan sudah sangat layak dan responden menggunakan internet untuk mengakses layanan keuangannya. Namun, dalam penggunaan produk *online* tenaga pendidik masih memerlukan panduan dalam mengaksesnya. Sehingga disarankan agar kantor sekuritas dapat membuka cabang di kota bogor untuk lebih memberikan panduan dan akses terhadap layanan pasar modal. Inilah yang harus menjadi fokus lembaga terkait untuk mengubah minat investasi menjadi keputusan investasi.

Dalam meningkatkan literasi dan inklusi keuangan yang dimiliki tenaga pendidik di kota bogor dapat direkomendasikan beberapa rencana yang sesuai dengan hasil penelitian serta visi dari Strategi Nasional Literasi Keuangan (OJK, 2020) seperti:

1. Instansi terkait dapat mengembangkan atau bekerja sama dengan penyedia aplikasi pencatatan keuangan menggunakan teknologi digital sederhana.
2. Membuat rekomendasi perusahaan sekuritas untuk membuat kantor cabang di berbagai kota khususnya di kota bogor
3. Memudahkan kerja sama antar instansi dalam mengadakan acara sekolah pasar modal yang akan mendukung kampanye “Yuk Nabung Saham” milik Bursa Efek Indonesia
4. Instansi-instansi seperti kementerian pendidikan dan kementerian keuangan serta OJK dapat bekerja sama untuk melakukan seminar-seminar terkait investasi serta melakukan pengadaan buku seri literasi keuangan milik OJK untuk meningkatkan literasi tenaga pendidik.

KESIMPULAN

Hasil identifikasi variabel yang diasumsikan peneliti yakni Literasi Keuangan (X1) dan Inklusi Keuangan (X2) baik secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat

Investasi di Pasar Modal (Y) dengan strategi yang dilakukan meliputi pembuatan aplikasi pencatatan keuangan, membuat kantor cabang sekuritas, melaksanakan lebih banyak sekolah pasar modal, melakukan seminar-seminar terkait investasi serta melakukan pengadaan buku seri literasi keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An analysis of financial literacy among college students. *Financial Services Review. An analysis of financial literacy among college students. Financial Services Review*, 7(1).
- Febrianti, F. (2020). *Analisis Literasi dan Inklusi Keuangan Terhadap Minat Investasi Generasi Z Di Jabodetabek*.
- Febrianti, F., Dewi, F. R., & Viana, E. D. (2021). Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Minat Investasi Generasi Z di Jabodetabek. *Jurnal Manajemen dan Organisasi (JMO)*, 12(3), 252–264.
- Khan, A. W., Jangid, A., Bansal, A., Chaudhary, S., Tyagi, V., S, M., & Rao, P. (2016). Factors Affecting Customer Satisfaction in the Taxi Service Market in India. *Journal of Entrepreneurship and Management*, 5, 46–53.
- Manurung, A. H., & Rizky, L. T. (2009). *Successful Financial Planner : A Complete Guide*. Jakarta Grasindo.
- Mertha Dewi, I., & Purbawangsa, I. B. A. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan Serta Masa Bekerja Terhadap Perilaku Keputusan Investasi. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 7, 1867. <https://doi.org/10.24843/eeb.2018.v07.i07.p04>
- OJK. (2020). Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia. *Otoritas Jasa Keuangan*, 378.
- Puspitasari, D. A. (2018). *Pengaruh Literasi Keuangan, Overconfidence, Dan Risk Tolerance Terhadap Keputusan Investasi Produk Pasar Modal*. INSTITUT PERTANIAN BOGOR.
- Putri, W. W., & Hamidi, M. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan, dan Faktor Demografi Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(1), 398–412. <https://doi.org/10.29259/ja.v14i2.11480>
- Sukirno, S. (2001). Pengantar Teori Mikro Ekonomi. *Rajawali Press*, 2.
- Tandelilin, E. (2010). Portofolio dan Investasi. (Kanisius, Ed.). In *Kanisius*.

Analisis Komparatif Kinerja *Exchange Traded Fund* dan Reksa Dana Saham Berdasarkan Metode Sharpe, Treynor, dan Jensen

Nur Sovi¹⁾, Ida Syafrida²⁾

¹⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Nur.sovi.ak18@mhs.w.pnj.ac.id, Jl.Prof. Dr. Siwabessy Kampus UI, 16425, Depok, Indonesia

²⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, ida.syafrida@akuntansi.pnj.ac.id, Jl.Prof. Dr. Siwabessy Kampus UI, 16425, Depok, Indonesia Depok

ABSTRACT

The increase in the number of capital market participants in Indonesia shows that there is an increase in novice or new investors. Novice investors generally have limited analytical skills in stock picking. This problem can be solved by investing in mutual fund where there is an Investment Manager as an expert in fund management. However, there are two types of fund management: funds managed actively and passively. This study aims to compare the performance of Equity Funds as actively managed fund and Exchange Traded Funds (ETFs) as passively managed fund. This research uses a quantitative approach with a risk-adjusted performance method consisting of Sharpe, Treynor, and Jensen. In comparing performance, the two instruments were measured using a non-parametric difference test analysis, namely the Mann-Whitney U Test. This study shows that there is no significant difference between the performance of Equity Funds and ETFs based on the Sharpe, Treynor, and Jensen method. So that investors are free to invest their funds in passively managed as well as actively managed.

Keywords: *comparation, exchange traded fund, equity fund*

ABSTRAK

Peningkatan jumlah partisipan pasar modal di Indonesia menunjukkan bahwa adanya peningkatan investor pemula. Investor pemula umumnya memiliki kemampuan analisis yang terbatas dalam memilih saham. Masalah tersebut dapat diatasi dengan cara berinvestasi pada instrumen reksa dana yang mana terdapat Manajer Investasi sebagai pihak ahli dalam pengelolaan dana. Terdapat dua jenis pengelolaan dana yaitu dana yang dikelola secara aktif dan pasif. Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan kinerja Reksa Dana Saham sebagai instrumen yang dikelola secara aktif dan *Exchange Traded Fund* (ETF) sebagai instrumen yang dikelola secara pasif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Risk Adjusted Performance* yang terdiri dari *Sharpe*, *Treynor*, dan *Jensen*. Dalam membandingkan kinerja, kedua instrumen diukur dengan menggunakan analisis uji beda non parametrik yaitu *Mann-Whitney U Test*. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara kinerja Reksa Dana Saham dan ETF berdasarkan metode *Sharpe*, *Treynor*, dan *Jensen*. Dengan demikian, investor bebas menginvestasikan dananya pada instrumen yang dikelola secara pasif maupun yang dikelola secara aktif.

Kata Kunci: *komparasi, exchange traded fund, reksa dana saham,*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Banyaknya masyarakat Indonesia yang terliterasi investasi akan meningkatkan partisipan pasar modal. Berdasarkan data statistik KSEI, jumlah investor pasar modal tahun 2021 adalah sebanyak 7,48 juta yang mana meningkat sebesar 92,99% dari tahun 2020 (KSEI, 2021). Peningkatan jumlah investor yang cukup signifikan menandakan bahwa di tahun 2021 terdapat banyak investor baru atau investor pemula. Investor pemula cenderung memiliki pengetahuan yang terbatas dalam melakukan analisa baik fundamental maupun teknikal terhadap keputusan pembelian saham atau *stock picking*. Produk reksa dana dapat menjadi salah satu bentuk alternatif investasi khususnya bagi investor pemula karena dibalik produk reksa dana terdapat Manajer Investasi sebagai pihak ahli dalam pengelolaan dana. Pengelolaan dana pada reksa dana sendiri terbagi menjadi dua jenis yaitu investasi yang dikelola secara aktif (*actively managed fund*) dan investasi yang dikelola secara pasif (*passively managed fund*) (Dorocáková, 2017). Salah satu instrumen investasi yang dikelola secara aktif yaitu reksa dana saham, sedangkan instrumen investasi yang dikelola secara pasif yaitu *exchange traded fund* (ETF).

ETF pada dasarnya merupakan sebuah reksa dana, namun telah diinovasi dengan perpaduan karakter reksa dana dan saham. ETF merupakan reksa dana yang diperdagangkan di bursa sesuai dengan jam yang berubah sewaktu-waktu sama halnya seperti saham dan tujuan investasinya yaitu mendapatkan imbal hasil seperti indeks acuannya. ETF sangat cocok bagi investor pemula yang memiliki modal terbatas tetapi dapat memiliki beberapa perusahaan yang ada pada suatu indeks (Dorocáková, 2017).

Berdasarkan data komposisi reksa dana di akhir bulan Desember tahun 2021, dana kelolaan ETF masih tergolong rendah yaitu sebesar 2,55% dengan NAB sekitar 14 triliun rupiah dan jumlah produk sebanyak 50 produk. Hal ini sangat berbeda dengan total dana kelolaan *Equity Fund* atau reksa dana saham yang cukup besar yaitu 23,21% dengan NAB sekitar 134 triliun Rupiah dan jumlah produk sebanyak 356 produk (OJK, 2021). Di negara lain seperti Amerika Serikat, jumlah aset yang dialokasikan untuk ETF telah tumbuh secara substansial sejak diperkenalkan ETF pada tahun 1993.

Menurut *Investment Company Institute*, total aset bersih ETF di Amerika Serikat telah meningkat menjadi \$355 miliar pada Juni 2006 (Maiello, 2006) dan pada Juni 2014, total aset bersih mencapai \$1,8 triliun. Antara akhir 2003 dan Juni 2014, jumlah ETF tumbuh dari 119 menjadi 1.364 produk (Antoniewicz & Heinrichs, 2014). Hingga akhir 2015, Wall Street Journal menyatakan bahwa investor telah memindahkan miliaran dolar dari dana yang dikelola secara aktif ke instrumen investasi yang dikelola secara pasif (Krouse, 2015). Hal tersebut bermula dengan adanya *buy and hold strategy* yang merupakan bagian dari strategi pengelolaan dana investasi secara pasif (*Passively Managed Fund*) yang umumnya dinyatakan sebagai strategi yang cocok bagi investor pemula (Ling, Yat, & binti Muhamad, 2014).

Pengelolaan dana secara aktif seperti pada reksa dana saham dipercaya sulit memiliki kinerja yang lebih baik daripada kinerja pasar. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fan & Yan Lin (2020) dengan hasil penelitian bahwa kinerja investasi yang dikelola secara pasif berupa ETF lebih unggul dibandingkan dengan yang dikelola secara aktif berupa reksa dana saham di *US Stock Market*. Namun hal ini berbeda dengan penelitian di pasar modal Indonesia yang dilakukan oleh Lorencia & Taufiq (2021) serta Aziqoh (2021) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara Reksa Dana Saham (sebagai investasi yang dikelola secara aktif) dan Reksa Dana Indeks (sebagai investasi yang dikelola secara pasif). Selain itu penelitian (Stefanus & Robiyanto, 2020) menunjukkan hampir semua ETF di Pasar Modal Indonesia memiliki kinerja yang kurang baik dibandingkan dengan investasi bebas risiko.

Permasalahan

Investor pemula umumnya memiliki pengetahuan yang kurang dalam analisis fundamental dan teknikal dalam pemilihan saham atau *stock picking*. Investor pemula akan mudah dipengaruhi pihak lain. Pada tahun 2021 terjadi sebuah fenomena baru dimana terdapat banyaknya artis atau *influencer* yang melakukan pompom saham atau melakukan rekomendasi suatu saham tertentu tanpa adanya analisa. Hal ini dapat meningkatkan minat masyarakat untuk berinvestasi namun juga berisiko dapat merugikan investor baru yang memutuskan untuk berinvestasi dan membeli produk atas pengaruh rekomendasi seseorang.

Oleh karena itu, investasi pada reksa dana dapat menjadi alternatif bagi investor pemula karena terdapat pihak ahli yaitu manajer investasi yang mengalokasikan dana investor ke berbagai efek sesuai dengan jenis reksa dana. Hal tersebut memudahkan investor dalam diversifikasi portofolio dan menghindari kerugian akibat dari kesalahan *stock picking*. Namun demikian dalam pengelolaan portofolio terdapat dua strategi pengelolaan yaitu investasi yang dikelola secara aktif dan yang dikelola secara pasif. Investasi yang dikelola secara pasif dipercaya memiliki biaya yang rendah karena memiliki tingkat perputaran portofolio yang rendah sehingga dipercaya dapat memaksimalkan imbal hasil atau return. Produk investasi pasif di Indonesia masih tergolong baru dan minat investasi pada instrumen yang dikelola secara pasif seperti ETF dan reksa dana indeks masih tergolong rendah dibandingkan dengan instrumen yang dikelola secara aktif seperti reksa dana saham dan lainnya.

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat perbedaan kinerja ETF dengan Reksa Dana Saham berdasarkan metode *Sharpe*?
2. Apakah terdapat perbedaan kinerja ETF dengan Reksa Dana Saham berdasarkan metode *Treynor*?
3. Apakah terdapat perbedaan kinerja ETF dengan Reksa Dana Saham berdasarkan metode *Jensen*?

Tujuan

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan pertanyaan penelitian, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji perbedaan kinerja ETF dan Reksa Dana Saham dengan metode *Sharpe*.
2. Untuk menguji perbedaan kinerja ETF dan Reksa Dana Saham dengan metode *Treynor*.
3. Untuk menguji perbedaan kinerja ETF dan Reksa Dana Saham dengan metode *Jensen*.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Undang-Undang Pasar Modal Nomor 8 Tahun 1995 Pasal 1, Ayat (27): “Reksadana adalah wadah yang dipergunakan untuk menghimpun dana dari masyarakat pemodal untuk selanjutnya diinvestasikan dalam portofolio efek oleh Manajer Investasi”. Menurut Manurung (2008:54) pengertian reksa dana yaitu adalah kumpulan dana dari masyarakat yang diinvestasikan pada saham, obligasi, deposito berjangka, pasar uang, dan sebagainya. Menurut Samsul (2015:412) reksa dana merupakan wadah yang dipergunakan untuk menghimpun dana dari masyarakat pemodal untuk selanjutnya diinvestasikan dalam portofolio efek oleh manajer investasi.

Reksa dana diterbitkan oleh sebuah perusahaan aset manajemen di bawah pengawasan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Pada perusahaan aset manajemen terdapat Manajer Investasi yang kegiatannya adalah mengelola uang dari masyarakat baik dalam bentuk lembaga investor maupun dari investor perorangan yang selanjutnya uang tersebut diinvestasikan ke instrumen investasi, baik di pasar modal, pasar uang, maupun properti.

Menurut Wicaksono (2021:66) ETF (*Exchange Traded Fund*) adalah reksa dana yang diperdagangkan di Bursa Efek. Menurut Kurtra, Azhara, & Gulo (2019) ETF adalah reksa dana yang diperdagangkan di bursa efek seperti halnya saham. ETF merupakan produk inovasi sebagai tindak lanjut dari POJK No. 49/POJK.04/2015 yang dibentuk dengan tujuan memenuhi kebutuhan investor agresif dan dinamis yang memiliki tujuan investasi jangka panjang dengan biaya transaksi yang murah (Kurtra, Azhara, & Gulo, 2019). ETF dikenal sebagai produk investasi dengan pengelolaan pasif manajer investasi. Umumnya biaya pengelolaan atau *management fee* ETF tergolong lebih rendah dibandingkan dengan reksa dana lainnya.

ETF merupakan salah satu bentuk reksa dana, namun karakter yang dimiliki ETF dengan reksa dana saham berbeda. Berikut perbedaan ETF dengan reksa dana konvensional atau saham (BEI, 2022):

1. ETF diperdagangkan di bursa layaknya saham oleh broker atau dealer partisipan. Harga ETF akan terus berubah secara terus menerus berdasarkan *supply* dan *demand* pasar selama jam perdagangan bursa serta dapat dimiliki secara *short selling*, *margin*, dan *option* sama halnya seperti saham. Reksa dana saham diperdagangkan melalui manajer investasi atau Agen Penjual Efek Reksa Dana (APERD) dan harga reksa dana serta NAB/UP dapat diketahui di akhir hari setelah penutupan jam perdagangan bursa. Komposisi efek pada suatu ETF akan dipublikasi setiap hari diakhir perdagangan sedangkan reksa dana hanya mempublikasikan *fund fact sheet* secara bulanan, tiga bulanan, dan seterusnya yang memuat 10 efek terbesar pada portofolionya.
2. Dalam perdagangan ETF pada pasar primer terdapat minimum pembelian sebesar 1.000 *lot* atau 100.000 unit penyertaan (UP) dan satuan *lot* atau 100 UP di pasar sekunder. Reksa dana pada umumnya yaitu per 1 unit, namun terdapat ketentuan minimum pembelian yang berbeda-beda berdasarkan manajer investasi dan prospektus reksa dana. Ketika melakukan jual beli, reksa dana saham memiliki biaya lebih tinggi yaitu umumnya 2% sampai dengan 4% karena adanya *management fee* atau pengelolaan aktif yang dilakukan oleh manajer investasi dan 1%-5% untuk biaya transaksi. Biaya pada transaksi ETF yaitu sesuai dengan *broker fee* dari masing-masing sekuritas yang investor gunakan dalam melakukan transaksi yang umumnya di bawah 1%.
3. Dari segi risiko, reksa dana saham memiliki risiko manajer investasi atas pengelolaan portofolio, sedangkan risiko ETF lebih rendah karena dapat dikontrol kapan saja dan transaksi dapat dilakukan setiap saat selama jam bursa. Transaksi ETF juga lebih mudah dibandingkan dengan reksa dana, dimana jika pembelian reksa dana melewati jam 1 siang maka transaksi pembelian akan dicatat dihari berikutnya, sedangkan ETF mengikuti jam perdagangan di bursa dan lebih transparan. Kemudian dalam proses transaksi penjualan atau proses settlement ETF juga lebih cepat yaitu 2 hari setelah transaksi (T+2) dibandingkan reksa dana yang membutuhkan waktu penyelesaian lebih lama yaitu maksimal tujuh hari setelah transaksi (T+7).
4. Hal lain yang membedakan reksa dana saham dan ETF yaitu adanya *dealer* partisipan pada ETF. *Dealer* partisipan merupakan *market maker* atau pihak yang berperan dalam menyediakan likuiditas produk ETF. Kewajiban *dealer* partisipan sebagai pencipta pasar termasuk memberikan harga penawaran beli kepada calon-calon penjual potensial dan harga penawaran jual kepada calon-calon pembeli potensial pada saat terdapat rentang harga yang lebar antara harga penawaran beli dan harga penawaran jual yang berlaku untuk unit penyertaan ETF di Bursa Efek.

Strategi portofolio berawal dari teori portofolio modern dicetuskan pertama kali oleh Harry Markowitz pada tahun 1952. Teori ini menghubungkan antara risiko dan imbal hasil dalam suatu perekonomian yang kompetitif (Chandra & Hapsari, 2014). Strategi pengelolaan dana investasi dibagi menjadi dua tipe yaitu investasi yang dikelola secara aktif (*actively managed fund*) dan investasi yang dikelola secara pasif (*passively managed fund*)

(Dorocáková, 2017). Berikut perbedaan penerapan strategi portofolio secara aktif dan pasif (Handini & Astawinetu, 2020):

1. Strategi portofolio aktif

Pada strategi ini, investor akan berusaha untuk mendapatkan return yang setinggi-tingginya. Dengan demikian, investor akan selalu mencari jalan agar memperoleh keuntungan yang lebih tinggi dibanding biaya yang harus ditanggungnya. Dalam investasi portofolio saham dengan strategi aktif, berbagai cara akan dilakukan investor untuk memperoleh *return* yang sebanding atau melebihi *return* pasar. Secara tidak langsung, dibutuhkan pengetahuan serta keahlian yang luas dalam menganalisis informasi yang mempengaruhi kinerja efek portofolionya.

2. Strategi portofolio pasif

Pada strategi ini, investor percaya harga pasar merupakan harga intrinsik. Sehingga investor tidak akan melakukan tindakan perdagangan saham yang akan memberikan return abnormal. Investor cenderung berusaha untuk mengikuti pasar dengan cara replikasi kinerja indeks pasar. Strategi yang digunakan dalam strategi portofolio pasif meliputi strategi *buy and hold* dan strategi replikasi indeks atau *indexing*. Pada strategi *Buy and hold*, investor tidak berarti tidak melakukan apa-apa dan hanya sekedar membeli lalu menyimpan saham yang telah dibelinya tersebut tapi investor juga harus melakukan tindakan rasional dalam berinvestasi. Dalam hal ini, investor tetap perlu memilih saham atau efek yang sesuai dengan preferensi dan profil risiko investor.

Strategi *indexing*, dengan membeli instrumen reksa dana investor berharap bahwa kinerja investasinya pada kumpulan saham-saham dalam instrumen reksa dana sudah merupakan duplikasi dari kinerja indeks pasar. Dengan kata lain, investor berharap akan memperoleh *return* yang sebanding dengan return pasar.

Sebuah kinerja efek atau reksa dana tidak hanya dapat dilihat dari *return* yang dihasilkan dari portofolio saja tetapi juga harus mempertimbangkan tingkat risiko tersebut. Ukuran kinerja yang menyesuaikan *return* serta risiko atau *Risk Adjusted Performance* dapat dilakukan dengan metode Indeks *Sharpe*, *Treynor*, dan *Jensen*. Berikut perbedaan dari ketiga metode (Handini & Astawinetu, 2020):

1. Indeks *Sharpe*

Indeks *Sharpe* atau *reward to variability ratio* merupakan metode yang dikembangkan oleh William Sharpe pada tahun 1966. Dalam perhitungannya, Indeks *Sharpe* mendasarkan pada konsep garis pasar modal (*capital market line*) yaitu dengan cara mengurangi return portofolio dengan investasi bebas risiko (*excess return*) dan kemudian membaginya dengan variabilitas (*variability*) *return* portofolio atau standar deviasi. Indeks *Sharpe* dapat digunakan untuk membuat peringkat dari beberapa portofolio berdasarkan kinerjanya. Semakin tinggi indeks *Sharpe* suatu portofolio dibanding portofolio lainnya, maka semakin baik kinerja portofolio tersebut.

2. Indeks *Treynor*

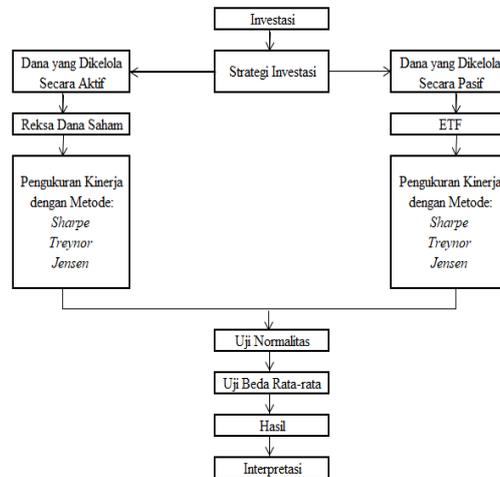
Indeks *Treynor* atau *reward to volatility ratio* merupakan metode yang dikembangkan oleh Jack Treynor. Sama halnya seperti indeks *Sharpe*, pada indeks *Treynor*, kinerja portofolio dapat dilihat dengan cara menghubungkan tingkat *return* portofolio dengan besarnya risiko dari portofolio tersebut. Perbedaannya dengan indeks *Sharpe* adalah penggunaan garis pasar sekuritas (*security market line*) sebagai acuan, dan bukan garis pasar modal seperti pada indeks *Sharpe*. Hasil dari pengukuran metode treynor adalah untuk mengidentifikasi bahwa portofolio sudah terdiversifikasi dengan baik sehingga risiko yang dianggap relevan adalah risiko sistematis (diukur dengan beta).

3. Indeks *Jensen*

Metode Indeks *Jensen* merupakan indeks yang menunjukkan perbedaan antara tingkat return aktual yang diperoleh portofolio dengan tingkat *return* yang diharapkan jika portofolio tersebut berada pada garis pasar modal. Indeks *Jensen* adalah kelebihan return di atas atau di bawah garis pasar sekuritas (*security market line*). Interpretasi hasil dari metode Indeks *Jensen* adalah

pengukur berapa banyak portofolio yang menungguli kinerja pasar. Indeks yang bernilai positif berarti portofolio memberikan *return* lebih besar dari return harapannya (berada di atas garis pasar sekuritas) sehingga merupakan hal yang bagus karena portofolio mempunyai return yang relatif tinggi untuk tingkat risiko sistimatisnya. Demikian juga sebaliknya, indeks yang bernilai negatif menunjukkan bahwa portofolio mempunyai *return* yang relatif rendah untuk tingkat risiko sistimatisnya

Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan kinerja Reksa Dana Saham sebagai portofolio yang dikelola secara aktif dan ETF yang dikelola secara pasif. Kinerja diukur dengan mempertimbangkan risiko, sehingga metode yang digunakan adalah *Sharpe*, *Treynor*, dan *Jensen*.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pengembangan hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

1. Terdapat perbedaan kinerja ETF dengan Reksa Dana Saham berdasarkan metode *Sharpe*.
2. Terdapat perbedaan kinerja ETF dengan Reksa Dana Saham berdasarkan metode *Treynor*.
3. Terdapat perbedaan kinerja ETF dengan Reksa Dana Saham berdasarkan metode *Jensen*.

METODOLOGI

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode deskriptif komparatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh ETF yang diperdagangkan di bursa dan Reksa Dana Saham yang tercatat pada OJK. Penentuan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, kriteria pengambilan sampel sebagai berikut:

- a. ETF Indeks Saham yang terdaftar di OJK dan masih efektif selama periode 2019-2021.
- b. Reksa Dana Saham yang terdaftar di OJK dan masih efektif selama periode 2019-2021.
- c. Reksa Dana Saham dengan delapan NAB tertinggi.
- d. Data harga penutupan tersedia di *Yahoo Finance* dan Reksa Dana OJK pada periode penelitian.

Data dalam penelitian ini merupakan data sekunder dengan metode pengumpulan data yang diperoleh dari beberapa sumber yang kredibel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perbedaan rata-rata kinerja baik reksa dana saham maupun ETF adalah menggunakan masing-masing delapan produk dengan periode penelitian tiga tahun dari tahun 2019 sampai dengan 2021 berdasarkan metode *Sharpe*, sebagai berikut:

Tabel 1. Rata-rata Kinerja Reksa Dana Saham dan ETF Berdasarkan Metode *Sharpe*

Keterangan	METODE <i>SHARPE</i>		
	2019	2020	2021
ETF	-0,3254	-0,2015	-0,4396
Reksa Dana Saham	-0,5165	-0,1882	-0,0107
Perbedaan Rata-rata Kinerja	-0,1911	-0,0133	-0,4289

Berdasarkan Tabel 1, rata-rata kinerja ETF dengan metode *sharpe* di tahun 2019 adalah lebih baik dibandingkan dengan rata-rata kinerja reksa dana saham ($-0,3254 < -0,5165$) dengan selisih sebesar $-0,1911$ per unit risiko total portofolio yang dinyatakan sebagai standar deviasi. Namun dalam kondisi pasar modal yang sedang mengalami penurunan, di tahun 2020 dan 2021 Reksa Dana Saham lebih unggul dibandingkan dengan kinerja ETF Pasif. Hal ini dapat disebabkan oleh pengelolaan aktif dari manajer investasi untuk memperoleh return yang optimal meskipun dalam keadaan market crash akibat dari Pandemi Covid-19 serta tren kenaikan obligasi di tahun 2020 dan 2021. Dengan demikian jika dilihat berdasarkan periode penelitian selama tiga tahun, maka rata-rata kinerja reksa dana saham berdasarkan metode *sharpe* lebih baik daripada rata-rata kinerja ETF.

Perbedaan rata-rata kinerja baik reksa dana saham maupun ETF berdasarkan metode *treynor* sebagai berikut:

Tabel 2. Rata-rata Kinerja Reksa Dana Saham dan ETF Berdasarkan Metode *Treynor*

Keterangan	METODE <i>TREYNOR</i>		
	2019	2020	2021
ETF	-0,0574	-0,0556	-0,1100
Reksa Dana Saham	-0,0596	-0,0501	0,0138
Perbedaan Rata-rata Kinerja	-0,0022	-0,0055	-0,1435

Metode *treynor* di tahun 2019 juga menunjukkan bahwa rata-rata kinerja ETF lebih baik dibandingkan dengan reksa dana saham ($-0,0574 < -0,0596$) dengan selisih sebesar $-0,0022$ per unit risiko sistematis yang dinyatakan sebagai beta portofolio. Dalam kondisi *market crash* yang dimulai pada tahun 2020 dan pemulihan pasar di tahun 2021, kinerja reksa dana saham lebih unggul dibandingkan dengan ETF. Hal ini dikarenakan upaya manajer investasi untuk mendapatkan return yang optimal serta rata-rata volatilitas ETF lebih tinggi dibandingkan dengan pergerakan pasar atau IHSG sehingga risiko sistematis dari ETF lebih tinggi dibandingkan dengan Reksa Dana Saham. Sehingga secara keseluruhan, rata-rata kinerja reksa dana saham lebih baik daripada rata-rata kinerja ETF berdasarkan metode *treynor*.

Perbedaan rata-rata kinerja baik reksa dana saham maupun ETF berdasarkan metode *jensen* sebagai berikut:

Tabel 3. Rata-rata Kinerja Reksa Dana Saham dan ETF Berdasarkan Metode *Jensen*

Keterangan	METODE <i>JENSEN</i>		
	2019	2020	2021
ETF	0,0060	-0,0299	-0,0599
Reksa Dana Saham	-0,0240	-0,0286	0,0236
Perbedaan Rata-rata Kinerja	0,0301	-0,0013	-0,0835

Begitupun dengan metode *jensen* yang menunjukkan hasil rata-rata kinerja ETF di tahun 2019 lebih baik dibandingkan reksa dana saham ($0,0060 > -0,0240$) dengan selisih sebesar $0,0301$. Dengan kata lain, rata-rata kinerja ETF di tahun 2019 lebih baik dibandingkan dengan kinerja pasar. Di tahun 2020 dan 2021 kinerja reksa dana saham dalam upaya mengungguli pasar atau IHSG lebih baik dibandingkan ETF.

Hasil uji normalitas data dengan menggunakan Kolmogorov Smirnov Test pada tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

Reksa_Dana		Kolmogorov-Smirnov ^a		
		Statistic	df	Sig.
<i>Sharpe</i>	ETF	.255	24	.000
	Reksa Dana Saham	.221	24	.004
<i>Treynor</i>	ETF	.206	24	.010
	Reksa Dana Saham	.229	24	.002
<i>Jensen</i>	ETF	.166	24	.088
	Reksa Dana Saham	.226	24	.003

Tabel 4 menunjukkan bahwa hasil sig. dari data ETF pada metode *sharpe* adalah sebesar 0,000 < 0,05 maka data tidak berdistribusi secara normal dan reksa dana saham sebesar 0,004 > 0,05 yang diindikasikan bahwa data tidak berdistribusi normal. Berdasarkan data pada metode *treynor*, hasil sig. ETF adalah sebesar 0,010 < 0,05 sehingga data tidak berdistribusi normal. Begitu pula dengan data reksa dana saham metode *treynor* dengan nilai sig. 0,002 < 0,05 sehingga data tidak berdistribusi normal. Pada metode *jensen* yang mana nilai sig. ETF 0,088 > 0,05 sehingga data ETF berdasarkan metode *jensen* terdistribusi normal dan reksa dana saham memiliki hasil sig. sebesar 0,003 < 0,05 sehingga data tidak berdistribusi normal. Dengan hasil uji normalitas yang menunjukkan data tidak berdistribusi normal, maka uji beda yang akan digunakan selanjutnya adalah uji non parametrik *Mann Whitney U Test*.

Hasil uji non parametrik *Mann Whitney U Test* pada tabel berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Beda

	Test Statistics ^a		
	<i>Sharpe</i>	<i>Treynor</i>	<i>Jensen</i>
Mann-Whitney U	270.000	257.000	264.000
Wilcoxon W	570.000	557.000	564.000
Z	-.371	-.639	-.495
Asymp. Sig. (2-tailed)	.711	.523	.621

Berdasarkan data pada Tabel 5, telah terbukti bahwa rata-rata kinerja ETF dan reksa dana saham yang diukur dengan metode *sharpe*, *treynor*, dan *jensen* tidak memiliki perbedaan rata-rata kinerja yang signifikan. Perbedaan rata-rata kinerja ETF dan reksa dana saham pada metode *sharpe* menunjukkan hasil sig. sebesar 0,711 > 0,05 yang artinya H0 diterima. Begitu pula dengan rata-rata kinerja ETF dan reksa dana saham yang diukur dengan metode *treynor* yang menunjukkan hasil sig. 0,523 > 0,05 yang artinya H0 diterima. Hal ini juga serupa dengan perbedaan rata-rata kinerja ETF dan reksa dana saham yang diukur dengan metode *jensen* dengan hasil sig. 0,621 > 0,05 yang diindikasikan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan sehingga H0 diterima.

Dalam metode *sharpe* telah terindikasi bahwa rata-rata kinerja Reksa Dana Saham lebih baik dibandingkan dengan kinerja ETF. Hasil uji beda *Mann Whitney U Test* menunjukkan bahwa H0 diterima dan H1 ditolak, sehingga tidak terdapat perbedaan kinerja yang signifikan antara ETF dengan reksa dana saham berdasarkan metode *sharpe*. Hal ini menunjukkan bahwa perbandingan antara tingkat *excess return* yang dihasilkan dan risiko total berupa standar deviasi dari ETF dan Reksa Dana Saham serupa (tidak ada perbedaan yang signifikan).

Nilai *sharpe* ETF yang lebih rendah daripada reksa dana saham pada pasar modal Indonesia tidak sejalan dengan penelitian komparatif ETF dan Reksa Dana pada beberapa sektor yang ada di *US Stock Market* yang dilakukan oleh Fan & Yan Lin (2020) dengan hasil bahwa dari 9 sektor kinerja ETF berdasarkan metode *sharpe* unggul di 6 sektor dibandingkan dengan reksa dana saham. Perbedaan hasil penelitian dapat disebabkan oleh adanya perbedaan penggunaan sampel yaitu ETF pada pasar modal Indonesia tahun 2019 sampai dengan 2021 dan ETF pada *US Stock Market* tahun 2008 sampai dengan 2017, yang mana ETF di Amerika Serikat telah berkembang pesat bahkan menjadi primadona investasi pasif di Amerika Serikat. Selain itu, pada periode penelitian ini terdapat sentimen negatif berupa adanya pandemi Covid 19 di tahun 2020 dan masih berlangsung di tahun 2021 yang mempengaruhi pasar saham.

Dalam metode *treyrnor* telah terindikasi bahwa rata-rata kinerja ETF tidak lebih baik dibandingkan dengan kinerja reksa dana saham. Hasil uji beda *Mann Whitney U Test* menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_2 ditolak, sehingga tidak terdapat perbedaan kinerja yang signifikan antara ETF dengan reksa dana saham berdasarkan metode *treyrnor*. Hal ini menunjukkan bahwa perbandingan antara tingkat *excess return* yang dihasilkan dan risiko sistematis (risiko pasar) berupa beta portofolio ETF dan Reksa Dana Saham serupa (tidak ada perbedaan yang signifikan).

Penelitian yang dilakukan oleh Lorencia & Taufiq (2020) juga menunjukkan bahwa perbedaan atau selisih rata-rata kinerja reksa dana indeks dan reksa dana saham tidak signifikan dan disimpulkan bahwa perbandingan *return* dan risiko sistematis antara reksa dana indeks dan reksa dana saham dianggap serupa. Selain itu, penelitian ini juga serupa dengan penelitian kinerja ETF yang dilakukan oleh Stefanus & Robiyanto (2020) yang menyimpulkan bahwa tidak ada kinerja ETF dengan metode *treyrnor* yang bernilai positif atau dapat mengalahkan instrument investasi bebas risiko yang telah disesuaikan oleh beta atau risiko sistematis. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Chen, Estes, & Pratt (2018) yang menunjukkan hasil bahwa ETF yang mengacu pada sektor kesehatan memiliki risiko sistematis (beta) yang lebih tinggi dibandingkan dengan reksa dana pada sektor tersebut.

Dalam metode *jensen* telah terindikasi bahwa rata-rata kinerja ETF tidak lebih baik dibandingkan dengan kinerja reksa dana saham. Pada hasil uji beda *Mann Whitney U Test* menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan kinerja yang signifikan antara ETF dengan reksa dana saham berdasarkan metode *jensen*. Dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_3 ditolak. Hal ini mengindikasikan bahwa rata-rata kinerja ETF dan Reksa Dana Saham dibandingkan dengan kinerja pasar (IHSG) adalah serupa (tidak ada perbedaan yang signifikan).

Penelitian yang dilakukan oleh Lorencia & Taufiq (2020) dan Aziqoh (2021) juga menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan rata-rata kinerja yang signifikan antara reksa dana indeks dan reksa dana saham jika dibandingkan dengan kinerja pasar (IHSG). Hasil kinerja ETF berdasarkan metode *jensen* menunjukkan bahwa rata-rata kinerja ETF bernilai negatif. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Stefanus & Robiyanto (2020) bahwa dari dua belas ETF yang diuji hanya dua ETF yang memiliki kinerja lebih baik daripada pasar (IHSG). Berbeda dengan penelitian pada pasar saham Amerika Serikat yang dilakukan oleh Chen, Estes, & Pratt (2018) yang menunjukkan bahwa mayoritas ETF pada sektor kesehatan memiliki *alpha* yang positif. Penelitian yang dilakukan oleh Fan & Yan Lin (2020) yang menunjukkan bahwa dari sembilan sektor yang diuji tidak terdapat reksa dana yang memiliki *alpha* positif dan terdapat beberapa ETF dapat mengungguli pasar.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan analisis perbandingan kinerja ETF dan Reksa Dana Saham dengan metode *sharpe*, *treyrnor*, dan *jensen*, maka berikut kesimpulan yang diperoleh:

1. Hasil dari metode *sharpe* pada kinerja ETF dan Reksa Dana Saham menunjukkan bahwa perbandingan antara tingkat *excess return* yang dihasilkan dan risiko total berupa standar deviasi dari ETF dan Reksa Dana Saham serupa (tidak ada perbedaan yang signifikan).
2. Metode *treynor* pada kinerja ETF dan Reksa Dana Saham menunjukkan bahwa perbandingan antara tingkat *excess return* yang dihasilkan dan risiko sistematis (risiko pasar) berupa beta portofolio ETF dan Reksa Dana Saham serupa (tidak ada perbedaan yang signifikan).
3. Metode *jensen* pada kinerja ETF dan Reksa Dana Saham menunjukkan bahwa rata-rata kinerja ETF dan Reksa Dana Saham dibandingkan dengan kinerja pasar (IHSG) adalah serupa (tidak ada perbedaan yang signifikan).
4. Berdasarkan ketiga metode tercatat pada 2019 dan 2020 reksa dana saham terbaik adalah Reksa Sucorinvest Equity Fund, sedangkan di tahun 2021 yaitu Reksa Dana Manulife Saham Andalan. Produk ETF terbaik yang tercatat di tahun 2019 dan 2020 adalah ETF XISR dan XPFT, sedangkan pada 2021 yaitu ETF R-LQ45.
5. Meskipun secara keseluruhan kinerja ETF tidak dapat mengungguli reksa dana saham, ETF memiliki potensi menjadi produk investasi pasif yang berkembang di Indonesia yang diminati oleh investor karena keunikan karakteristik dan kelebihan yang dimilikinya.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, berikut beberapa saran yang dapat diimplementasikan oleh berbagai pihak:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengukur kinerja ETF dan Reksa Dana Saham dengan menggunakan metode lain seperti *information ratio*, *omega*, *sartino* dan tahun penelitian yang lebih panjang. Selain itu peneliti selanjutnya juga dapat membandingkan kinerja ETF dan Reksa Dana yang memiliki *underlying* serupa seperti ETF Syariah dan Reksa Dana Syariah, ETF dengan *underlying* efek hutang (obligasi) dan Reksa Dana Pendapatan Tetap, dan lainnya.

2. Bagi Investor

ETF dapat menjadi alternatif investasi jika investor memiliki tujuan investasi dalam jangka panjang dengan biaya transaksi yang murah karena ETF tidak dikenakan biaya *levy* dan pajak final serta *management fee* yang lebih rendah dibandingkan reksa dana pada umumnya.

3. Bagi Regulator

ETF sudah menjadi primadona instrumen investasi dengan pengelolaan pasif di Amerika Serikat dengan pertumbuhan yang pesat. SRO (*Self Regulatory Organization*), Manajer Investasi, Perusahaan Sekuritas dapat melakukan upaya pencerdasan atau edukasi ETF secara massive dan berkelanjutan agar dapat meningkatkan pengetahuan calon investor dan investor *existing*. Selain itu, informasi ringkasan terkait suatu produk ETF yang diperdagangkan masih sangat minim di *platform* broker.

KETERBATASAN

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yaitu:

1. Penelitian ini menguji kinerja ETF pasif dan Reksa Dana Saham dengan waktu hanya tiga tahun, yang mana masih tergolong pendek.
2. Penelitian ini hanya membandingkan kinerja dengan mempertimbangkan risiko dengan metode *share*, *treynor*, dan *jensen*.

DAFTAR PUSTAKA

Antoniewicz, R., & Heinrichs, J. (2014). Understanding exchange-traded funds: How ETFs work. *ICI Research Perspective*.

- BEI. (2022). *Exchange Traded Fund*. Retrieved from Bursa Efek Indonesia: <https://www.idx.co.id/produk/exchange-traded-fund-etf/>
- Dorocáková, M. (2017). Comparison of ETF's performance related to the tracking error. *Journal of International Studies*, 155.
- Fan, Y., & Yan Lin, C. (2020). Active vs. passive, the case of sector equity funds. *Financial Services Review*, 28(2), 159-177.
- Handini, S., & Astawinetu, E. D. (2020). *Teori Portofolio dan Pasar Modal Indonesia*. Scopindo Media Pustaka.
- Jogiyanto, H. (2013). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Krouse, S. (2015). *Vanguard Group Took In \$196 Billion of Investor Cash Through October*. Retrieved from Wall Street Journal: <https://www.wsj.com/articles/vanguard-group-took-in-196-billion-of-investor-cash-through-october-1447440046> . Diakses pada tanggal 10 Maret 2022.
- KSEI. (2021). *Statistik Pasar Modal Indonesia*. Retrieved from Demografi Investor: https://www.ksei.co.id/files/Statistik_Publik_Desember_2021.pdf
- Kutra, P., Azhara, E., & Gulo, Y. (2019). Peranan Exchange-Trade Funds (ETF) untuk Mendorong Pertumbuhan Industri Reksa Dana Dalam Pasar Modal Indonesia. *Jurnal Pasar Modal dan Bisnis*, 1(2), 253-264.
- Ling, F. C., Yat, D. N., & binti Muhamad, R. (2014). Empirical Re-Investigation on the 'Buy-and-hold Strategy' in Four Asian Markets: A 20 Years' Study. *World Applied Sciences Journal*, 30, 226-237.
- Lorencia, M., & Taufiq, M. (2020). Analisis Komparatif Kinerja Reksadana Saham dan Reksadana Indeks Berdasarkan Metode Sharpe, Treynor, dan Jensen. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 3(1), 257-267.
- Maiello, M. J. (2006). MONEY & INVESTING - Go-Anywhere - Most funds are well-defined. But these guys roam all over the map, to good result. *Forbes: business and finance*, 73-76.
- Manurung, Adler Haymans. (2008). *Reksa Dana Investasiku*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas
- OJK. (2015). *Peraturan OJK No. 49/POJK.04/2015*. Retrieved from OJK: <https://www.ojk.go.id/id/kanal/pasar-modal/regulasi/peraturan-ojk/Pages/POJK-Nomor-49.POJK.04.2015.aspx>
- Pemerintah Indonesia. (1995). *Undang-undang Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal*. Retrieved from Ojk.go.id: [https://www.ojk.go.id/id/kanal/pasar-modal/regulasi/undang-undang/Documents/Pages/undang-undang-nomor-8-tahun-1995-tentang-pasar-modal/UU%20Nomor%208%20Tahun%201995%20\(official\).pdf](https://www.ojk.go.id/id/kanal/pasar-modal/regulasi/undang-undang/Documents/Pages/undang-undang-nomor-8-tahun-1995-tentang-pasar-modal/UU%20Nomor%208%20Tahun%201995%20(official).pdf)
- Putri, D. D., & Asdi, Y. (2020). Model Portofolio Optimal Markowitz Pada Saham Indeks Lq45 Periode Januari 2015–Januari 2019. *Jurnal Matematika Unand*, 9(2), 93-98.
- Samsul, M. 2015. *Pasar Modal dan Manajemen Portofolio*. Erlangga, Jakarta.
- Stefanus, A. C., & Robiyanto, R. (2020). Performance evaluation of exchange traded fund in the Indonesia stock exchange. *International Journal of Social Science and Business*, 499-505.
- Tandelilin, E. (2010). *Dasar-dasar manajemen investasi*.
- Wicaksono, I. D. (2021). *#Mulai Dari ETF*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Indikasi *Financial Distress* Menggunakan Model Altman Z-Score pada Perusahaan Sub Sektor Rokok yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2021

Farhan Bagas Saputra¹,
farhan.bagassaputra.ak18@mhs.w.pnj.ac.id

Fatimah²
fatma.pnj@gmail.com

Program Studi Manajemen Keuangan Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

Cigarette sub-sector company is one of the manufacturing companies that process raw materials into semi-finished goods or finished goods. The increase in cigarette excise tariffs and the Covid-19 pandemic have put the cigarette sub-sector companies in danger of experiencing financial distress. This study aims to see indications of financial distress in cigarette sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2017-2021 period using the Altman Z-Score model. The type of data in this study is secondary data. The sample data used in this study are the Balance Sheet and Profit and Loss reports of GGRM, HMSP, WIIM, RMBA for the period 2017-2021. The analytical method used is financial modeling using Microsoft Excel. The results of this study indicate that GGRM and HMSP have healthy financial conditions, WIIM is in the grey area zone, while RMBA during the 2017-2021 period is in the bankrupt category with an average Z-Score of 0.673 one of the causes is the loss experienced in the sale of the company.

Keywords: *Financial Distress, Altman Z-Score, cigarette sub-sector company*

ABSTRAK

Perusahaan sub sektor rokok merupakan salah satu perusahaan manufaktur yang mengolah bahan baku menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Kenaikan tarif cukai rokok serta masa pandemi covid-19 ini membuat perusahaan sub sektor rokok terancam mengalami kesulitan keuangan. Penelitian ini bertujuan untuk melihat indikasi *financial distress* pada perusahaan sub sektor rokok yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021 dengan menggunakan model Altman Z-Score. Jenis data pada penelitian ini adalah data sekunder. Sampel data yang digunakan pada penelitian ini adalah laporan Neraca dan Laba Rugi GGRM, HMSP, WIIM, RMBA periode 2017-2021. Metode analisis yang digunakan adalah *financial modelling* dengan menggunakan Microsoft excel. Hasil penelitian ini menunjukkan GGRM dan HMSP memiliki kondisi keuangan yang sehat, WIIM berada pada zona *grey area*, sedangkan RMBA periode 2017-2021 termasuk kategori bangkrut dengan rata-rata nilai Z-Score sebesar 0,673 salah satu penyebab adalah kerugian yang dialami dalam penjualan perusahaan.

Kata-Kata Kunci: *Financial Distress, Altman Z-Score, perusahaan sub sektor rokok*

¹ Farhan Bagas Saputra. E-mail: farhan.bagassaputra.ak18@mhs.w.pnj.ac.id

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia memiliki banyak potensi pertumbuhan serta pendapatan negara dari berbagai sektor, salah satunya sektor ekonomi. Pertumbuhan sektor ekonomi suatu negara bisa dilihat dari perkembangan perusahaan-perusahaan yang ada di negara tersebut. Industri di negara Indonesia mempunyai beragam jenis dari yang berskala kecil hingga skala besar. Hal ini menjadikan kondisi perekonomian di Indonesia memiliki persaingan yang sangat ketat terkait keberlangsungan hidup suatu perusahaan.

Indikator pertumbuhan serta pendapatan industri ekonomi di Indonesia dapat dilihat dari berbagai sektor, terutama sektor manufaktur dikarenakan sektor ini menyumbang pendapatan cukup tinggi untuk negara. Pada sektor manufaktur mempunyai peranan penting sebagai penunjang kebutuhan setiap manusia. Maka sektor manufaktur ini perlu diberikan perhatian khusus guna kelangsungan dan perkembangan manufaktur di Indonesia. Salah satu sektor industri manufaktur yang berperan cukup tinggi dalam pertumbuhan ekonomi dan pembangunan di Indonesia adalah industri rokok. Walaupun di mata masyarakat industri rokok adalah industri yang mengandung berbagai kontroversi. Hal ini dikarenakan mengkonsumsi rokok dianggap dapat mengancam kesehatan dan jiwa manusia, namun disisi lain industri rokok adalah sebagai penyerap tenaga kerja yang begitu besar dan penyumbang pemasukan kas negara yang cukup besar pula. Perusahaan-perusahaan rokok yang telah *go public* atau IPO (*initial public offering*) di lantai Bursa Efek Indonesia merupakan contoh perusahaan yang mampu beroperasi dengan jangka waktu yang cukup lama. Perusahaan rokok yang telah *go public* yang terdaftar di BEI yaitu PT Gudang Garam Tbk., PT Handjaya Mandala Sampoerna Tbk., PT Bentoel International Investama Tbk., dan PT Wismilak Inti Makmur Tbk. Perusahaan tersebut telah mampu menyumbangkan penghasilan cukai dan menyerap tenaga kerja yang cukup besar bagi negara.

Cukai itu sendiri merupakan pungutan negara yang dikenakan pada barang-barang tertentu yang memiliki sifat atau karakteristik yang ditetapkan dalam Undang - Undang. Salah satu barang yang dikenakan cukai di Indonesia yaitu Industri Hasil Tembakau (IHT), yakni *Cigaret* atau biasa disebut dengan istilah rokok. Jumlah konsumsi rokok masyarakat di Indonesia mengalami tren penurunan dari tahun 2015 – 2020 meski sempat terjadi pelonjakan tinggi pada tahun 2019. Jumlah konsumsi rokok pada tahun 2019 naik 7,4% dibandingkan tahun sebelumnya yang sebanyak 331,9 miliar batang. Pada tahun 2020 tercatat konsumsi rokok sebanyak 322 miliar batang, jumlah ini mengalami penurunan akibat harga rokok yang naik pada 2020. Tercatat sekitar 9,7% penurunan yang terjadi pada tahun 2020 dibandingkan tahun sebelumnya yang mencapai 356,5 miliar batang. Pada tahun tersebut juga terjadi pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia, sehingga beberapa masyarakat mengkhawatirkan kesehatannya masing-masing. Direktorat Jenderal Bea dan Cukai (DJBC) Kementerian Keuangan mencatat kinerja perusahaan rokok terganggu di tengah pandemi virus corona. Akibatnya, sebanyak 14.667 pekerja terpaksa dirumahkan dan terkena pemutusan hubungan kerja (PHK). Peningkatan cukai diprediksi akan mengancam kelangsungan kerja para pekerja pabrik rokok dikarenakan para pekerja dapat terkena PHK jika perusahaan tempat mereka bekerja terpaksa memangkas biaya produksi.

Beberapa tahun sebelumnya pemerintah juga selalu meningkatkan tarif cukai rokok, pengecualian terjadi pada tahun 2019 yang bertepatan dengan tahun penyelenggaraan Pemilihan Umum. Pada tahun tersebut pemerintah mempertahankan besaran tarif cukai hasil tembakau tahun sebelumnya. Hal ini yang menyebabkan tingkat konsumsi rokok pada masyarakat Indonesia mengalami pelonjakan tinggi pada tahun 2019. Berselang satu tahun kemudian Kementerian Keuangan sepakat untuk kembali menaikkan tarif cukai rokok rata-rata sebesar 12% pada tahun depan yakni pada 2020 sebesar 12,5%.

Kebijakan kenaikan cukai yang dilakukan oleh pemerintah bukan hanya mempengaruhi kebijakan dan keberlangsungan perusahaan namun juga dapat mempengaruhi masyarakat atau investor dalam menganalisis laporan keuangan pada perusahaan sub sektor rokok ini. Bagi seorang investor yang ingin bernvestasi pada perusahaan rokok, tentu kenaikan cukai rokok bisa jadi sebuah informasi yang perlu untuk diketahui. Apabila investor mendapat informasi mengenai keberlangsungan perusahaan yang akan diinvestasikan, maka kemungkinan investor tersebut harus memikirkan dan meneliti kembali terkait dampak pada perusahaan. Apabila perusahaan tidak dapat mempertahankan operasional perusahaan dan tidak dapat mengambil tindakan atas kebijakan yang terjadi maka perusahaan tersebut kemungkinan akan mengalami kebangkrutan. Kebangkrutan salah satunya dapat ditandai dengan terjadinya penurunan penjualan dari tahun ke tahun serta perusahaan mengalami kesulitan keuangan (*financial distress*). Dalam meminimalisir dan menghadapi

terjadinya *financial distress* yang dapat membuat kebangkrutan, perusahaan dapat melihat kondisi keuangan dengan melakukan analisis laporan keuangan.

Analisis laporan keuangan dilakukan investor untuk membandingkan kinerja perusahaan dan juga agar tidak terjebak pada perusahaan yang akan mengalami *financial distress* atau menuju kemungkinan kebangkrutan. Maka dalam hal ini yang dapat dilakukan untuk memastikan bahwa perusahaan dapat bertahan atau malah mungkin mengalami kebangkrutan adalah menganalisis rasio keuangannya. Terdapat berbagai cara untuk menganalisis, salah satunya adalah analisis menggunakan metode Altman Z-Score. Model Altman Z Score ini ditemukan pada tahun 1986, oleh Edward Altman. Metode ini dapat mengukur atau memprediksi adanya indikasi *financial distress* pada suatu perusahaan. Analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran penuh kinerja perusahaan dalam kondisi sehat, *grey area*, atau bahkan kemungkinan mengalami kebangkrutan. Maka penelitian ini akan dibahas judul “**Indikasi Financial Distress Menggunakan Model Altman Z-Score pada Perusahaan Sub Sektor Rokok yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021**”.

Rumusan Masalah

Peningkatan tarif cukai rokok dari tahun ke tahun serta adanya pandemic Covid-19 di tahun 2020 memberikan imbas pada perusahaan di sub sektor rokok. Dampak yang terjadi yaitu membuat perusahaan harus menurunkan biaya produksi, memecat tenaga kerja, mengalami penurunan tingkat penjualan, dan lainnya. Sehingga dari dampak tersebut perusahaan dapat menuju kondisi *financial distress* atau kemungkinan kebangkrutan pada masa yang akan datang. Maka perlu dilakukan analisis *financial distress* menggunakan model altman Z-score guna mengetahui kondisi perusahaan agar investor serta pihak manajemen dapat mengambil tindakan sebelum perusahaan mengalami kondisi *financial distress* atau kemungkinan kebangkrutan.

Tujuan

1. Menganalisis rasio dari laporan keuangan perusahaan sub sektor rokok yang terdaftar di BEI periode 2017 - 2021
2. Menghitung nilai Altman Z-score dengan rasio keuangan perusahaan sub sektor rokok yang terdaftar di BEI periode 2017 - 2021.
3. Menganalisa nilai Altman Z-score perusahaan sub sektor rokok yang terdaftar di BEI periode 2017 - 2021 untuk melihat indikasi *financial distress*.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Laporan Keuangan

Menurut Setyaningrum, et al. (2020:77) Laporan keuangan merupakan catatan keuangan suatu perusahaan pada kurung waktu tertentu atau pada periode tertentu. Laporan keuangan dapat digunakan untuk melihat apakah kinerja perusahaan mengalami penurunan ataukah mengalami peningkatan, dengan melihat laporan keuangan dapat dilakukan analisis mengenai kinerja perusahaan dalam kurung waktu tertentu.

Working Capital to Total Assets (WCTA)

Menurut Awan (2016:228), WCTA adalah rasio yang mengukur likuiditas atau kemampuan perusahaan untuk menghasilkan modal kerja bersih dari jumlah total aktiva yang dimiliki. Apabila aset lancar lebih besar daripada kewajiban lancar, maka perusahaan akan dinyatakan mempunyai modal kerja bersih yang positif. WCTA menurut Rudianto (2013:255) dirumsukan dengan:

$$WCTA = \frac{(Current\ asset - Current\ Liabilities)}{Total\ Asset}$$

Retained Earnings to Total Assets (RETA)

Menurut Awan (2016:229) RETA untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan

laba atau profitabilitas. RETA menurut Rudianto (2013:255) dirumuskan dengan:

$$\text{RETA} = \frac{\text{Retained Earnings}}{\text{Total Asset}}$$

Earnings Before Interest and Tax to Total Assets (EBITTA)

Menurut Awan (2016:230) EBITTA untuk menilai produktivitas aset dalam menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak. EBITTA menurut Rudianto (2013:255) dirumuskan dengan:

$$\text{EBITTA} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Total Asset}}$$

Book Value of Equity to Total Liabilities (BVETL)

Menurut Awan (2016:230), BVETL untuk mengukur sejauh mana aset perusahaan dapat menurun nilainya. BVETL menurut Rudianto (2013:255) dirumuskan dengan:

$$\text{BVETL} = \frac{\left(\frac{\text{Total Equity}}{\text{Total Share outstanding}}\right)}{\text{Total Liabilities}}$$

Sales to Total Assets (STA)

Menurut Awan (2016:231), STA untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan penjualan dengan aset sekecil mungkin. STA menurut Rudianto (2013:255) dirumuskan dengan:

$$\text{STA} = \frac{\text{Sales}}{\text{Total Assets}}$$

Financial Distress

Menurut Setyaningrum, et al. (2020:77), *Financial Distress* merupakan keadaan dimana perusahaan mengalami kesulitan keuangan atau likuiditas. Dapat dikatakan juga kurangnya kemampuan untuk memenuhi kewajiban perusahaan yang merupakan awal dari terjadinya kebangkrutan.

Model Altman Z-Score

Definisi model Z-Score menurut Rudianto (2013:254), “metode untuk memprediksi kebangkrutan hidup suatu perusahaan dengan mengkombinasikan beberapa rasio keuangan yang umum dan pemberian bobot yang berbeda satu dengan lainnya”. Adapun persamaan diskriminan model ini yang digunakan untuk perusahaan manufaktur *go public* sebagai berikut:

$$\text{Z} = 1,2 \text{ X1} + 1,4 \text{ X2} + 3,3 \text{ X3} + 0,6 \text{ X4} + 1,0 \text{ X5}$$

Keterangan:

X1: *Working Capital/Total Assets*

X2: *Retained Earnings/Total Assets*

X3: *EBIT/Total Assets*

X4: *MV of Equity/BV of Total Liabilities*

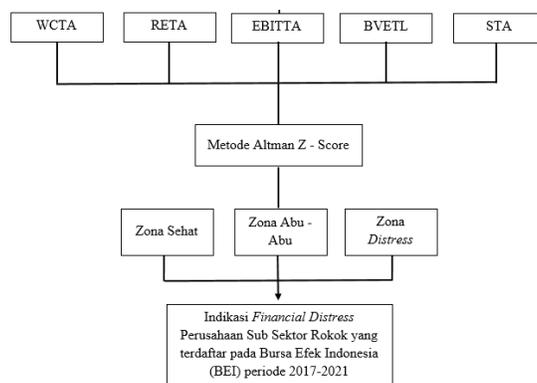
X5: *Sales/Total Assets*

Interpretasi nilai Z-Score dalam model ini menurut Edward I. Altman (1968), jika perusahaan memiliki nilai Z-score > 2,99 maka perusahaan termasuk kriteria zona sehat. Perusahaan yang memiliki nilai Z-score < 1,81 maka perusahaan masuk kedalam zona distress atau potensial mengalami kebangkrutan. Sedangkan perusahaan yang memiliki nilai antara (1,81 < Z-score < 2,99) maka perusahaan dikategorikan sebagai perusahaan zona *grey area*.

Penelitian Terdahulu

Pada penelitian terdahulu ditemukan research gap, hasil yang ditemukan Awan dan Diyani (2016) menunjukkan bahwa terdapat PT Bentoel Internasional Investama Tbk berada di zona *distress*, sedangkan perusahaan lainnya seperti PT Gudang Garam Tbk, PT HM Sampoerna Tbk dan PT Wismilak Inti Makmur Tbk menghasilkan nilai Z dalam kondisi sehat. Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sidik dan Indah (2021) dan Makruf dan Ramdani (2021), keduanya juga mendapatkan hasil penelitian bahwa ketiga perusahaan tersebut berada dalam zona sehat. Hasil yang berbeda ditunjukkan oleh penelitian Setyaningrum (2020) yang menyatakan bahwa PT Gudang Garam berada pada zona *grey area*. Hasil ini bertolak belakang dengan temuan yang diteliti oleh Sidik dan Indah (2021) pada PT Gudang Garam Tbk dengan menggunakan model Altman Z-Score menghasilkan nilai Z sebesar 3,010 atau ($Z > 2,99$), hal ini menunjukkan perusahaan dikategorikan sehat. Dalam hal ini terdapat gap penemuan yang terjadi pada hasil penelitian Setyaningrum (2020) yaitu hasil kondisi perusahaan dari analisis menggunakan model Altman Z-Score dengan penelitian yang dilakukan oleh Sidik dan Indah (2021).

Kerangka Pemikiran



Gambar 1 Kerangka Pemikiran
Sumber: Data Diolah

METODOLOGI PENELITIAN

Objek Penelitian

Perusahaan Sub Sektor rokok yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017 hingga 2021. Terdapat empat perusahaan yang dijadikan sampel yaitu GGRM, HMSM, RMBA, dan WIIM.

Metode Pengambilan Sampel

Pemilihan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yaitu pemilihan dengan didasarkan atas kriteria tertentu, yaitu:

1. Perusahaan yang termasuk ke dalam sektor Industri Barang Konsumsi sub sektor rokok pada Bursa Efek Indonesia (BEI)
2. Perusahaan sub sektor rokok yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) periode pengamatan tahun 2017 – 2021

Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan tahunan perusahaan sub sektor rokok yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia. Sumber data penelitian ini adalah website Bursa Efek Indonesia (www.idx.com)

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menganalisis menggunakan *Financial Modelling*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisa Deskriptif

Tabel 1 Hasil Analisis Deskriptif

Perusahaan	Rasio	Tahun				
		2017	2018	2019	2020	2021
GGRM	WCTA	0.317	0.337	0.341	0.416	0.344
	RETA	0.614	0.636	0.633	0.733	0.646
	EBITTA	0.167	0.161	0.188	0.125	0.079
	BVETL	0.000892	0.000979	0.000955	0.001546	0.001005
	STA	1.248	1.385	1.405	1.464	1.388
HMSP	WCTA	0.642	0.623	0.569	0.490	0.365
	RETA	0.289	0.293	0.274	0.171	0.139
	EBITTA	0.373	0.362	0.335	0.209	0.162
	BVETL	0.0000325	0.0000270	0.0000201	0.0000134	0.0000105
	STA	2.297	2.290	2.083	1.861	1.862
RMBA	WCTA	0.307	0.239	0.324	0.365	0.246
	RETA	-0.448	-0.461	-0.402	-0.764	-1.005
	EBITTA	-0.020	-0.017	0.017	-0.032	-0.024
	BVETL	0.0000475	0.0000353	0.0000268	0.0000232	0.0000442
	STA	1.438	1.473	1.226	1.114	0.895
WIIM	WCTA	0.571	0.588	0.609	0.580	0.554
	RETA	0.406	0.436	0.437	0.409	0.419
	EBITTA	0.036	0.042	0.022	0.127	0.106
	BVETL	0.00188	0.00191	0.00185	0.00132	0.00110
	STA	1.205	1.119	1.072	1.235	1.446

Sumber: Data diolah dari laporan keuangan di Bursa Efek Indonesia <https://www.idx.co.id/perusahaan-tercatat/laporan-keuangan-dan-tahunan/>, diakses 9 Mei 2022

Berdasarkan hasil tabel 1 dapat dilihat bahwa WCTA Gudang Garam 2017-2021 cenderung mengalami kenaikan dan terjadi penurunan di tahun 2021. Hasil ini masih menunjukkan bahwa selama lima tahun perusahaan berhasil mencatatkan nilai asset lancar yang lebih besar daripada hutang lancarnya. WCTA HMSP 2017-2021 mengalami penurunan cukup signifikan yang disebabkan oleh setiap tahunnya perusahaan mengalami kenaikan kewajiban lancar. WCTA WIIM mengalami peningkatan dari tahun 2017 -2019. Setelah itu mengalami penurunan hingga 2021. Dengan hasil perhitungan keempat WCTA perusahaan tersebut memiliki kondisi yang sehat dengan tidak adanya perusahaan yang terlilit hutang dikarenakan modal kerja bersih yang dimiliki lebih besar hutang lancar daripada asset perusahaan.

RETA GGRM cenderung mengalami peningkatan dari tahun 2017 hingga 2020 dan menurun tahun 2021. Dengan peningkatan laba ditahan yang paling tinggi di tahun 2019 ke 2020. RETA HMSP 2017-2021 mengalami penurunan. Hal ini dikarenakan penurunan pada komponen laba ditahan yang dimilikinya. RETA RMBA tahun 2017-2021 juga memperoleh hasil yang kurang baik. Setiap tahunnya laba ditahan dari perusahaan menghasilkan angka minus. Tren yang terjadi selama lima tahun berturut pun cenderung mengalami penurunan walaupun sempat terjadi kondisi yang membaik pada tahun 2019. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan memperoleh kerugian terus menerus pada *retained earning ratio*. RETA WIIM selama lima tahun berada pada kondisi yang sama yaitu di angka 0,4. Hal ini mengindikasikan bahwa komponen keuangan perusahaan baik itu laba ditahan maupun total asetnya tidak terjadi suatu hal atau perubahan yang signifikan.

EBITTA GGRM menurun dari tahun 2019 ke 2021 yang disebabkan biaya operasional yang dikeluarkan tidak diiringi dengan pemasukan laba sebelum pajak dan bunga. EBITTA HMSP mengalami penurunan signifikan dari 0,373 tahun 2017 sampai dengan 0,162 tahun 2021. EBITTA RMBA mengalami hasil kurang baik dimana hanya pada tahun 2019 perusahaan mendapatkan penghasilan laba sebelum pajak dan bunga dengan hasil positif. Selain tahun tersebut, perusahaan mengalami penurunan dalam EBIT yang mengakibatkan menurunnya rasio EBITTA perusahaan. EBITTA WIIM cenderung berada pada kondisi fluktuasi. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan tidak stabil dalam menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak. Namun, terdapat kinerja yang cukup signifikan pada tahun 2019 ke 2020. Perusahaan berhasil menghasilkan laba yang cukup tinggi dibandingkan tahun sebelumnya.

BVETL GGRM meningkat dari tahun 2017 hingga 2020 lalu menurun tahun 2021. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan selama empat tahun memiliki ekuitas dan saham yang beredar dapat dikatakan mampu memenuhi kewajiban jangka panjangnya. Namun, penurunan yang terjadi dikarenakan pada tahun 2021 perusahaan hanya sedikit menambah ekuitasnya akan tetapi jumlah hutang jangka panjang meningkat sangat tinggi dari tahun sebelumnya. BVETL HMSP menurun dari tahun 2017-2021 dikarenakan peningkatan pada hutang jangka panjang. BVETL RMBA meningkat dari tahun 2017-2020. Namun menurun di tahun 2021, dengan melihat berdasarkan laporan keuangan perusahaan, peningkatan ini salah satunya dikarenakan tidak

diiri dengan kenaikan ekuitas perusahaan. Namun, di tahun 2021 hutang perusahaan mengalami penurunan yang cukup signifikan sehingga rasio BVETL dari perusahaan membaik. BVETL WIIM mengalami kondisi yang tetap dari tahun 2017-2019. Namun, mengalami penurunan hingga tahun 2021. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan meningkatkan jumlah hutang jangka panjang yang cukup signifikan tetapi hanya sedikit menambah ekuitas yang dimiliki perusahaan.

STA GGRM 2017-2021 mengalami peningkatan. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan manajemen perusahaan dalam menggunakan asset sangat baik untuk memperoleh keberhasilan penjualan. STA HMSP mengalami penurunan dari tahun 2017-2020. Hal ini mengindikasikan bahwa kinerja kemampuan perusahaan dalam menggunakan asset yang dimiliki untuk menghasilkan penjualan kurang efektif. STA RMBA juga mengalami trend penurunan dari tahun 2017-2021. Dapat dilihat bahwa terjadi penurunan signifikan dalam penjualan yang didapat oleh perusahaan dengan penjualan terkecil pada tahun 2021. STA WIIM mengalami kondisi fluktuasi dari tahun 2017-2020. Hal ini mengindikasikan bahwa manajemen perusahaan kurang stabil pada tahun 2017 hingga 2020. Berselang tiga tahun berikutnya, kinerja manajemen perusahaan sudah sangat baik dalam menggunakan aktivitya dengan ditandai oleh meningkatnya tingkat penjualan secara terus menerus.

Hasil Perhitungan Z-Score GGRM

Tabel 2 Hasil Z-Score GGRM

Tahun	WCTA (X1)	RETA (X2)	EBITTA (X3)	BVETL (X4)	STA (X5)	Z -SCORE	Zona
2017	0.317	0.614	0.167	0.000892	1.248	3.038	Sehat
2018	0.337	0.636	0.161	0.000979	1.385	3.210	Sehat
2019	0.341	0.633	0.188	0.000955	1.405	3.321	Sehat
2020	0.416	0.733	0.125	0.001546	1.464	3.405	Sehat
2021	0.344	0.646	0.079	0.001005	1.388	2.967	Grey area

Sumber: Data diolah dari laporan keuangan di Bursa Efek Indonesia <https://www.idx.co.id/perusahaan-tercatat/laporan-keuangan-dan-tahunan/>, diakses 9 Mei 2022

Berdasarkan tabel 2 hasil Z-Score dari Gudang Garam cukup baik dengan mengalami kenaikan dari tahun 2017-2020 serta termasuk dalam kategori zona sehat. Namun, pada tahun 2021 perusahaan mengalami penurunan di lima rasio komponen dari model Altman Z-Score ini. Sehingga, penurunan hasil Z-Score juga terjadi serta menempatkan perusahaan dalam kategori *grey area*. Secara rata-rata Gudang Garam periode 2017-2021 tetap dalam kategori sehat dengan nilai Z-Score sebesar 3,188.

Hasil Perhitungan Z-Score HMSP

Tabel 3 Hasil Z-Score HMSP

Tahun	WCTA (X1)	RETA (X2)	EBITTA (X3)	BVETL (X4)	STA (X5)	Z -SCORE	Zona
2017	0.642	0.289	0.373	0.0000325	2.297	4.705	Sehat
2018	0.623	0.293	0.362	0.0000270	2.290	4.643	Sehat
2019	0.569	0.274	0.335	0.0000201	2.083	4.257	Sehat
2020	0.490	0.171	0.209	0.0000134	1.861	3.379	Sehat
2021	0.365	0.139	0.162	0.0000105	1.862	3.028	Sehat

Sumber: Data diolah dari laporan keuangan di Bursa Efek Indonesia <https://www.idx.co.id/perusahaan-tercatat/laporan-keuangan-dan-tahunan/>, diakses 9 Mei 2022

Berdasarkan tabel 3 hasil Z-Score dari HM Sampoerna paling baik diantara ketiga perusahaan lainnya walaupun terus mengalami penurunan yang cukup signifikan dari tahun 2017-2021. Hal ini disebabkan oleh menurunnya kinerja perusahaan yang dapat dilihat dari kondisi keuangan perusahaan melalui hasil perhitungan analisis rasio keuangannya. Akan tetapi, hasil ini masih menjadi yang tertinggi dengan nilai rata-rata Z-Score nya sebesar 4,002. Selama periode lima tahun ini juga, perusahaan mencatatkan atau seluruh hasil Z-Score termasuk kedalam kriteria zona sehat.

Hasil Perhitungan Z-Score RMBA

Tabel 4 Hasil Z-Score RMBA

Tahun	WCTA (X1)	RETA (X2)	EBITTA (X3)	BVETL (X4)	STA (X5)	Z -SCORE	Zona
2017	0.307	-0.448	-0.020	0.0000475	1.438	1.113	Distress
2018	0.239	-0.461	-0.017	0.0000353	1.473	1.058	Distress
2019	0.324	-0.402	0.017	0.0000268	1.226	1.108	Distress
2020	0.365	-0.764	-0.032	0.0000232	1.114	0.377	Distress
2021	0.246	-1.005	-0.024	0.0000442	0.895	-0.294	Distress

Sumber: Data diolah dari laporan keuangan di Bursa Efek Indonesia <https://www.idx.co.id/perusahaan-tercatat/laporan-keuangan-dan-tahunan/>, diakses 9 Mei 2022

Berdasarkan tabel 4 hasil Z-Score dari Bentoel International Investama periode 2017-2021 mengalami kesulitan keuangan atau termasuk kedalam zona *distress*. Walaupun pada 2019 perusahaan sudah mencoba memperbaiki kinerjanya ditandai dengan terjadi peningkatan di beberapa rasio keungan serta nilai Z-Scorenya. Namun, hal ini tidak dapat bertahan pada tahun selanjutnya sehingga pada tahun 2020 dan 2021 mengalami penurunan terus menerus. Tepat di tahun 2021 dengan hasil Z-Score -0,294, perusahaan akhirnya memutuskan untuk delisting pada Bursa Efek Indoneisa dan menjadi perusahaan *go private*. Hal ini disebabkan oleh perusahaan mengalami kerugian terus menerus.

Hasil Perhitungan Z-Score WIIM

Tabel 5 Hasil Z-Score WIIM

Tahun	WCTA (X1)	RETA (X2)	EBITTA (X3)	BVETL (X4)	STA (X5)	Z -SCORE	Zona
2017	0.571	0.406	0.036	0.00188	1.205	2.578	Grey area
2018	0.588	0.436	0.042	0.00191	1.119	2.574	Grey area
2019	0.609	0.437	0.022	0.00185	1.072	2.489	Grey area
2020	0.580	0.409	0.127	0.00132	1.235	2.924	Sehat
2021	0.554	0.419	0.106	0.00110	1.446	3.049	Sehat

Sumber: Data diolah dari laporan keuangan di Bursa Efek Indonesia <https://www.idx.co.id/perusahaan-tercatat/laporan-keuangan-dan-tahunan/>, diakses 9 Mei 2022

Berdasarkan tabel 5 hasil Z-Score dari Wismilak Inti Makmur mengalami kondisi stabil tahun 2017-2019 dengan nilai Z-Score termasuk ke dalam zona *grey area*. Pada tahun 2020 dan 2021, manajemen perusahaan berhasil bekerja secara efektif dalam menggunakan asset, ekuitas, dan lain-lainnya untuk menghasilkan laba. Hal ini ditandai dengan kenaikan nilai Z-Score yang membuat perusahaan masuk ke dalam kategori zona sehat. Dengan hasil rata-rata selama lima tahun Z-Score perusahaan sebesar 2,723. Hasil rata-rata tersebut masih berada dalam kategori zona *grey area*.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dipaparkan oleh penulis, penelitian ini bertujuan mengetahui indikasi *financial distress* pada perusahaan sub sektor rokok yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017–2021. Maka dari hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil analisis rasio dari laporan keuangan perusahaan pada rasio WCTA hanya HMSP yang mengalami kondisi kurang baik. Hal ini disebabkan peningkatan hutang lancar perusahaan yang tinggi tidak diikuti peningkatan asset lancarnya. Sedangkan GGRM, RMBA, dan WIIM walaupun hasilnya berfluktuasi namun secara hasil analisis rasio cukup baik. Pada rasio RETA kondisi keuangan HMSP dan RMBA mengalami penurunan. Perusahaan perlu mengurangi hutang lancarnya agar laba ditahan yang dimiliki bisa meningkat sebagai dana untuk pengembangan usaha serta tidak hanya untuk menutupi biaya dan hutang perusahaan. Kedua perusahaan lainnya setiap tahun memiliki laba ditahan yang besar sehingga memiliki modal yang cukup untuk keberlangsungan perusahaan. Pada rasio EBITTA, WIIM memperoleh peningkatan hasil dibandingkan dengan ketiga perusahaan yang lain. WIIM memiliki laba sebelum bunga dan pajak yang paling baik. Pada rasio BVETL, GGRM yang menjadi satu-satunya mengalami peningkatan. Dikarenakan penambahan hutang lancar tidak signifikan serta penambahan yang efektif dari ekuitas perusahaan untuk menutupi

- kewajiban hutang lancarnya. Sedangkan pada rasio STA, GGRM dan WIIM menjadi perusahaan yang penjualannya memiliki hasil positif selama lima tahun.
2. Hasil analisis rasio digunakan untuk menghitung Z-Score dengan model Altman, perusahaan HMSP dan RMBA dinyatakan memperoleh nilai Z-Score yang menurun dikarenakan hasil analisis rasio keuangannya mengalami penurunan juga. Sedangkan, GGRM dan WIIM memperoleh hasil perhitungan Z-Score yang meningkat.
 3. Berdasarkan hasil perhitungan nilai Z-Score, diperoleh indikasi *financial distress* perusahaan. GGRM dan HMSP berada pada zona sehat. WIIM berada pada *grey area*. Sedangkan, RMBA menjadi satu-satunya perusahaan dari hasil penelitian yang mengalami indikasi *financial distress* atau berada pada zona bangkrut.

SARAN

1. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu dasar pertimbangan investor dalam mengambil keputusan investasi agar dapat menanamkan modalnya pada perusahaan yang kondisi keuangannya sehat dan tidak terjebak pada perusahaan yang mengalami kondisi *grey area* bahkan kondisi *financial distress*.

2. Bagi Perusahaan

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran serta pertimbangan dalam pengambilan tindakan bagi manajemen perusahaan untuk di masa yang akan datang.
- b. Manajemen perusahaan perlu berhati-hati dan menjaga dalam memenuhi kewajiban setiap jatuh tempo sehingga perusahaan dapat menjaga kredibilitas untuk mendapatkan suntikan dana dari investor maupun kreditor.
- c. Untuk PT Gudang Garam, perlu meningkatkan tingkat penjualan perusahaan guna memperbaiki rasio-rasio yang menyangkut kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan.
- d. Khususnya untuk PT Handjaya Mandala Sampoerna, perlu mengurangi dalam hal hutang sebagai pendanaan perusahaan. Selain itu, meningkatkan pendapatan sebelum bunga dan pajaknya dengan cara inovasi penjualan dan evaluasi harga produk serta biaya produksi yang dikeluarkan.
- e. Sedangkan, untuk PT Bantoel International Investama diharapkan dengan menjadi perusahaan *go private* dapat memperbaiki kinerja keuangannya khususnya profitabilitas sehingga dapat fokus untuk mengembangkan strategi produk bisnisnya tanpa terkejar waktu maupun peraturan yang ada di Bursa Efek Indonesia.
- f. Sementara itu PT Wismilak Inti Makmur, harus menjaga kenaikan hasil penjualan selama dua tahun kebelakang agar kondisi keuangan tetap sehat

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas lingkup dengan cara menambahkan sub sektor maupun sektor lainnya yang ada pada Bursa Efek Indonesia.
- b. Diharapkan dapat menggunakan model analisis lain untuk memprediksi *financial distress* seperti model Springate dan lainnya.
- c. Diharapkan juga dapat menambah periode yang digunakan dalam penelitian agar menjadi penelitian terbaharu serta pengembangan hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisah, S. N. (2021). *Analisis indikasi financial distress menggunakan model altman z-score (studi kasus pada PT Anugrah Persada Alam periode 2010-2020)*. Depok: PNJ.
- Altman, E. I., Hotchkiss, E., & Wang, W. (2019). *Corporate financial distress, restructuring, and bankruptcy : analyze leveraged finance, distressed debt, and bankruptcy*. Wiley.
- Altman, E. I., Laitinen, E. K., Suvas, A., & Iwanicz-Drozowska, M. (2014). Distressed Firm and Bankruptcy prediction in an international context: a review and empirical analysis of Altman's Z-Score Model. 4-12.

- Annur, C. M., & Mutia, A. (2022, Februari 19). *Jumlah konsumsi rokok masyarakat indonesia per tahun*. Retrieved from databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/12/15/berapa-jumlah-konsumsi-rokok-masyarakat-indonesia-per-tahun>
- Awan, T. W., & Diyani, L. A. (2016). Prediksi kebangkrutan menggunakan altman z-score studi kasus pada perusahaan rokok yang terdaftar di BEI periode tahun 2012–2014. *Jurnal Online Insan Akuntan, Vol.1, No.2*, 221-238.
- Bursa Efek Indonesia. (2022, Mei). *Laporan keuangan dan tahunan*. Retrieved from <https://www.idx.co.id/perusahaan-tercatat/laporan-keuangan-dan-tahunan/>
- Direktorat Jendral Bea Dan Cukai. (2022, Februari 21). *Indeks Cukai*. Retrieved from beacukai: <https://www.beacukai.go.id/arsip/cuk/cukai.html>
- Dr. Djuwari, M. (2013). *Cara menulis abstrak*. Akademia Permata.
- Fa'izah, A. Z. (2022, Februari 23). *Fungsi manajemen keuangan, pengertian, tujuan, serta aktivitas yang terkait*. Retrieved from <https://www.merdeka.com/trending/fungsi-manajemen-keuangan-pengertian-tujuan-serta-aktivitas-yang-terkait.html>
- Hanafi, M. M., & Halim, A. (2016). *Analisis laporan keuangan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Kayo, E. S. (2022, Februari 23). *Sub sektor rokok BEI - industri manufaktur*. Retrieved from sahamok: <https://www.sahamok.net/emiten/sektor-industri-barang-konsumsi/sub-sektor-rokok/>
- Makruf, A., & Ramdani, D. (2021). Analisis perbandingan financial distress pada perusahaan sub sektor rokok periode 2015-2019. *Business Inovation and Entrepreneurship Journal*, 157 - 163.
- Mukhtaram, M. A., Suharti, T., Yudhawati, D., & Kusumah, A. (2021). Analisis prediksi tingkat kebangkrutan perusahaan dengan menggunakan metode grover dan altman zscore pada perusahaan rokok yang terdaftar di BEI . *Jurnal Ilmu Manajemen, Vol. 4 No.2*, 229-239.
- Rada. (2022, Februari 23). *Teknik pengumpulan data*. Retrieved from <https://dosenpintar.com/teknik-pengumpulan-data/>
- Rudianto. (2013). *Akuntansi manajemen informasi untuk pengambilan keputusan strategis*. Jakarta: Erlangga.
- Setyaningrum, K. D., Atahau, A. D., & Sakti, I. M. (2020). Analisis z-score dalam mengukur kinerja keuangan untuk memprediksi kebangkrutan perusahaan manufaktur pada masa pandemi covid-19. *Jurnal Riset Akuntansi Politala Vol. 3 No. 2*, 74-87.
- Sidik, N. D., & Indah, N. P. (2021). Analisis financial distress pada perusahaan sub sektor rokok yang terdaftar di bursa efek indonesia (BEI) periode tahun 2015-2018 dengan metode altman z-score dan springate. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi) Vol. 5 No. 1*, 614-624.
- The TobaccoAtlas. (2022, Februari 18). *Consumption*. Retrieved from <https://tobaccoatlas.org/topic/consumption/>
- The TobaccoAtlas. (2022, Februari 18). *Health Effects*. Retrieved from <https://tobaccoatlas.org/topic/health-effects/>
- Tobacco Control Support Center-Ikatan Ahli Kesehatan Masyarakat Indonesia. (2020). Atlas tembakau indonesia. 10-59.
- Yahoo Finance. (2022, Mei). *Income statement, balance sheet, cash flow* . Retrieved from <https://finance.yahoo.com/>

Analisis Reaksi Pasar Modal Setelah Pengumuman *Initial Public Offering* (IPO) Pada Perusahaan Yang Telah Terdaftar di BEI (Studi Kasus Pada Perusahaan *Initial Public Offering* Yang Masuk ke Dalam Papan Utama Periode 2019-2021)

Amin Akbar Hafizh¹,
amin.akbarhafizh.ak18@mhs.wpnj.ac.id
Fathir Ashfath²,
fathir.ashfath@akuntansi.pnj.ac.id

Program Studi Manajemen Keuangan Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

The study wanted to find out how the capital market reacts after the announcement of the initial public offering (IPO) and stock performance a year after the IPO on companies that have been listed on the Indonesian stock exchange with case studies on IPO companies that are listed on the main board for the 2019-2021 period. This research is a descriptive research through a quantitative approach. The sample in this study amounted to 28 companies with a listing period on the stock exchange one year after conducting an IPO. Two-way difference test method using paired sample t-test (parametric) and Wilcoxon test (non-parametric). The results of this study are the long-term performance of the stock has decreased in performance although it can still be said to still provide positive performance and experience outperformed. Short-term or long-term, the initial offering price is different and at the closing price there is no difference.

Keywords: *Abnormal Return, Trading Volume Activity, Initial Public Offering.*

ABSTRAK

Penelitian ingin mengetahui bagaimana reaksi pasar modal setelah pengumuman *initial public offering* (IPO) dan kinerja saham setahun setelah IPO pada perusahaan yang telah terdaftar di bursa efek indonesia dengan studi kasus pada perusahaan IPO yang masuk ke dalam papan utama periode 2019-2021. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif melalui pendekatan kuantitatif. Sampel pada penelitian berjumlah 28 perusahaan dengan masa listing di bursa adalah satu tahun setelah melakukan IPO. Metode uji beda dua arah menggunakan paired sample t-test (parametrik) dan uji wilcoxon (non-parametrik). Hasil dari penelitian ini yaitu kinerja saham dalam jangka panjang mengalami penurunan performa walaupun masih dapat dikatakan tetap memberikan kinerja yang positif dan mengalami outperformed. Jangka pendek atau jangka panjang pada harga penawaran perdana mengalami perbedaan dan pada harga penutupan tidak mengalami perbedaan.

Kata-Kata Kunci: *Abnormal Return, Trading Volume Activity, Initial Public Offering*

¹ Amin Akbar Hafizh. E-mail: amin.akbarhafizh.ak18@mhs.wpnj.ac.id

² Fathir Ashfath. E-mail: fathir.ashfath@akuntansi.pnj.ac.id

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dunia pasar modal pada saat ini sedang hangat untuk dibicarakan, baik dikalangan investor muda maupun investor yang terlebih dahulu terjun di pasar modal. Salah satu issue hangat adalah aksi korporasi yang datang dari kegiatan penawaran umum saham perdana atau biasa dikenal dengan istilah *initial public offering* (IPO). Banyaknya perusahaan yang melakukan pencatatan perdana saham dan kehadiran perdana perusahaan-perusahaan unicorn seperti PT bukalapak.com dan PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk menjadi *issue* hangat yang membakar animo para investor saham di Pasar Modal Indonesia

Berdasarkan data yang telah diolah dari Bursa Efek Indonesia (BEI) perihal jumlah perusahaan yang melakukan IPO selama tahun 2016-2017 terlihat adanya peningkatan jumlah perusahaan yang melakukan IPO selama tahun tersebut. Tercatat pada tahun 2016 terdapat 15 perusahaan yang melakukan IPO, kemudian meningkat menjadi 37 perusahaan pada tahun 2017, dan mengalami peningkatan kembali pada tahun 2018 dengan jumlah 57 perusahaan yang melakukan IPO. Kemudian pada tahun 2018 hingga 2021 terlihat bahwa jumlah perusahaan yang melakukan IPO stabil pada range angka 50-60. Jumlah data perusahaan yang melakukan IPO berturut-turut 55 perusahaan, 51 perusahaan, dan 53 perusahaan. Melalui data tersebut terlihat bahwa banyaknya perusahaan yang tertarik untuk melakukan IPO di bursa.

Meningkatnya jumlah perusahaan yang melakukan *go-public* tidak lepas dari alasan perihal kebutuhan atas pendanaan dalam kegiatan bisnis yang dijalankan. Suatu perusahaan pada umumnya memiliki dua alternatif pendanaan modal yang dapat dipilih diantaranya adalah melakukan pinjaman melalui bank dan melakukan penerbitan saham kepada publik yang dikenal sebagai penawaran umum perdana saham atau *initial public offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI). Keputusan melakukan IPO dipilih oleh perusahaan karena memberikan berbagai manfaat bagi perusahaan terutama pendanaan yang lebih besar yang dinilai sebagai bentuk investasi jangka panjang yang tidak memiliki tambahan biaya seperti bunga pada pinjaman bank. Perusahaan yang resmi *go public* juga akan mendapatkan hak menikmati pajak penghasilan dari pemerintah sebesar 5%. Selain itu, jika perusahaan terbuka (Tbk) akan mendapatkan besaran pajak penjualan yang lebih rendah daripada besaran pajak penjualan pada perusahaan non Tbk (IDX Channel.com, 2022). Keputusan IPO juga diharapkan dapat meningkatkan nilai saham dan menjadi ajang branding bagi suatu perusahaan.

Banyaknya perusahaan yang mengalami *underpricing* saat ini akan mengakibatkan terjadinya kelebihan permintaan (*oversubscribed*) terhadap saham perusahaan yang akan melakukan IPO. Tetapi sebaliknya pada jangka panjang hal sebaliknya akan terjadi yakni terjadinya jumlah permintaan saham yang terlalu rendah (*undersubscribed*) di bawah jumlah saham yang ditawarkan perusahaan tersebut di pasar. Fenomena *oversubscribed* dan *undersubscribed* merupakan hal yang sering terjadi pada saat penawaran perdana, yang mana secara tidak langsung bisa mengundang investor untuk mendapatkan abnormal return yang lebih besar di pasar modal, sehingga keinginan untuk menjadikan pasar modal yang efisien menjadi jauh jadi harapan.

Efisiensi merupakan sebuah tantangan utama bagi dunia pasar modal di Indonesia. Pasar modal yang efisien ditandai dengan tersedianya seluruh informasi atas suatu aset yang diperdagangkan, sehingga perubahan informasi baru diharapkan dapat segera tercermin dalam penyesuaian harga saham. Pasar modal memainkan perannya sebagai sarana pembiayaan bisnis, menghubungkan mereka yang memiliki kelebihan dana (pemberi pinjaman) dengan mereka yang membutuhkannya (dana pinjaman). Bagi emiten, keberadaan pasar modal menjadi pilihan lain untuk mendukung kebutuhan pendanaan, terutama pendanaan jangka panjang. Informasi adalah bahan baku utama untuk melakukan investasi. Informasi yang tersedia di pasar modal memiliki pengaruh yang besar dalam pengambilan keputusan. Kecepatan penyebaran informasi tercermin dalam harga sekuritas.

Reaksi pasar modal yang tercermin dalam kinerja sebuah saham dapat dilihat setelah perusahaan melakukan listing di Bursa Efek Indonesia (BEI). Kinerja saham bisa kita lihat melalui dua periode yaitu jangka pendek dengan jangka panjangnya. Melalui hal tersebut kita dapat mengetahui apakah secara jangka panjang saham tersebut menghasilkan kinerja yang baik atautkah hanya kurun waktu pada jangka pendek saja berreaksi terhadap harga saham

Berdasarkan teori sinyal juga menjelaskan bahwa segala informasi yang telah diumumkan dan dipublikasikan dapat menjadi sebuah sinyal bagi para investor sebagai sebuah dasar dalam pengambilan keputusan investasi (Aryasa & Suaryana, 2017). Jika pengumuman IPO atau initial public offering mengandung nilai positif, maka diharapkan dapat memberikan sebuah reaksi pada saat pengumuman tersebut diterima oleh pasar, Selain hal tersebut, informasi dapat juga memberikan gambaran mengenai prospek perusahaan di masa depan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Stella & Mustika, 2018) mengenai reaksi pasar modal terhadap perusahaan yang melakukan IPO. Hasil temuan dari penelitian yang dilakukan bahwa Diduga Tidak ada Perbedaan Kinerja saham jangka pendek dan panjang pada harga penawaran Perdana. Dan Tidak ada Perbedaan kinerja saham dalam jangka pendek dan jangka panjang pada harga Penutupan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pasar tidak memberikan reaksi terhadap pengumuman IPO.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Wijayanti, 2020) yang membahas tentang reaksi pasar modal pada saat terjadinya pandemi covid-19 menghasilkan sebuah temuan. *Abnormal return* tidak memiliki reaksi terhadap peristiwa dari covid-19. Namun pada variable *trading volume activity* memberikan reaksi terhadap peristiwa covid-19. Sehingga mengindikasikan bahwa pasar hanya memberikan reaksi terhadap aktivitas transaksi saham.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Muzakir, 2020) yang membahas reaksi pasar modal terhadap berita covid-19 di indonesia sejak diumumkan resmi oleh presiden pada bursa efek Indonesia. Terdapat sebuah temuan bahwa AR memiliki sebuah reaksi negatif terhadap peristiwa covid-19. Kemudian juga terjadi sebuah perbedaan rata-rata sebelum dan setelah pengumuman resmi dari pemerintah. Sehingga dapat disimpulkan peristiwa tersebut memberika reaksi terhadap pasar

Fenomena *oversubscribed* dan *undersubscribed* tersebut menjadi suatu perhatian yang menarik untuk dibahas. Karena peristiwa perusahaan yang marak mengalami IPO dan kondisi perusahaan yang banyak mengalami *underpricing* serta meningkatnya angka permintaan saham, maka melalui penelitian ini ingin mengetahui bagaimana reaksi dari pasar mengenai perusahaan yang melakukan IPO. selain itu melalui penelitian ini ingin mengetahui bagaimana kondisi perusahaan yang melakukan IPO dalam jangka waktu setahun setelah melakukan aksi IPO. sehingga judul dalam penelitian ini adalah **“Analisis Reaksi Pasar Modal Setelah Pengumuman Initial Public Offering (IPO) Pada Perusahaan Yang Telah Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia” (Studi Kasus Pada Perusahaan Initial Public Offering (IPO) Yang Masuk Ke Dalam Papan Utama Periode 2019-2021)”**

Tujuan

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kinerja saham di Indonesia setelah IPO dalam jangka pendek ke jangka panjang mengalami penurunan
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah terdapat perbedaan *abnormal return* yang terjadi pada kinerja saham dalam jangka pendek dan dalam panjang setelah pengumuman IPO periode tahun 2019-2021.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah terdapat perbedaan *trading volume activity* yang terjadi pada kinerja saham dalam jangka pendek dan dalam panjang setelah pengumuman IPO periode tahun 2019-2021

TINJAUAN PUSTAKA

Investasi

Investasi di pasar modal adalah penanaman modal, biasanya dalam jangka panjang untuk pengadaan aktiva lengkap atau pembelian saham-saham dan surat berharga lain untuk memperoleh keuntungan. Keputusan dalam berinvestasi tentu merupakan hal penting dalam memperoleh manfaat. Hal mendasar dalam proses keputusan investasi adalah pemahaman pola hubungan antara return yang diharapkan dan risiko suatu investasi (Bodie, Kane, & Marcus, 2018).

Initial Public Offering (IPO)

Penawaran umum perdana atau *initial public offering* (IPO) merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mendapatkan dana dari masyarakat pemodal dengan cara menjual saham atau obligasi. Penawaran Umum dilakukan oleh suatu perusahaan akan merubah statusnya dari perusahaan tertutup (*private company*) menjadi perusahaan terbuka (*go public*). Dengan dilakukannya *go public* pada suatu perusahaan, maka akan mendapatkan dana sesuai dengan kebutuhan perusahaan tersebut (Purba, 2019).

Teori Sinyal

Informasi yang telah diumumkan dan dipublikasikan dapat menjadi sebuah sinyal bagi para investor sebagai sebuah dasar dalam pengambilan keputusan investasi. Jika pengumuman IPO atau initial public offering mengandung nilai positif, maka diharapkan dapat memberikan sebuah reaksi pada saat pengumuman tersebut diterima oleh pasar. Selain hal tersebut, informasi dapat juga memberikan gambaran mengenai prospek perusahaan di masa depan. Informasi juga bisa bersifat financial maupun non-financial. Jika kedua sifat tersebut bernilai baik, maka para investor akan merespon dengan melakukan penawaran yang tinggi atas saham perdana di atas harga perdana, sehingga ketika dijualperbelikan di pasar sekunder harganya akan meningkat dan terjadi underpricing (Aryasa & Suaryana, 2017).

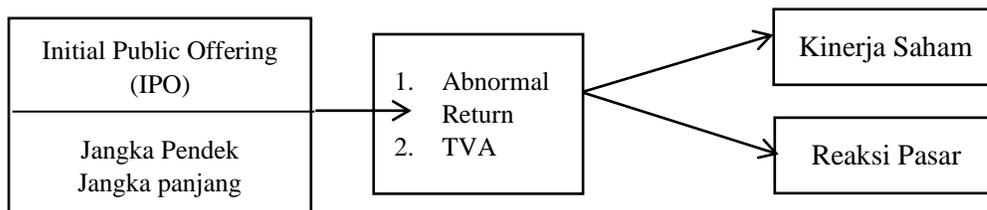
Kinerja Saham

Kinerja merupakan sebuah bagian yang tidak dapat dipisahkan dari organisasi atau perusahaan dan semua yang terlibat didalamnya. Kinerja perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor untuk mencapai sebuah tujuan perusahaan, salah satunya adalah saham atau surat bukti kepemilikan sebagian perusahaan kepada publik. Kinerja saham atau stock performance merupakan ukuran dari bagaimana tingkat pengembalian (return) saham selama periode tertentu. (Stella & Mustika, 2018)

Reaksi Pasar

Reaksi terhadap informasi sering dipelajari melalui studi peristiwa (*event study*), yaitu studi tentang reaksi pasar terhadap suatu peristiwa yang informasinya dipublikasikan sebagai pengumuman. Diharapkan event study ini dapat digunakan untuk menguji kandungan informasi suatu pengumuman, dan juga dapat digunakan untuk menguji bagaimana reaksi pasar modal mengenai fenomena perusahaan yang melakukan IPO (Stella & Mustika, 2018).

Kerangka Pemikiran



Dalam kerangka di atas dapat dilihat bahwa reaksi pasar modal dapat dilihat dari adanya *abnormal return* dan perbedaan *trading value activity* pada saat dan setelah IPO. Jika pengumuman informasi tersebut bereaksi, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat *abnormal return* dan perbedaan *trading volume activity*. Dari keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa jika pasar saham mengalami

abnormal return dan perbedaan *trading volume activity* maka pasar saham tersebut bereaksi terhadap peristiwa IPO (*Initial Public Offering*) atau penawaran umum perdana saham pada periode tahun 2019-2021.

METODOLOGI PENELITIAN

Objek Penelitian

Penelitian ini memilih perusahaan yang melakukan Initial Public Offering (IPO) pada jangka waktu tahun 2019-2021 sebagai objek penelitian. Pada penelitian ini akan dibagi dalam dua periode yaitu periode jangka pendek dan jangka panjang. Periode jangka pendek terdiri atas hari pertama, sebulan, tiga bulan, dan enam bulan setelah perusahaan melakukan IPO. Kemudian untuk periode jangka panjang yaitu setahun setelah perusahaan melakukan IPO.

Metode Pengumpulan Sample

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* (Sekaran & Bougie, 2016). Beberapa karakteristik khusus yang disesuaikan dengan tujuan penelitian yang akan dilakukan:

1. Perusahaan yang melakukan *initial public offering* (IPO) dan telah listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode tahun 2019-2021
2. Sampel merupakan perusahaan IPO yang masuk kedalam papan pencatatan utama di Bursa Efek Indonesia (BEI).
3. Perusahaan yang memperdagangkan saham selama 1 tahun setelah perusahaan melakukan IPO (terhitung setahun perdagangan hingga bulan juli 2022).

Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh perusahaan yang akan dijadikan sampel penelitian dengan jumlah 28 perusahaan

Metode Analisis Data

Sebelum dilakukannya uji hipotesis, pada penelitian ini terlebih dahulu menghitung besarnya *abnormal return* baik jangka pendek (sebulan, tiga bulan, enam bulan) dan jangka panjang (setahun). Berikut ini rumus persamaan (Stella & Mustika, 2018) sebagai berikut:

Abnormal Return

Abnormal return atau return tidak normal adalah selisih antara return atau tingkat keuntungan yang sebenarnya (*actual return*) dengan tingkat keuntungan yang diharapkan (*expected return*). (Suganda, 2019). Sebagai berikut :

$$AR_{i,t} = \frac{(1 + R_{i,t})}{(1 + R_{m,t})}$$

Keterangan:

$AR_{i,t}$ = Market-Adjustment Abnormal Return

$R_{i,t}$ = Return Saham (*Stock return*)

$R_{m,t}$ = Return Pasar (*Market return*)

Hasil dari *abnormal return* yang telah dihitung tersebut selanjutnya dapat digunakan sebagai ukuran kinerja saham dengan ketentuan yaitu:

$Abnormal Return > 0$, menjelaskan bahwa kinerja saham positif.

$Abnormal Return < 0$, menjelaskan bahwa kinerja saham negatif..

Melalui hasil abnormal return tersebut, penelitian ini akan menginterpretasikan total return secara kelompok (*grup*) dalam setiap periode yang dihitung dengan menggunakan *wealth relative* sebagai pengukuran kinerja perusahaan IPO. Rumus sebagai berikut:

$$WR = \frac{1 + (1/N) \sum_{i=1}^N R_{i,t}}{1 + (1/N) \sum_{i=1}^N R_{m,t}}$$

Maka kriteria dalam pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui kinerja saham dengan kinerja pasar sebagai berikut:

- WR > 1 : menyatakan bahwa kinerja saham mengalami *outperformed*
 WR < 1 : menyatakan bahwa kinerja saham mengalami *underperformed*

Return Saham

$$R_{i,t} = \frac{P_{i,t}}{P_{i,t-1}} - 1$$

Dimana:

- $R_{i,t}$ = Total Return Saham
 $P_{i,t-1}$ = Harga saham pada saat waktu t-1
 $P_{i,t}$ = Harga saham pada saat waktu t

Return Market

$$R_{m,t} = \frac{IHSG_t}{IHSG_{t-1}} - 1$$

- $R_{m,t}$ = Total Market Return
 $IHSG_{t-1}$ = Nilai Indeks Harga Saham Gabungan pada waktu t-1
 $IHSG_t$ = Nilai Indeks Harga Saham Gabungan pada waktu t

Trading Volume Activity (TVA)

Trading Volume Activity (TVA) adalah jumlah saham perusahaan yang diperdagangkan pada rentang waktu tertentu dibandingkan dengan saham perusahaan yang telah tercatat di BEI. Jika nilai TVA menunjukkan hasil yang tinggi, maka dapat disimpulkan bahwa investor dapat dengan mudah untuk membeli atau menjual saham yang akan atau telah dimiliki. Nilai TVA yang tinggi juga menunjukkan bahwa saham tersebut tidak dengan mudah mengalami perubahan harga secara tiba-tiba atau biasa disebut praktik manipulasi pasar. Rumus dari TVA sebagai berikut:

$$TVA_{i,t} = \frac{Volume\ Perdagangan_{i,t}}{Saham\ Beredar_{i,t}}$$

Metode analisis data yang digunakan dalam hipotesis pertama adalah paired sampel t-test. Untuk hipotesis kedua terlebih dahulu akan dilakukan uji asumsi klasik dengan menggunakan uji normalitas Kolmogorof-Smirnov (K-S). Uji normalitas atau distribusi normal ini dilakukan untuk mengetahui dan menentukan statistik yang akan digunakan (parametric atau non-parametrik). Jika distribusinya normal maka akan digunakan uji parametrik menggunakan paired sample t-test, tetapi jika distribusinya tidak normal maka akan digunakan uji non-parametrik menggunakan Wilcoxon Matched-Pairs Signed Rank Test.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Harga Penawaran Perdana Saham

1. Kinerja Jangka Pendek dan Jangka Panjang

H_1 : Kinerja saham di Indonesia setelah IPO dalam jangka pendek ke jangka panjang mengalami penurunan

Table 1. Statistik Deskriptif Harga Penawaran Perdana Saham

	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation	Wealth Relative
Hari Pertama	28	-.01537	.69996	10.19917	.3642560	.20086173	1.3642560
Sebulan	28	-.02970	.05649	.30829	.0110105	.02678929	1.0102632
Tiga Bulan	28	-.01172	.01591	.08781	.0031361	.00757768	1.0026196
Enam Bulan	28	-.00763	.00781	.03229	.0011532	.00427451	1.0007785
Setahun	28	-.00362	.00472	.01944	.0006944	.00249622	1.0003400
Valid N (listwise)	28						

Dari hasil pengamatan tersebut dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa kinerja dari ke-28 perusahaan secara rata-rata dari periode hari pertama, sebulan, tiga bulan, enam bulan, dan setahun menunjukkan hasil kinerja yang positif dengan rata-rata *abnormal return* diatas "0" (nol) dan *wealth relative* menunjukkan semua periode mengalami *outperformed*. Namun perlu diperhatikan bahwa semakin panjang jangka waktu maka akan mengalami penurunan *abnormal return* dan *wealth relative*.

2. Perbedaan Abnormal Return Jangka Pendek dan Jangka Panjang pada Harga Penawaran Perdana Saham Hasil Uji Normalitas

Table 2 Uji Normalitas Penawaran Perdana Saham

Periode	Positive	Negative	Test Statistic	Asymp. Sig. (2-tailed)	Keputusan
Hari Pertama	0.113	-0.098	0.113	0.200	Berdistribusi Normal
Sebulan	0.207	-0.141	0.207	0.003	Tidak Berdistribusi Normal
Tiga Bulan	0.157	-0.13	0.157	0.075	Berdistribusi Normal
Enam Bulan	0.082	-0.107	0.107	0.200	Berdistribusi Normal
Setahun	0.079	-0.095	0.095	0.200	Berdistribusi Normal

Hasil uji normalitas pada *abnormal return* menunjukkan bahwa hanya periode sebulan yang tidak berdistribusi normal (<0.05), sedangkan periode hari pertama, tiga bulan, enam bulan, dan setahun berdistribusi normal(>0.05). Sehingga untuk pengujian hipotesis kedua akan digunakan *paired sample t-test* pada periode jangka pendek yaitu hari pertama, tiga bulan, enam bulan dengan periode jangka panjang yaitu setahun. Sedangkan periode jangka pendek yaitu sebulan dengan periode jangka panjang yaitu setahun menggunakan *Wilcoxon Matched-Pairs Signed Rank Test*.

Pengujian Hipotesis II

Pengujian hipotesis II bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat reaksi pasar modal terhadap pengumuman IPO yang dilihat melalui perbedaan *abnormal return* pada jangka pendek dengan jangka panjang. Berikut adalah hipotesis yang dilakukan:

- H₂₁₁** :Terdapat perbedaan abnormal return setahun dan hari pertama pada harga perdana saham yang dibeli
- H₂₁₂** : Terdapat perbedaan abnormal return setahun dan 1 bulan pada harga perdana saham yang dibeli
- H₂₁₃** : Terdapat perbedaan abnormal return setahun dan 3 bulan pada harga perdana saham yang dibeli
- H₂₁₄** : Terdapat perbedaan abnormal return setahun dan 6 bulan pada harga perdana saham yang dibeli

Table 3 Paired Sample T-test Penawaran Perdana Saham

Periode	Paired Sample T-Test	Wilcoxon Rank Test (Z hitung)	Sig. (2-tailed)	Keputusan
Setahun - Hari Pertama	9.591		0.000	H ₂₁₁ Tidak Ditolak
Setahun - Sebulan		-1.435	0.151	H ₂₁₂ Ditolak
Setahun - Tiga Bulan	2.13		0.042	H ₂₁₃ Tidak Ditolak
Setahun - Enam Bulan	0.683		0.501	H ₂₁₄ Ditolak

Berdasarkan hasil uji paired sample t-test menunjukkan bahwa dengan taraf signifikansi 0.05 terdapat perbedaan signifikan antara periode pertama dengan setahun dan periode tiga bulan dengan setahun. Sedangkan periode enam bulan dengan setahun tidak terdapat perbedaan signifikan. Hal ini dapat dilihat dari hasil *Sig. (2-tailed)* dimana *pair 1* dan *pair 2* berada di bawah taraf 0.05 sedangkan *pair 3* berada di atas taraf 0.05. sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan signifikan antara kinerja jangka pendek dengan jangka panjang pada saham yang akan dibeli pada harga perdana. Sehingga keputusan adalah H₂₁₁ dan H₂₁₃ tidak ditolak sedangkan H₂₁₄ ditolak pada taraf signifikan 0.05. Berdasarkan hasil uji Wilcoxon diketahui bahwa *Asymp. Sig. (2-tailed)* bernilai 0.151. karena nilai tersebut lebih besar dari 0.05 ($0.05 < 0.151$), maka dapat disimpulkan bahwa H₂₁₂ ditolak. Dengan demikian bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan antara periode sebulan dengan periode setahun.

Harga Penutupan Saham

1. Kinerja Saham Jangka Pendek dan Jangka Panjang

H₁ : Kinerja saham di Indonesia setelah IPO dalam jangka pendek ke jangka panjang mengalami penurunan

Table 4. Statistik Deskriptif Harga Penutupan Saham

	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation	Wealth Relative
Sebulan	28	-.03407	.05489	.28490	.0101749	.02756247	1.010110667
Tiga Bulan	28	-.01208	.01589	.07455	.0026626	.00780139	1.002565148
Enam Bulan	28	-.00743	.00778	.02346	.0008379	.00450410	1.000746681
Setahun	28	-.00362	.00482	.01212	.0004329	.00249958	1.000327817
Valid N (listwise)	28						

Dari hasil pengamatan tersebut dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa kinerja dari ke-28 perusahaan secara rata-rata dari periode hari pertama, sebulan, tiga bulan, enam bulan, dan setahun memiliki hasil yang sama yaitu menunjukkan hasil kinerja yang positif dengan rata-rata *abnormal return* diatas "0" (nol) dan *wealth relative* menunjukkan semua periode mengalami *outperformed*. Namun perlu diperhatikan bahwa semakin panjang jangka waktu maka akan mengalami penurunan *abnormal return* dan *wealth relative*.

2. Perbedaan *Abnormal Return* Jangka Pendek dan Jangka Panjang pada Harga Penutupan Saham

Uji Normalitas

Table 5. Uji Normalitas Penutupan Saham

Periode	Positive	Negative	Test Statistic	Asymp. Sig. (2-tailed)	Keputusan
Sebulan	0.206	-0.126	0.206	0.040	Tidak Berdistribusi Normal
Tiga Bulan	0.178	-0.129	0.178	0.240	Berdistribusi Normal
Enam Bulan	0.089	-0.075	0.089	0.200	Berdistribusi Normal
Setahun	0.085	-0.093	0.093	0.200	Berdistribusi Normal

Hasil uji normalitas pada abnormal return menunjukkan bahwa periode sebulan dan tiga bulan tidak berdistribusi normal (<0.05). Sedangkan periode enam bulan dan setahun berdistribusi normal (>0.05). Sehingga untuk pengujian hipotesis kedua akan digunakan *paired sample t-test* pada periode enam bulan sebagai jangka pendek dan periode setahun sebagai jangka panjang. Sedangkan periode sebulan dan tiga bulan sebagai jangka pendek dan periode setahun sebagai jangka panjang akan menggunakan *Wilcoxon Matched-Pairs Signed Rank Test*.

Pengujian Hipotesis II

Pengujian hipotesis II bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat reaksi pasar modal terhadap pengumuman IPO yang dilihat melalui perbedaan *abnormal return* pada jangka pendek dengan jangka panjang. Berikut adalah hipotesis yang dilakukan:

H₂₁ : Terdapat perbedaan abnormal return 1 tahun dan 1 bulan pada harga penutupan saham yang dibeli

H₂₂ : Terdapat perbedaan abnormal return 1 tahun dan 3 bulan pada harga penutupan saham yang dibeli

H₂₃ : Terdapat perbedaan abnormal return 1 tahun dan 6 bulan pada harga penutupan saham yang dibeli

Table 6 Paired Sample T-Test Penutupan Saham

Periode	Paired Sample T-Test	Wilcoxon Rank Test (Z hitung)	Sig. (2-tailed)	Keputusan
Setahun - Sebulan		-1.298	0.194	H ₂₁ Ditolak
Setahun - Tiga Bulan		-1.48	0.139	H ₂₂ Ditolak
Setahun - Enam Bulan	0.605		0.550	H ₂₃ Ditolak

Berdasarkan hasil paired sample t-test menunjukkan bahwa dengan taraf signifikansi 0.05 tidak terdapat perbedaan signifikan antara periode enam bulan dengan setahun. Hal ini dapat dilihat dari hasil *Sig. (2-tailed)* dimana *pair 1* berada di atas taraf 0.05. sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan antara kinerja jangka pendek dengan jangka panjang pada saham yang akan dibeli pada harga penutupan. Sehingga keputusan adalah H₂₃ ditolak pada taraf signifikan 0.05. Berdasarkan hasil uji wilcoxon diketahui bahwa *Asymp. Sig. (2-tailed)* bernilai 0.194 untuk periode sebulan dengan setahun dan bernilai 0.139 untuk periode tiga bulan dengan setahun. karena nilai tersebut lebih besar dari 0.05 ($0.05 < 0.194$ dan $0.05 < 0.139$), maka dapat disimpulkan bahwa H₂₁ dan H₂₂ ditolak. Dengan demikian bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan antara periode sebulan dengan periode setahun dan tiga bulan dengan setahun.

Trading Volume Activity

1. Kinerja Saham Jangka Pendek dan Jangka Panjang

H₁ : Kinerja saham di Indonesia setelah IPO dalam jangka pendek ke jangka panjang mengalami penurunan

Table 7. Statistik Deskriptif Trading Volume Activity

	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
Hari Pertama	28	.00000	.11351	.30897	.0110348	.02436801
Sebulan	28	.00015	.06491	.20028	.0071527	.01292959
Tiga Bulan	28	.00007	.04581	.13906	.0049664	.00909171
Enam Bulan	28	.00004	.02756	.09827	.0035096	.00567477
Satu Tahun	28	.00002	.02190	.08974	.0032052	.00518628
Valid N (listwise)	28					

Berdasarkan hasil pengamatan pada 28 perusahaan bahwa secara rata-rata hasil TVA menunjukkan angka tertinggi terjadi pada periode hari pertama dibandingkan periode lainnya yaitu sebesar 0.0110348. Hal tersebut menjelaskan bahwa secara hasil deskriptif pada periode pertama merupakan periode yang paling banyak mengalami aktivitas transaksi saham dibandingkan dengan periode lainnya. Selain itu juga aktivitas transaksi saham pada periode selanjutnya cenderung mengalami penurunan angka yang menjelaskan bahwa aktivitas transaksi saham akan terus turun seiring dengan kenaikan periode saham.

2. Perbedaan *Trading Volume Activity* Jangka Pendek dan Jangka Panjang pada Harga Penutupan Saham Uji Normalitas

Table 8 Uji Normalitas TVA

Periode	Positive	Negative	Test Statistic	Asymp. Sig. (2-tailed)	Keputusan
Hari Pertama	0.295	-0.325	0.325	0.00	Tidak Berdistribusi Normal
Sebulan	0.315	-0.294	0.315	0.00	Tidak Berdistribusi Normal
Tiga Bulan	0.27	-0.295	0.295	0.00	Tidak Berdistribusi Normal
Enam Bulan	0.244	-0.27	0.27	0.00	Tidak Berdistribusi Normal
Setahun	0.284	-0.27	0.284	0.00	Tidak Berdistribusi Normal

Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh periode yaitu periode hari pertama, sebulan tiga bulan, enam bulan dan satu tahun berdistribusi normal. Hal tersebut dapat dilihat pada hasil *asympt. Sig (2-tailed)* yang menunjukkan hasil dibawah 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa untuk pengujian hipotesis akan dilakukan dengan menggunakan *Wilcoxon Matched-Pairs Signed Rank Test*.

Pengujian Hipotesis II

Pengujian hipotesis II bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat reaksi pasar modal terhadap pengumuman IPO yang dilihat melalui perbedaan TVA pada jangka pendek dengan jangka panjang. Berikut adalah hipotesis yang dilakukan:

H₂₃₁ : Terdapat perbedaan trading volume activity 1 tahun dan hari pertama

H₂₃₂ : Terdapat perbedaan trading volume activity 1 tahun dan 1 bulan

H₂₃₃ : Terdapat perbedaan trading volume activity 1 tahun dan 3 bulan

H₂₃₄ : Terdapat perbedaan trading volume activity 1 tahun dan 6 bulan

Table 9 Uji Wilcoxon TVA

Periode	Wilcoxon Rank Test (Z hitung)	Sig. (2-tailed)	Keputusan
Setahun - Hari Pertama	-1.844	0.065	H ₂₃₁ Ditolak
Setahun - Sebulan	-3.37	0.001	H ₂₃₂ Tidak Ditolak
Setahun - Tiga Bulan	-3.325	0.001	H ₂₃₃ Tidak Ditolak
Setahun - Enam Bulan	-3.234	0.001	H ₂₃₄ Tidak Ditolak

Berdasarkan hasil pengamatan yang telah dilakukan pada 28 perusahaan menunjukkan bahwa pada hari pertama saja yang menunjukkan tidak adanya perbedaan jangka pendek dengan jangka panjang. Sedangkan periode lain yaitu sebulan dengan setahun, tiga bulan dengan setahun, dan enam bulan dengan setahun menunjukkan adanya perbedaan. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai *asympt. Sig (2-tailed)* yang menjelaskan bahwa satu tahun dan hari pertama berada pada angka 0.065 (> 0.05) dan untuk periode lainnya berada pada angka di bawah < 0.05 . Sehingga dapat ditarik sebuah keputusan bahwa H₂₃₁ ditolak dan H₂₃₂, H₂₃₃, H₂₃₄ diterima.

PEMBAHASAN

1. Pengujian kinerja saham pada periode jangka panjang akan menggunakan dua posisi harga yaitu pada saat penawaran perdana dan penutupan harga saham. Hasil dari pengujian tersebut ditemukan bahwa kinerja saham pada periode jangka panjang baik dilihat dari harga penawaran perdana dan harga penutupan saham mengalami kinerja yang positif dan *outperformed*.
2. kinerja jangka pendek dan jangka panjang pada harga penawaran perdana saham mengalami perbedaan. perbedaan kinerja saham dalam jangka pendek ataupun jangka panjang pada harga penutupan tidak terdapat perbedaan.
3. Terlihat bahwa adanya reaksi pasar dalam segi TVA. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai TVA yang walaupun memang tidak terdapat perbedaan pada periode hari pertama dengan setahun, tetapi pada periode sebulan dengan setahun, tiga bulan dengan setahun, dan enam bulan dengan setahun mengalami perbedaan

KESIMPULAN

1. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan one sample t – test didapatkan hasil bahwa berdasarkan jangka pendek dan jangka panjang baik pada periode jangka pendek dan jangka panjang yaitu hari pertama, sebulan, tiga bulan, enam bulan mengalami kinerja positif. kinerja saham periode jangka pendek merupakan periode yang paling efektif dan efisien bagi para investor dalam mendapatkan keuntungan. Secara kinerja yang dilihat dari hasil *wealth relative* menunjukkan sebuah hasil bahwa baik periode jangka pendek atau jangka panjang sama sama menunjukkan hasil *outperformed*. Namun secara angka yang dilihat dari nilai *wealth relative* menjelaskan bahwa semakin panjang periode saham, maka kinerja akan semakin turun.
2. Berdasarkan hasil perbandingan jangka pendek dengan jangka panjang pada harga perdana saham ditemukan sebuah hasil bahwa pada harga perdana terjadi perbedaan rata-rata abnormal return. Terlihat bahwa hasil one sample paired t-test pada periode hari pertama dan tiga bulan dengan periode setahun terjadi perbedaan signifikan. Sedangkan periode sebulan dan enam bulan dengan periode setahun tidak terjadi perbedaan yang signifikan.
3. Berdasarkan hasil TVA, data menunjukkan bahwa secara hasil deskriptif dan uji hipotesis menunjukkan hasil yang menyatakan bahwa secara rata-rata TVA terbesar ada pada periode hari pertama. Berdasarkan uji wilcoxon ditemukan bahwa pada periode hari pertama dengan periode setahun tidak memiliki perbedaan, tetapi pada periode sebulan dengan setahun, tiga bulan dengan setahun, dan

enam bulan dengan setahun memiliki perbedaan. Hal tersebut menjelaskan bahwa TVA juga bereaksi terhadap pengumuman perusahaan yang melakukan IPO.

SARAN

1. Keterbatasan mengenai jangka waktu periode yang digunakan hanya satu tahun setelah perusahaan melakukan IPO, maka disarankan bagi akademisi selanjutnya untuk menggunakan periode yang lebih panjang seperti dua hingga lima tahun setelah perusahaan melakukan IPO. Selain itu disarankan juga bagi penelitian selanjutnya dapat menggunakan sampel penelitian pada sektor papan lainnya, seperti papan pengembangan dan papan akselerasi.
2. Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian ini, maka investor disarankan untuk dapat mengambil sebuah keputusan investasi dalam jangka pendek dibandingkan dengan jangka panjang (setahun setelah IPO). Pada periode jangka pendek mendapatkan *abnormal return* yang lebih tinggi dibandingkan setahun setelah melakukan IPO. Oleh karena itu, jangka pendek adalah waktu paling efektif bagi investor untuk mendapatkan return yang maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryasa, I. C., & Suaryana, I. A. (2017). REAKSI PASAR SEBELUM DAN SESUDAH PENGUMUMAN RIGHT ISSUE. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 1426-1454.
- Bodie, Z., Kane, A., & Marcus, A. (2018). *Investment*. New York: McGraw-Hill Education.
- IDX Channel.com. (2022, Maret 22). *Lima Alasan Perusahaan Harus Melakukan IPO*. Retrieved 04 16, 2022, from IDX Channel.com: <https://www.idxchannel.com/milenomic/lima-alasan-perusahaan-harus-melakukan-ipo#:~:text=Tentunya%20alasan%20melakukan%20IPO%20adalah,terbaik%20untuk%20mendapatkan%20dana%20segar.&text=Tentunya%20secara%20otomatis%2C%20akan%20membuka,sarana%20permodalan%20>
- Muzakir, M. F. (2020). REAKSI PASAR MODAL TERHADAP BERITA COVID-19 DI INDONESIA SEJAK DIUMUMKAN RESMI OLEH PRESIDEN PADA BURSA EFEK INDONESIA. *EFEKTIF Jurnal Bisnis dan Ekonomi Volume 11, No.2*, 123-132.
- Purba, A. A. (2019). *ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI UNDERPRICING SAHAM PADA SAAT INITIAL PUBLIC OFFERING (IPO) PADA PERUSAHAAN SEKTOR NON KEUANGAN YANG TERCATAT DI BEI PERIODE 2011-2017*. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Introduction to research. In U. Sekaran, & R. Bougie, *Research methods for business : a skill-building approach* (pp. 2-44). United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.
- Stella, C., & Mustika, J. (2018). Initial Public Offering (IPO) dan Reaksinya. *Seminar Nasional Teknologi dan Bisnis*, 98-107.
- Suganda, T. R. (2019). *Event Study Teori dan Pembahasan Reaksi Pasar Modal Indonesia*. Malang: Seribu Bintang.
- Wijayanti, R. (2020). REAKSI PASAR MODAL INDONESIA PADA SAAT TERJADI PANDEMI COVID 19. *Repository FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL*, 1-66.

Analisis Tingkat Kesehatan Bank Dengan Metode Risk Based Bank Rating (RBBR) Pada Bank KEB Hana Indonesia Periode 2016 - 2020

Septhiani¹⁾, Novitasari²⁾

¹⁾ Politeknik Negeri Jakarta, septhiani.aa18@mhs.pnj.ac.id, Depok, 16425, Depok, Indonesia

²⁾ Politeknik Negeri Jakarta, novitasari@akuntansi.pnj.ac.id, Depok, 16425, Depok, Indonesia

ABSTRACT

The soundness level of a bank is a bank's ability to carry out daily banking activities. KEB Hana Bank is one of the banks in Indonesia. This research was conducted with the aim of knowing the soundness level of KEB Hana Bank Indonesia using the Risk-Based Bank Rating (RBBR) method on 2016 - 2020 seen from the Risk Profile, Good Corporate Governance, Earning, and Capital factors. The type of data used in this study is quantitative data sourced from the financial statements of Bank Keb Hana Indonesia in 2016 - 2020. In analyzing the Risk Profile factor, the Non-Performing Loan Return (NPL) ratio and the Loan to Deposit Ratio (LDR) are used, for factors Good Corporate Governance is used Self-Assessment, for the Earning factor the ratio of Return on Assets (ROA) and the ratio of Net Interest Margin (NIM) are used, and for the Capital factor the ratio of Capital Adequacy Ratio (CAR) is used. The results of the study show that overall KEB Hana Bank received good predicate for the 2016 – 2020 period, where the NPL ratio gets a very good predicate while the LDR ratio gets bad predicate. For GCG received good predicate, and for the ratio of ROA, NIM and NPL all three get very good predicate.

Keywords: *Bank Soundness Level; RBBR; Risk Profile; Good Corporate Governance; Earning; Capital.*

ABSTRAK

Tingkat kesehatan bank merupakan kemampuan bank dalam melakukan kegiatan perbankan sehari-hari. Bank KEB Hana merupakan salah satu bank yang ada di Indonesia. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui tingkat kesehatan Bank KEB Hana Indonesia menggunakan metode *Risk Based Bank Rating* (RBBR) periode 2016 – 2020 yang dilihat dari faktor *Risk Profile*, *Good Corporate Governance*, *Earning*, dan *Capital*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang bersumber dari laporan keuangan Bank Keb Hana Indonesia tahun 2016 - 2020. Dalam menganalisis faktor *Risk Profile* digunakan rasio *Non Performing Loan* (NPL) dan rasio *Loan to Deposit Ratio* (LDR), untuk faktor *Good Corporate Governance* digunakan *Self-Assessment*, untuk faktor *Earning* digunakan rasio *Return On Assets* (ROA) dan rasio *Net Interest Margin* (NIM), serta untuk faktor *Capital* digunakan rasio *Capital Adequacy Ratio* (CAR). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan Bank KEB Hana mendapatkan peringkat sehat untuk periode 2016 – 2020, yang mana rasio NPL mendapatkan peringkat sangat sehat sedangkan rasio LDR mendapatkan peringkat tidak sehat. Untuk GCG mendapatkan peringkat sehat, dan untuk rasio ROA, NIM dan NPL ketiganya mendapatkan peringkat sangat sehat.

Kata-Kata Kunci: Tingkat Kesehatan Bank; RBBR; Risk Profile; Good Corporate Governance; Earning; Capital

¹ Septhiani, septhiani.aa18@mhs.pnj.ac.id, ² Novitasari, Novitasari@akuntansi.pnj.ac.id

PENDAHULUAN

Keberadaan bank dalam sistem perekonomian setiap negara sangatlah penting. Di Indonesia, bank bukanlah hal yang asing bagi masyarakat Indonesia, hampir setiap kegiatan masyarakat menggunakan fasilitas yang disediakan oleh bank sendiri, mulai dari fasilitas m-banking, e-banking dan fasilitas lainnya. Sehingga dalam kegiatan nya akan mempengaruhi kegiatan perekonomian yang ada.

Oleh karena itu, pentingnya manajemen bank dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada bank itu sendiri. Kesehatan bank dijadikan tolak ukur bagi pihak manajemen dalam menjalankan usaha mereka dan juga dijadikan tolak ukur bagi masyarakat untuk memilih bank yang akan mereka pilih. Permana (2012) juga berpendapat yakni, bank yang memiliki tingkat kesehatan baik dapat menjalankan fungsinya dengan baik juga. Fungsi yang dimaksud adalah seperti menjaga tingkat kepercayaan masyarakat akan bank, menjalankan fungsi intermediasi, dan lain lain.

Dalam kegiatannya, Bank Indonesia sebagai pembuat regulasi membuat kebijakan untuk menilai kesehatan bank yaitu Peraturan Bank Indonesia No.13/1/PBI/2011. Dalam kebijakan tersebut, bank Indonesia menyatakan bahwa setiap bank wajib untuk melakukan penilaian terhadap diri sendiri (*self assessment*) untuk menilai tingkat kesehatan banknya masing-masing. Hal tersebut juga didukung oleh Peraturan OJK No 4 / Pojk 03 /2016, yang mana peraturan tersebut berisi mengenai peraturan bank umum untuk melakukan penilaian terhadap diri sendiri atau (*self assessment*) melalui metode pendekatan risiko atau yang dikenal dengan *Risk based Bank Rating* (RBBR). Aspek aspek yang digunakan dalam metode ini adalah profil risiko / *risk profile*, tata kelola perusahaan / *good corporate governance*, rentabilitas / *earning*, dan permodalan / *capital*.

Bank KEB Hana Indonesia sebagai bank di Indonesia diharapkan mampu dalam menjalankan tugasnya dengan baik. Terutama dengan adanya kegiatan manajemen bank dengan bekerja sama dengan Line Corporation diharapkan dapat menghasilkan kinerja yang baik. Sehingga dengan adanya kinerja yang baik, hal ini akan mendukung tingkat kesehatan yang bank miliki.

Bank KEB Hana sendiri merupakan salah satu bank asing yang berasal dari Korea Selatan dan merupakan anak perusahaan dari Hana Financial Group yang dipimpin oleh Park Sung Ho selaku Komisaris Utama Bank KEB Hana di Indonesia. Bank KEB Hana berkantor pusat di Mangkuluhur City Tower, Jakarta Selatan, hingga saat ini Bank KEB Hana sudah memiliki satu kantor pusat dan 45 kantor cabang yang tersebar di seluruh Indonesia, yang mana 28 kantor cabang nya tersebar di Jakarta.

Berdasarkan penjabaran diatas, maka tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis tingkat kesehatan bank dengan metode *risk based bank rating* (RBBR) pada Bank KEB Hana Indonesia periode 2016-2020.

TINJAUAN PUSTAKA

Bank

Kasmir (2012) menyatakan bahwa bank adalah lembaga keuangan yang dalam kegiatan usahanya berupa menyimpan dana yang diberikan masyarakat dan disalurkan menyalurkan kembali ke masyarakat serta menyediakan alternatif jasa kepada masyarakat. Sedangkan Kusumawardani (2014) berpendapat bank merupakan badan keuangan yang berfungsi/berperan sebagai penyalur dan penghimpun dana masyarakat.

Tingkat Kesehatan Bank

Kesehatan bank didefinisikan sebagai kemampuan bank untuk menjalankan kegiatan operasional perbankan secara baik dan mampu memenuhi seluruh kewajibannya sesuai dengan ketentuan perbankan yang berlaku. Lasta (2014) berpendapat bahwa tingkat kesehatan bank merupakan pengukuran kondisi keuangan dan manajemen bank melalui rasio rasio yang ada. Kesehatan bank mencakup kesehatan bank dalam menjalankan segala kegiatan perbankannya.

Metode Risk Based Bank Rating (RBBR)

Penilaian kesehatan berdasarkan metode RBBR terdiri dari beberapa faktor, yaitu:

1. Profil risiko (*Risk Profile*)

adalah penilaian terhadap risiko yang melekat pada suatu aktivitas dan kualitas penerapan manajemen risiko dalam operasional bank (PBI No. 13/ 1/ PBI/ 2011). Diantara beberapa risiko yang ada, risiko kredit & risiko likuiditas merupakan risiko yang dapat diukur dan menghasilkan angka yang dapat digunakan dalam menilai kriteria suatu bank. Dalam mengukur risiko kredit dan risiko likuiditas dapat digunakan rasio *Non Performing Loan* (NPL) dan rasio *Loan to Deposit Ratio* (LDR).

$$\text{NPL} = x 100\%$$

Sumber: PBI No.15/2/PBI/2013

$$\text{LDR} = x 100\%$$

Sumber: PBI No.15/2/PBI/2013

2. Tata Kelola Perusahaan (*Good Corporate Governance*)

adalah penilaian bagi bank dalam menilai manajemen bank nya sendiri berdasarkan kepada prinsip-prinsip GCG. Hal ini dilakukan demi menjaga tata kelola manajemen bank yang baik yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Dalam melakukan penilaian sendiri (*self-assessment*) didasarkan ke dalam tiga aspek utama yaitu, *governance structure*, *governance process*, dan *governance output*.

3. Rentabilitas (*Earning*)

digunakan bank dalam mengukur kemampuan bank dalam meningkatkan labanya pada suatu periode tertentu. Dalam mengukur rentabilitas suatu bank dapat digunakan ratio yaitu rasio *Return on Asset* (ROA). Tujuan dari rasio ROA ini adalah untuk mengukur kemampuan operasional bank dalam mendapatkan profit (Vireyto dan Sulasmiati, 2017). Selain rasio ROA, rentabilitas dapat diukur melalui rasio *Net Interest Margin* (NIM) yang mengukur seberapa baik bank dalam menghasilkan pendapatan bunga bersih melalui total aktiva produktifnya.

$$\text{ROA} = x 100\%$$

Sumber: PBI No.13/1/PBI/2011

$$\text{NIM} = x 100\%$$

Sumber: PBI No.13/1/PBI/2011

4. Permodalan (*Capital*)

Ishaq, dkk (2016) mengatakan bahwa permodalan merupakan hal yang vital bagi industri perbankan Sistem permodalan yang baik akan membuat bank mampu menghasilkan laba lebih baik. Dalam menilai suatu permodalan bank digunakan rasio *Capital Adequacy Ratio* (CAR)

yang merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan suatu bank dalam mengatasi kemungkinan risiko kerugian yang akan terjadi melalui modal yang dimilikinya. Oleh sebab itu, semakin besar nilai CAR, maka semakin besar kemampuan bank untuk menghadapi kemungkinan risiko kerugian kedepannya.

$$CAR = x 100 \%$$

Sumber: PBI No.13/1/PBI/2011

METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis statistik dengan pendekatan penilaian tingkat kesehatan bank sesuai peraturan Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan yaitu metode RBBR / *Risk Based Bank Rating* Data data yang sudah diperoleh akan dianalisis secara deskriptif dan diolah sesuai dengan variabel operasional yang digunakan dalam penelitian ini Langkah yang akan ditempuh adalah sebagai berikut:

1. Mengumpulkan data yang berhubungan dengan variabel penelitian dari laporan keuangan suatu perusahaan
2. Melakukan analisis penilaian terhadap *Risk Profile*
 - a. Risiko Kredit,
 - b. Risiko Likuiditas

Tabel 1. Kriteria Penetapan Peringkat *Non Performing Loan* (NPL) & *Loan to Deposit Ratio* (LDR)

Peringkat	Keterangan	Kriteria
1	$NPL < 2$	Sangat Sehat
2	$2\% \leq NPL < 5\%$	Sehat
3	$5\% \leq NPL < 8\%$	Cukup Sehat
4	$8\% \leq NPL < 12\%$	Kurang Sehat
5	$NPL \geq 12\%$	Tidak Sehat
Peringkat	Keterangan	Kriteria
1	$LDR \leq 75\%$	Sangat Sehat
2	$75\% < LDR \leq 85\%$	Sehat
3	$85\% < LDR \leq 100\%$	Cukup Sehat
4	$100\% < LDR \leq 120\%$	Kurang Sehat
5	$LDR > 120\%$	Tidak Sehat

Sumber: Pradina dan Saryadi (2019)

Sumber: Pradina dan Saryadi (2019)

3. Melakukan analisis penilaian terhadap *Good Corporate Governance*

Tabel 2. Kriteria Penetapan GCG

Peringkat	Kriteria
1	Sangat Sehat
2	Sehat
3	Cukup Sehat
4	Kurang Sehat

5	Tidak Sehat
---	-------------

Sumber: PBI No.13/1/pbi/2011

4. Melakukan analisis penilaian terhadap *Earning*
 - a. *Return on Asset*,
 - b. *Net Interest Margin*

Tabel 3. Kriteria Penetapan Peringkat *Return On Asset* (ROA) & *Net Interest Margin* (NIM)

Peringkat	Keterangan	Kriteria
1	$ROA > 1,5\%$	Sangat Sehat
2	$1,25\% < ROA \leq 1,5\%$	Sehat
3	$0,5\% < ROA \leq 1,25\%$	Cukup Sehat
4	$0\% < ROA \leq 0,5\%$	Kurang Sehat
5	$ROA \leq 0\%$	Tidak Sehat
Peringkat	Keterangan	Kriteria
1	$NIM > 3\%$	Sangat Sehat
2	$2\% < NIM \leq 3\%$	Sehat
3	$1,5\% < NIM \leq 2\%$	Cukup Sehat
4	$1\% < NIM \leq 1,5\%$	Kurang Sehat
5	$NIM \leq 1\%$	Tidak Sehat

Sumber: Pradina dan Saryadi (2019)

Sumber: Pradina dan Saryadi (2019)

5. Melakukan analisis penilaian terhadap *Capital*

Tabel 3. Kriteria Penetapan *Capital Adequacy Ratio* (CAR)

Peringkat	Keterangan	Kriteria
1	$CAR \geq 12\%$	Sangat Sehat
2	$9\% \leq CAR < 12\%$	Sehat
3	$8\% \leq CAR < 9\%$	Cukup Sehat
4	$6\% \leq CAR < 8\%$	Kurang Sehat
5	$CAR \leq 6\%$	Tidak Sehat

Sumber: Pradina dan Saryadi (2019)

6. Menetapkan ranking komposit pada penilaian kesehatan bank sesuai periode tahun yang ditetapkan yaitu tahun 2016 sampai tahun 2020 Komponen yang digunakan adalah sebagai berikut:
 - a. setiap variabel dengan peringkat 1, maka akan diberi nilai 5 poin
 - b. setiap variabel dengan peringkat 2, maka akan diberi nilai 4 poin
 - c. setiap variabel dengan peringkat 3, maka akan diberi nilai 3 poin
 - d. setiap variabel dengan peringkat 4, maka akan diberi nilai 2 poin
 - e. setiap variabel dengan peringkat 5, maka akan diberi nilai 1 poin

Nilai yang sudah diperoleh akan dijumlahkan dan ditentukan bobotnya berdasarkan angka persentase untuk menentukan peringkat tingkat kesehatan bank. Dalam menentukan persentasenya dapat digunakan rumus:

$$\text{Bobot} = x \times 100 \%$$

Tabel 4. Bobot Penetapan Peringkat Komposit

Bobot %	Komposit	Keterangan
86-100	PK 1	Sangat Sehat
71-85	PK 2	Sehat
61-70	PK 3	Cukup Sehat
41-60	PK 4	Kurang Sehat
≤ 40	PK 5	Tidak Sehat

Sumber: Refmasari dan Setiawan (2014)

- Langkah terakhir adalah dengan menarik kesimpulan mengenai tingkat kesehatan bank berdasarkan hasil penghitungan analisis rasio yang digunakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Risk Profile

Tabel 5. Peringkat Komposit NPL Bank KEB Hana 2016-2020

Tahun	NPL	Peringkat					Kriteria	Peringkat Komposit
		1	2	3	4	5		
2016	0,61 %	✓					Sangat Sehat	PK-1 (Sangat Sehat)
2017	0,84 %	✓					Sangat Sehat	
2018	1,99 %	✓					Sangat Sehat	
2019	1,54 %	✓					Sangat Sehat	
2020	1,42 %	✓					Sangat Sehat	
Nilai Komposit	25	2 5	0	0	0	0	(25/25)x100 %	100%

Dilihat dari tabel 5, menunjukkan rasio NPL Bank KEB Hana memiliki tingkat kesehatan yang sangat sehat setiap tahunnya dari tahun 2016 hingga tahun 2020 sesuai dengan ketentuan Bank Indonesia dan juga OJK sebagai badan pengawas keuangan. Kriteria penetapan peringkat menyatakan bahwa setiap rasio NPL yang nilainya berada dibawah dari 2% maka masuk

kedalam kategori sangat sehat atau PK-1. Dari hal diatas didapatkan peringkat komposit NPL Bank Hana sebesar 100% yang mana masuk kedalam kategori PK-1 atau kategori sangat sehat.

Walaupun pada tahun 2018 angka rasio hampir menyentuh angka 2%, tapi bank masih mampu mengendalikan rasio tersebut sehingga tidak mencapai angka 2%. Pada tahun berikutnya bank mampu menurunkan nilai rasio NPL bank tersebut.

Tabel 6. Peringkat Komposit LDR Bank KEB Hana 2016-2020

Tahun	LDR	Peringkat					Kriteria	Peringkat Komposit
		1	2	3	4	5		
2016	144,36%					✓	Tidak Sehat	PK-5 (Tidak Sehat)
2017	137,17%					✓	Tidak Sehat	
2018	139,10%					✓	Tidak Sehat	
2019	128,58%					✓	Tidak Sehat	
2020	119,72%				✓		Kurang Sehat	
Nilai Komposit	25	0	0	0	2	4	(6/25)x100%	24%

Dilihat dari tabel 6, menunjukkan rasio LDR Bank KEB Hana memiliki tingkat kesehatan yang tidak sehat pada empat tahun pertama, yaitu pada tahun 2016-2020 sesuai dengan ketentuan Bank Indonesia dan juga OJK sebagai badan pengawas keuangan. Kriteria penetapan peringkat menyatakan bahwa setiap rasio LDR yang nilainya lebih dari 120% maka masuk kedalam kategori tidak sehat atau PK-5.

Walaupun pada tahun 2020, rasio ini mengalami penurunan sehingga masuk kedalam kategori kurang sehat, namun hal ini tidak berpengaruh besar pada peringkat komposit rasio LDR. Dari hal itu, maka didapatkan peringkat komposit LDR Bank Hana sebesar 24% yang mana masuk kedalam kategori PK-5 atau kategori tidak sehat. Hal ini berarti terlalu banyak dana yang diberikan bank dalam bentuk kredit dibandingkan total dana yang didapatkan dari nasabah. Hal ini berarti juga bank tidak likuid yang tercermin di dalam angka LDR yang tinggi.

Good Corporate Governance

Tabel 7. Peringkat Komposit GCG Bank KEB Hana 2016-2020

	Tahun	Peringkat					Kriteria	Peringkat Komposit
		1	2	3	4	5		
Good Corporate Governance	2016		✓				Sehat	PK-2 (Sehat)
	2017		✓				Sehat	
	2018		✓				Sehat	
	2019		✓				Sehat	
	2020		✓				Sehat	
Nilai Komposit	25	0	20	0	0	0	(20/25)x100%	80%

Dilihat dari tabel 7, berdasarkan hasil penilaian *self assessment* yang dilakukan oleh pihak Bank Hana dapat dilihat bahwa pada tahun 2016 hingga tahun 2020 Bank Hana mempunyai peringkat GCG / Tata Kelola Perusahaan yang sehat. Dari hal itu maka didapatkan peringkat komposit GCG / Tata Kelola Perusahaan Bank Hana sebesar 80% yang mana masuk kedalam kategori PK-2 atau kategori sehat.

Hal ini menunjukkan bank mampu mempertahankan peringkat tersebut dari tahun 2016 hingga tahun 2020. Hal ini juga berarti bank mampu melaksanakan tata kelola perusahaan yang baik dan bertanggung jawab berdasarkan aspek aspek penilaian GCG sehingga menghasilkan peringkat sehat. Tata Kelola Perusahaan yang baik akan berdampak kepada investor yang mana akan meningkatkan kepercayaan investor dalam menanamkan modalnya ke bank tersebut.

Earning

Tabel 8. Peringkat Komposit ROA Bank KEB Hana 2016-2020

Tahun	ROA	Peringkat					Kriteria	Peringkat Komposit
		1	2	3	4	5		
2016	2,77 %	✓					Sangat Sehat	PK-1 (Sangat Sehat)
2017	2,69 %	✓					Sangat Sehat	
2018	1,74 %	✓					Sangat Sehat	
2019	1,54 %	✓					Sangat Sehat	

2020	1,35 %		✓				Sehat	
Nilai Komposit	25	20	4	0	0	0	(24/25)x100%	96%

Dilihat dari tabel 8, menunjukkan rasio ROA Bank KEB Hana memiliki tingkat kesehatan yang sangat sehat pada empat tahun pertama, yaitu pada tahun 2016-2020 sesuai dengan ketentuan Bank Indonesia dan juga OJK. Dalam penetapan kriteria peringkat menyatakan bahwa setiap rasio ROA yang nilainya lebih dari 1,5% maka masuk kedalam kategori sangat sehat.

Selanjutnya, pada tahun 2020, rasio ini mengalami penurunan dari 1,54% ke 1,35% sehingga masuk kedalam kategori sehat, namun hal ini tidak berpengaruh besar pada peringkat komposit rasio ROA. Dari hal itu, maka didapatkan peringkat komposit ROA Bank Hana sebesar 96% yang mana masuk kedalam kategori PK-1 atau kategori sangat sehat.

Tabel 9. Peringkat Komposit NIM Bank KEB Hana 2016-2020

Tahun	NIM	Peringkat					Kriteria	Peringkat Komposit
		1	2	3	4	5		
2016	3,81%	✓					Sangat Sehat	PK-1 (Sangat Sehat)
2017	3,35%	✓					Sangat Sehat	
2018	3,22%	✓					Sangat Sehat	
2019	2,93%		✓				Sehat	
2020	3,78%	✓					Sangat Sehat	
Nilai Komposit	25	20	4				(24/25)x100%	

Dilihat dari tabel 9, menunjukkan rasio NIM Bank KEB Hana memiliki tingkat kesehatan yang fluktuatif, dimana pada tiga tahun pertama rasio ini masuk dalam kategori sangat sehat sesuai dengan ketentuan Bank Indonesia dan OJK yang menyatakan bahwa rasio NIM yang nilainya lebih dari 3% maka masuk kedalam kategori sangat sehat atau PK-1

Namun pada tahun 2019 peringkat rasio turun dan masuk kedalam kategori sehat sesuai dengan ketentuan Bank Indonesia dan OJK yang menyatakan bahwa rasio NIM yang berada di antara 2% sampai 3% maka masuk kedalam kategori sehat atau PK-2. Di tahun selanjutnya Bank Hana mampu menaikkan nilai rasio yang sebelumnya sebesar 2,93% menjadi 3.78%, hal ini menjadikan peringkat NIM pun naik kembali menjadi peringkat sangat sehat. Maka didapatkan peringkat komposit rasio NIM Bank Hana sebesar 96% yang mana masuk kedalam kategori PK-1 atau kategori sangat sehat.

Capital

Tabel 10. Peringkat Komposit CAR Bank KEB Hana 2016-2020

Tahun	CAR	Peringkat					Kriteria	Peringkat Komposit
		1	2	3	4	5		
2016	20,80%	✓					Sangat Sehat	PK-1 (Sangat Sehat)
2017	21,14%	✓					Sangat Sehat	
2018	18,82%	✓					Sangat Sehat	
2019	24,50%	✓					Sangat Sehat	
2020	26,69%	✓					Sangat Sehat	
Nilai Komposit	25	25	0	0	0	0	(25/25)x100%	100%

Dilihat dari tabel 10, berdasarkan hasil perhitungan CAR yang ada, Bank Hana mempunyai peringkat CAR yang sangat sehat atau PK-1 dari tahun 2016 hingga tahun 2020. Dimana sesuai dengan ketentuan Bank Indonesia dan OJK yang menyatakan bahwa rasio CAR yang nilainya lebih dari 12% maka masuk kedalam kategori sangat sehat atau PK-1. Dari hal itu juga maka didapatkan peringkat komposit sebesar 100% yang mana masuk kedalam kategori PK-1 atau kategori sangat sehat.

Risk Based Bank Rating

Setelah melakukan penilaian tingkat kesehatan Bank KEB Hana dari tahun 2016 hingga tahun 2020, maka selanjutnya adalah melakukan penilaian peringkat komposit Bank KEB Hana yang mencakup seluruh tahun mulai dari tahun 2016 hingga tahun 2020.

Tahun	Nilai Komposit	Peringkat Komposit	Keterangan
2016	83%	PK 2	Sehat
2017	83%	PK 2	Sehat
2018	83%	PK 2	Sehat
2019	80%	PK 2	Sehat
2020	83%	PK 2	Sehat
Rata Rata	82%	PK 2	Sehat

Tabel 11. Penilaian Komposit Tingkat Kesehatan Bank Keb Hana 2016-2020

Berdasarkan tabel 11, maka dapat dikatakan bahwa peringkat komposit Bank KEB Hana pada tahun 2016 - 2020 memiliki hasil perhitungan yaitu 82% dengan kriteria sehat atau PK-2. Sesuai dengan ketentuan yang ada, maka bobot nilai yang memiliki rata – rata diantara 71% - 85% masuk kedalam kategori PK-2 atau sehat.

Hal ini berarti secara keseluruhan Bank KEB Hana memiliki tingkat kesehatan bank yang sehat dari tahun 2016-2020 berdasarkan metode yang digunakan yaitu metode *risk based bank rating*. Tingkat kesehatan bank yang sehat mencerminkan kondisi bank yang secara umum sehat sehingga dinilai mampu menghadapi pengaruh negatif yang signifikan dari perubahan kondisi bisnis dan faktor eksternal lainnya. Sehingga masyarakat dapat hal ini dapat mempercayai Bank KEB Hana sebagai salah satu bank yang dapat digunakan masyarakat untuk melakukan kegiatan perbankan sehari hari.

KESIMPULAN

1. Berdasarkan penilaian tingkat kesehatan bank pada tahun 2016 - 2020 dilihat dari faktor risk profile, Bank KEB Hana Indonesia mendapatkan peringkat komposit sangat sehat atau PK-1 dilihat dari rasio *Non Performing Loan* (NPL). Hal ini berarti bank masih mampu menjaga nilai NPL nya dengan menjaga nilai kreditnya walaupun mengalami kenaikan setiap tahunnya. Sedangkan jika dilihat dari rasio *Loan to Deposit Ratio* (LDR) nya Bank KEB Hana Indonesia mendapatkan peringkat komposit tidak sehat atau PK-5. Hal ini berarti bank terlalu banyak memberikan kredit dibandingkan total dana yang didapatkan dari nasabah.
2. Berdasarkan penilaian tingkat kesehatan bank pada tahun 2016 - 2020 dilihat dari faktor *good corporate governance* (GCG), Bank KEB Hana Indonesia mendapatkan peringkat komposit sehat atau PK – 2. Hal ini berarti bank memiliki tata kelola yang sehat dilihat dari *Governance Stucture, Governance Process & Governance Output*.
3. Berdasarkan penilaian tingkat kesehatan bank pada tahun 2016 - 2020 dilihat dari faktor earning, Bank KEB Hana Indonesia mendapatkan peringkat komposit sangat sehat atau PK - 1 dilihat dari rasio *Return on Asset* (ROA). Hal ini berarti bank memiliki kemampuan yang sangat baik dalam mengelola nilai ROA nya. Selain itu, sama dengan rasio ROA, rasio *Net Interest Margin* (NIM) Bank KEB Hana Indonesia juga mendapatkan peringkat komposit sangat sehat atau PK-1 yang berarti bank mempunyai kinerja perusahaan yang sangat baik sehingga mampu menghasilkan dan meningkatkan pendapatan bunga yang sangat baik pula
4. Berdasarkan penilaian tingkat kesehatan bank pada tahun 2016 - 2020 dilihat dari faktor capital yang diukur menggunakan rasio *Capital Adequacy Ratio* (CAR), Bank KEB Hana Indonesia mendapatkan peringkat komposit sangat sehat atau PK – 1. Hal ini berarti bank memiliki tingkat kecukupan modal yang sangat baik sehingga bank mampu memenuhi kewajiban kewajiban yang bank miliki.
5. Berdasarkan hasil analisis penilaian tingkat kesehatan bank menggunakan metode *Risk Based Bank Rating* (RBBR) pada tahun 2016-2020, Bank KEB Hana Indonesia secara umum mendapatkan peringkat komposit sehat atau PK-2. Hal ini berarti secara keseluruhan tingkat kesehatan bank mencerminkan kondisi bank yang secara umum sehat sehingga dinilai mampu menghadapi pengaruh negatif yang signifikan dari perubahan kondisi bisnis dan faktor eksternal lainnya. Sehingga masyarakat dalam hal ini dapat mempercayai Bank KEB Hana

sebagai salah satu bank yang dapat digunakan masyarakat untuk melakukan kegiatan perbankan sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Kasmir. (2012). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Lasta, H.A., Arifin, Z. & Nuzula, N.F. (2014). Analisis Tingkat Kesehatan Bank Dengan Menggunakan Pendekatan RGEC (Risk Profile, Good Corporate Governance, Earnings, Capital) (Studi Pada PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk Periode 2011-2013). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Otoritas Jasa Keuangan (2011). Peraturan Bank Indonesia (PBI) Nomor 13/1/PBI/2011 tentang Penilaian Tingkat Kesehatan Bank Umum.
- Otoritas Jasa Keuangan (2013). Peraturan Bank Indonesia (PBI) Nomor 15/2/PBI/2013 tentang Penetapan Status Dan Tindak Lanjut Pengawasan Bank Umum Konvensional.
- Permana. (2012). Analisis Tingkat Kesehatan Bank Berdasarkan Metode CAMELS dan Metode RGEC. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*. Universitas Negeri Surabaya.
- Pradina dan Saryadi. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Profitabilitas Perbankan (Studi Pada Bank Umum Swasta Nasional Devisa Go Public Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018). *Ejournal3undip*. Universitas Diponegoro
- Refmasari, Veranda Aga, Setiawan, & Ngadirin. (2014). Penilaian Tingkat Kesehatan Bank Umum Menggunakan Metode RGEC Dengan Cakupan Risk Profile, Earnings, dan Capital Pada Bank Pembangunan Daerah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2012. *Jurnal Profita 2014*. Universitas Negeri Yogyakarta, 2(1) h:41-54
- Vireyto, N, Sulasmiyati, S (2017) “Analisis Pengaruh Return On Asset, Return On Equity, Dan Earning Per Share Terhadap Harga Saham (Studi Pada Perusahaan Bank BUMN Yang Listed Di Bursa Efek Indonesia Periode 2006-2016). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Universitas Brawijaya 51(1), 75–82

Pengaruh Penghargaan Finansial, Pasar Kerja, dan Lingkungan Kerja Terhadap Minat Mahasiswa Bekerja di Industri Keuangan Non Bank (IKNB) Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa/i Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah di Politeknik Negeri Jakarta)

Sekar Ayu Fatimah¹⁾, Bambang Waluyo¹⁾

¹⁾Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Jakarta, sekar.ayufatihah.ak18@mhswn.pnj.ac.id, Depok, 16425, Kota Depok, Indonesia.

²⁾Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Jakarta, bambang.waluyo@akuntansi.pnj.ac.id, Depok, 16425, Kota Depok, Indonesia.

ABSTRACT

This study focuses on financial rewards, the job market, and the work environment as factors that influence student interest in working in the Sharia Non-Bank Financial Industry (IKNB Syariah). This research is important because it can determine the effect of financial rewards, the job market, and the work environment on students' interest in working, can be used as a consideration in choosing a career, and can be used as input for Sharia Non-Bank Financial Industry (IKNB Syariah) to maximize its human resources. This study uses primary data through a questionnaire. The sample selection method used purposive random sampling. The sample in this study were students of the Islamic Banking and Finance Study Program at Jakarta State Polytechnic class of 2018 who had internships and totaled 51 people. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis using the SPSS version 22 application. As a result, the financial rewards and job market variables have no effect, while the work environment variable has an influence on student interest in working in Sharia Non-Bank Financial Industry (IKNB Syariah). Then simultaneously financial rewards, the job market, and the work environment have an influence on students' interest in working in the Sharia Non-Bank Financial Industry (IKNB Syariah).

Keywords : *Financial Rewards; Job Market Considerations; Work Environment; Student Interests; Work Interests.*

ABSTRAK

Penelitian ini difokuskan pada masalah penghargaan finansial, pasar kerja, lingkungan kerja sebagai faktor mempengaruhi minat mahasiswa bekerja di Industri Keuangan Non Bank (IKNB) Syariah. Penelitian ini penting karena dapat mengetahui pengaruh penghargaan finansial, pasar kerja, dan lingkungan kerja terhadap minat mahasiswa untuk bekerja, dapat dijadikan pertimbangan memilih karir, dan dapat dijadikan masukan bagi IKNB Syariah memaksimalkan sumber daya manusianya. Penelitian ini menggunakan data primer melalui kuesioner. Metode pemilihan sampel menggunakan purposive random sampling. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan Syariah di Politeknik Negeri Jakarta angkatan 2018 yang sudah magang dan berjumlah 51 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda menggunakan aplikasi SPSS versi 22. Hasilnya, variabel penghargaan finansial dan pertimbangan pasar kerja tidak memiliki pengaruh, sedangkan variabel lingkungan kerja memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa bekerja di IKNB Syariah. Kemudian secara simultan penghargaan finansial, pertimbangan pasar kerja, dan lingkungan kerja memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa bekerja di IKNB Syariah.

Kata Kunci : Penghargaan Finansial; Pasar Kerja; Lingkungan Kerja; Minat Mahasiswa; Minat Bekerja.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Al-Qur'an, sunnah, dan ijtihad menjadi landasan bagi sistem ekonomi Islam, yang merupakan sistem ekonomi yang dibangun di atas prinsip-prinsip moral dan standar etika. Beberapa Lembaga Keuangan Syariah (LKS) berkembang pesat di Indonesia seiring dengan lahirnya sistem perbankan syariah pada pertengahan tahun 1990-an. Terbentuknya lembaga keuangan syariah merupakan aplikasi pengetahuan umat Islam tentang prinsip-prinsip muamalah yang terdapat dalam hukum ekonomi Islam, yang kemudian ditampilkan dalam bentuk lembaga keuangan syariah, baik bank maupun non bank. Lembaga keuangan syariah merupakan instrumen penting dalam pembangunan ekonomi Islam, dimana masyarakat atau negara tidak dapat mengabaikan kepentingan untuk mendirikan lembaga-lembaganya.

Secara umum IKNB Syariah mengalami pertumbuhan aset yang positif. Aset IKNB Syariah selama 5 tahun terakhir (2015-2019) mengalami pertumbuhan sebesar 12,98% yaitu Rp106.019 miliar pada tahun 2019 (*Otoritas Jasa Keuangan, 2019*). Hingga Oktober 2021, OJK (Otoritas Jasa Keuangan) dalam Statistik IKNB Syariah Periode Oktober 2021 merilis data bahwa IKNB Syariah tumbuh menjadi 120 unit, yang terdiri dari Asuransi Syariah, Lembaga Pembiayaan Syariah, Dana Pensiun, Lembaga Jasa Keuangan Khusus Syariah, Lembaga Keuangan Mikro Syariah, dan Finansial Teknologi Syariah. Pertumbuhan tersebut juga berdampak pada pertumbuhan jumlah perusahaan atau unit usaha syariah (UUS), hingga kini berjumlah 93 perusahaan (*Otoritas Jasa Keuangan, 2021*). Maka dari itu perkembangan IKNB syariah harus diimbangi dengan sumber daya yang mencukupi dan berkualitas. (Trimulato, 2016).

Menurut Nafis, ada beberapa persoalan dengan lembaga keuangan syariah di Indonesia saat ini. Isu-isu tersebut antara lain: (1) kesenjangan antara standar kualifikasi SDM lulusan universitas dengan yang dipersyaratkan oleh perbankan syariah; (2) keterbatasan pengetahuan para praktisi lembaga keuangan konvensional tentang keuangan syariah; (3) belum adanya kerjasama antara lembaga keuangan syariah dan lembaga pendidikan; dan (4) mahal biaya pendidikan dan pengembangan untuk penyediaan sumber daya yang siap pakai (Republika, 2017).

Variabel-variabel yang mempengaruhi minat siswa pada dalam pemilihan karir telah dipelajari oleh para peneliti terdahulu. Menurut temuan penelitian sebelumnya, ada sejumlah perbedaan antara mereka dan penelitian lain dalam hal mempertimbangkan unsur-unsur yang mempengaruhi pilihan profesi. Faktor utama dalam penelitian ini yaitu faktor penghargaan finansial, pertimbangan pasar kerja, dan lingkungan kerja. Faktor – faktor tersebut diambil atas pertimbangan dari beberapa penelitian terdahulu. Ketiga variabel tersebut dipilih karena pada penelitian sebelumnya memiliki pengaruh yang tidak konsisten terhadap minat mahasiswa untuk memilih karirnya. Menurut Arismutia (2017), Lasmana (2020), Ari (2017), Candraning (2017), dan Safira (2020) yang meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa akuntansi untuk berkarir sebagai akuntan publik menunjukkan bahwa penghargaan finansial

berpengaruh terhadap pemilihan karir bagi mahasiswa, sedangkan hasil penelitian Dary (2017) menunjukkan bahwa penghargaan finansial tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam pemilihan karir. Kemudian menurut Arismutia (2017), Lasmana (2020), Ari (2017), Candraning (2017) dan Ambari (2017) faktor pertimbangan pasar kerja berpengaruh terhadap pemilihan karir bagi mahasiswa, sedangkan hasil penelitian Permana (2016) dan Dary (2017) menunjukkan bahwa pertimbangan pasar kerja tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam pemilihan karir. Menurut Permana (2016), Ambari (2017), Candraning (2017), dan Ari (2017) yang meneliti faktor-faktor mempengaruhi minat mahasiswa untuk berkarir menunjukkan bahwa lingkungan kerja berpengaruh terhadap pemilihan karir, sedangkan hasil penelitian Senjari (2016) dan Safira (2020) menunjukkan lingkungan kerja tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk berkarir.

Kemudian peneliti juga melakukan survei pra-riset yang melibatkan 13 orang mahasiswa D4 program studi keuangan dan perbankan syariah Politeknik Negeri Jakarta sebagai responden. Dalam survei pra-riset ini, responden diminta untuk memilih faktor apa yang dijadikan acuan oleh responden dalam keputusan pemilihan karir mereka di IKNB Syariah (maksimal tiga faktor). Hasil menunjukkan bahwa faktor penghargaan finansial, pertimbangan pasar kerja, dan lingkungan kerja adalah landasan utama responden dalam keputusan pemilihan karir mereka IKNB Syariah. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sebelumnya terletak pada populasi dan sampel sebagai objek penelitian yang berbeda dengan penelitian terdahulu. Penelitian ini menggunakan responden dari mahasiswa D4 program studi keuangan dan perbankan syariah Politeknik Negeri Jakarta angkatan 2018 yang memiliki pengalaman magang/praktek kerja lapangan. Alasan dipilihnya kriteria responden tersebut adalah mereka telah memiliki pengalaman magang/praktek kerja lapangan sehingga mengetahui keadaan lingkungan kerja secara nyata.

Kemudian alasan dipilihnya Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Jakarta sebagai objek dalam penelitian ini adalah karena Politeknik Negeri di Pulau Jawa yang memiliki Program Studi D4 dengan konsentrasi keuangan dan perbankan syariah hanya terdapat di Politeknik Negeri Jakarta. Selain itu program studi tersebut telah terakreditasi A berdasarkan keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (<https://www.banpt.or.id/>). Oleh karena itu, peneliti menganggap responden mahasiswa Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah PNJ adalah responden yang ideal untuk diteliti.

Permasalahan

Faktanya, lulusan sarjana ekonomi dan keuangan konvensional lebih banyak daripada lulusan sarjana ekonomi dan keuangan syariah dalam hal jumlah pekerja di sektor keuangan syariah di Indonesia. Di bidang keuangan syariah, 80-90% SDM tidak memiliki latar belakang ekonomi dan keuangan syariah. Pelaku industri keuangan sering kali memilih atau mempekerjakan lulusan ekonomi dan keuangan konvensional dan melatih mereka dalam

ekonomi dan keuangan syariah (*IDN Times*, 2021). Adapun pertanyaan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah penghargaan finansial mempengaruhi minat mahasiswa program studi Keuangan dan Perbankan Syariah di Politeknik Negeri Jakarta bekerja di Industri Keuangan Non Bank (IKNB) Syariah?
2. Apakah pertimbangan pasar kerja mempengaruhi minat mahasiswa program studi Keuangan dan Perbankan Syariah di Politeknik Negeri Jakarta bekerja di Industri Keuangan Non Bank (IKNB) Syariah?
3. Apakah lingkungan kerja mempengaruhi minat mahasiswa program studi Keuangan dan Perbankan Syariah di Politeknik Negeri Jakarta bekerja di Industri Keuangan Non Bank (IKNB) Syariah?
4. Apakah penghargaan finansial, pasar kerja, dan lingkungan kerja, mempengaruhi minat mahasiswa program studi Keuangan dan Perbankan Syariah di Politeknik Negeri Jakarta bekerja di Industri Keuangan Non Bank (IKNB) Syariah?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Menganalisis tentang pengaruh penghargaan finansial terhadap minat mahasiswa program studi Keuangan dan Perbankan Syariah di Politeknik Negeri Jakarta bekerja di Industri Keuangan Non Bank (IKNB) Syariah.
2. Menganalisis tentang pengaruh pertimbangan pasar kerja terhadap minat mahasiswa program studi Keuangan dan Perbankan Syariah di Politeknik Negeri Jakarta bekerja di Industri Keuangan Non Bank (IKNB) Syariah.
3. Menganalisis tentang pengaruh lingkungan kerja terhadap minat mahasiswa program studi Keuangan dan Perbankan Syariah di Politeknik Negeri Jakarta bekerja di Industri Keuangan Non Bank (IKNB) Syariah.
4. Menganalisis tentang pengaruh penghargaan finansial, pasar kerja, dan lingkungan kerja terhadap minat mahasiswa program studi Keuangan dan Perbankan Syariah di Politeknik Negeri Jakarta bekerja di Industri Keuangan Non Bank (IKNB) Syariah.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behavior)

Teori perilaku terencana adalah produk dari teori tindakan beralasan Ajzen tahun 1980 yang dikembangkan lebih lanjut. Menurut prinsip tindakan beralasan, seseorang bertindak dengan cara tertentu karena mereka termotivasi untuk melakukan suatu hal oleh minat atau keinginan. Tingkah laku seseorang ditentukan oleh minatnya. Menurut pengertian tindakan beralasan, minat tergantung pada sikap seseorang dan standar perilaku subjektif. Pada tahun 1988, Ajzen memperkenalkan sebuah konsep pada gagasan perilaku terencana yang tidak ada dalam teori tindakan beralasan pada saat itu. Kontrol perilaku atau *behavioral control* adalah konsepnya. Teori perilaku terencana telah diterapkan untuk memprediksi berbagai aktivitas,

termasuk perilaku konsumen. Dalam studi minat mahasiswa memilih profesi, mahasiswa diibaratkan dengan konsumen yang akan memilih perusahaan untuk menjalankan karirnya.

Industri Keuangan Non Bank (IKNB) Syariah

Industri Keuangan Non Bank (IKNB) Syariah adalah suatu badan usaha yang bergerak di bidang keuangan dengan secara langsung maupun tidak langsung menghimpun dana-dana yang berasal dari masyarakat kemudian disalurkan kembali kepada masyarakat untuk tujuan kegiatan-kegiatan yang produktif namun dengan ketentuan-ketentuan syariah. Dewan syariah MUI memberikan arahan dan pengawasan tentang kepatuhan terhadap prinsip-prinsip untuk lembaga keuangan non bank (LKNB) syariah.

Penghargaan Finansial

Penghargaan finansial adalah segala sesuatu yang diterima karyawan sebagai imbalan atas sumbangannya kepada perusahaan, termasuk didalamnya adalah pemberian tunjangan lain yang berupa uang. Penghargaan finansial yang diperoleh sebagai kontraprestasi dari pekerjaan telah diyakini secara mendasar bagi sebagian besar perusahaan sebagai daya tarik utama untuk memberikan kepuasan kepada karyawannya. Penghargaan finansial yang rasional menjadi kebutuhan mendasar bagi kepuasan kerja (Audi Alhadar, 2013). Pada penelitian mengenai minat mahasiswa dalam memilih profesi atau karir, maka peneliti memilih faktor penghargaan finansial berdasarkan Apylian (2011) dalam Astuti (2014) yang menyatakan bahwa penghargaan finansial dipertimbangkan dalam pemilihan profesi karena tujuan utama seseorang bekerja adalah memperoleh penghargaan finansial/gaji.

Pasar Kerja

Pertimbangan pasar kerja merupakan pandangan seseorang dilihat dari berbagai aspek atas seberapa baik nilai dan peluang yang ada dari suatu pekerjaan. Dalam penelitian ini, pertimbangan pasar kerja merupakan pengaruh yang relevan ketika memilih karir. Banyak mahasiswa akan memilih karir yang terjamin dan sulit untuk mengakhiri hubungan kerja karyawan. Mahasiswa biasanya mengandalkan keputusan pekerjaan mereka pada informasi yang mereka dapatkan tentang lowongan pekerjaan. Oleh karena itu, pekerjaan yang mudah diakses informasinya sering kali diminati oleh mahasiswa (Nugroho, 2014).

Lingkungan Kerja

Kamus Longman dari bahasa Inggris kontemporer (2003) dalam Taiwo (2010) mendefinisikan lingkungan sebagai "semua situasi, peristiwa, orang, dan lain-lain yang mempengaruhi cara orang hidup atau bekerja" sementara pekerjaan didefinisikan sebagai "pekerjaan yang Anda dibayar untuk melakukan atau aktivitas yang Anda lakukan secara teratur untuk mendapatkan uang". Lingkungan kerja akan mempengaruhi seseorang pada saat bekerja baik berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung. Lingkungan kerja yang kondusif merangsang kreativitas karyawan yang dapat mengarah pada metode yang lebih baik yang akan meningkatkan produktivitas. Menurut Ramdani (2013), untuk dapat beradaptasi dan bersosialisasi dengan tempat kerja, seorang pekerja harus dapat memenuhi target pekerjaan

yang diperlukan. Maka dari itu, faktor lingkungan kerja dijadikan faktor yang relevan dalam penelitian ini.

Minat

Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh (Slameto, 2010). Mahmud dalam Wicaksono (2017) menjelaskan bahwa minat merupakan kondisi yang terjadi disertai dengan perasaan senang dihubungkan dengan kebutuhan/keinginannya sendiri. Menurut Yudrik (2011), minat ialah suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu pada objek tertentu seperti pekerjaan, pelajaran, benda, dan orang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2015). Pada penelitian ini variabel yang diteliti merupakan variabel kualitatif sementara jenis data yang diperlukan adalah data kuantitatif sehingga penelitian ini menggunakan data berupa data kualitatif yang dikuantitatifkan untuk mempermudah pemrosesan pengolahan data. Adapun variabel yang dihubungkan dalam penelitian ini adalah variabel independen penghargaan finansial, pertimbangan pasar kerja, dan lingkungan kerja, dan variabel dependen yaitu minat bekerja di Industri Keuangan Non Bank (IKNB) Syariah.

Jenis dan sumber data pada penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer berkaitan dengan objek penelitian diperoleh dari kuesioner dengan skala Likert yang disebarkan kepada responden. Data yang didapat berupa jawaban dari para mahasiswa pada pernyataan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa bekerja di IKNB Syariah. Sedangkan data sekunder diperoleh dari studi literatur terkait minat mahasiswa berkarir di bidang tertentu.

Adapun skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Pada skala *likert* digunakan untuk melengkapi kuesioner yang mengharuskan responden menunjukkan tingkat persetujuan terhadap serangkaian pertanyaan, akan diperoleh jawaban berupa skala atau nilai 1 sampai 5. Target responden dari kuesioner ini adalah mahasiswa D4 Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah di Politeknik Negeri Jakarta angkatan 2018 yang memiliki pengalaman magang/praktek kerja lapangan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, merupakan regresi yang memiliki satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. Metode analisis data dalam penelitian ini meliputi uji asumsi klasik, regresi linier berganda, dan pengujian hipotesis yang diolah melalui SPSS Versi 22.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini, alat pengujian data yang digunakan adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji model regresi pada variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018). Hasil uji normalitas melalui uji statistik non-parametrik *Kolmogorov Smirnov (K-S)* di SPSS versi 22 dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1 Hasil Uji Normalitas Menggunakan *Kolmogorov Smirnov One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

		Unstandardized Residual
N		51
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,88638280
Most Extreme Differences	Absolute	,096
	Positive	,096
	Negative	-,056
Test Statistic		,096
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber : Output SPSS 22 (2022)

Berdasarkan tabel 1 diatas diketahui bahwa nilai signifikansi *Asymp.sig (2-tailed)* sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05. Berdasarkan hasil uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* bahwa data berdistribusi normal, maka dapat dikatakan bahwa asumsi atau kondisi normalitas dalam model regresi linier telah terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Berdasarkan output SPSS uji multikolinearitas pada variabel penghargaan finansial (X1), pertimbangan pasar kerja (X2), lingkungan kerja (X3), dan minat bekerja (Y), diperoleh nilai-nilai berikut ini.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Uji		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Penghargaan Finansial	0,959	1,043	Bebas Multikolinearitas
Pertimbangan Pasar Kerja	0,867	1,153	Bebas Multikolinearitas
Lingkungan Kerja	0,897	1,115	Bebas Multikolinearitas

Sumber : Output SPSS 22 (2022)

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi atas variabel independen. Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai *Tolerance Value* > 0,10 dan *Variance Inflation Factor (VIF)* < 10. Jadi dapat disimpulkan dalam penelitian ini dinyatakan bebas dari gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke satu pengamatan yang lain.

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Metode Glejser

Variabel	Sig.	Keterangan
Penghargaan Finansial	0,238	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Pertimbangan Pasar Kerja	0,167	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Lingkungan Kerja	0,683	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : Output SPSS 22 (2022)

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai signifikansi ketiga variabel lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan data tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Model regresi linear yang baik tidak memiliki masalah autokorelasi yang disebabkan oleh adanya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Maka, digunakan uji *Durbin Watson (DW test)* untuk autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya *intercept* (konstanta) di dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi di antara variabel independen (Ghozali, 2013, p. 111). Model regresi dinyatakan tidak ada autokorelasi positif atau negatif jika $du < d < 4 - du$, dimana nilai dU ditentukan melalui tabel DW dengan signifikansi 0,05.

Tabel 4. Hasil Uji Durbin-Watson

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,479 ^a	,229	,180	2,97708	1,769

Sumber : Output SPSS 22 (2022)

Tabel 5. Nilai dU dL dengan k = 3 dan n = 51

dU	dL	<i>Durbin-Watson</i> (d)	4 - dU	4 - dL
1,6754	1,4273	1,769	2,3246	2,5727

Sumber : Tabel Durbin-Watson (DW), $\alpha = 5\%$, data diolah

Diketahui nilai d yang dihasilkan terletak antara du dan $4 - du$ ($du < d < 4 - du$), sehingga dapat disimpulkan bahwa model penelitian tidak terjadi gejala autokorelasi positif maupun negatif.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara variabel satu dengan variabel lainnya yang dinyatakan dalam bentuk persamaan regresi. Berdasarkan output SPSS uji regresi linear berganda pada variabel penghargaan finansial (X1), pertimbangan pasar kerja (X2), lingkungan kerja (X3), dan minat bekerja (Y) diperoleh nilai – nilai sebagai berikut.

Tabel 6. Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,646	,744		2,212	,032		
X1	,055	,122	,059	,447	,657	,959	1,043
X2	,246	,125	,271	1,971	,055	,867	1,153

X3	,310	,136	,309	2,286	,027	,897	1,115
----	------	------	------	-------	------	------	-------

Sumber : Output SPSS 22 (2022)

$$Y = 1,646 + 0,055 X_1 + 0,246 X_2 + 0,310 X_3$$

Hasil dari persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta (a) bernilai positif sebesar 1,646, yang memiliki arti jika variabel penghargaan finansial, pertimbangan pasar kerja, lingkungan kerja, dan minat bekerja dianggap konstan 0 (nol), maka minat berkarir mahasiswa Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Jakarta sebesar 1,646.
- Variabel penghargaan finansial (X1) memiliki nilai koefisien sebesar 0,055 yang berarti variabel penghargaan finansial memiliki pengaruh terhadap minat bekerja dengan asumsi nilai variabel terikat konstan.
- Variabel pertimbangan pasar kerja (X2) memiliki nilai koefisien sebesar 0,246 yang berarti variabel pertimbangan pasar kerja memiliki pengaruh terhadap minat bekerja dengan asumsi nilai variabel terikat konstan.
- Variabel lingkungan kerja (X3) memiliki nilai koefisien sebesar 0,310 yang berarti variabel lingkungan kerja memiliki pengaruh terhadap minat bekerja dengan asumsi nilai variabel terikat konstan.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan uji yang digunakan untuk menghasilkan suatu keputusan, yaitu keputusan menerima atau menolak hipotesis tersebut.

Uji t (Pengujian secara Parsial)

Berdasarkan output SPSS uji t, dapat diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 7. Hasil Uji t

Model	t	Sig.
(Constant)	2,212	0,032
Penghargaan Finansial	0,447	0,657
Pertimbangan Pasar Kerja	1,970	0,055
Lingkungan Kerja	2,286	0,027

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel di atas, hubungan variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- Variabel penghargaan finansial memiliki nilai t_{Hitung} sebesar 0,447. Apabila dibandingkan dengan nilai t_{Tabel} sebesar 2,01174 maka diperoleh $t_{Hitung} < t_{Tabel} = 0,447 < 2,01174$. Sementara itu, nilai signifikan variabel penghargaan finansial adalah 0,657 apabila dibandingkan dengan nilai signifikan = 5%, maka diperoleh $0,657 > 0,05$. Dapat ditarik kesimpulan, hipotesis yang menyatakan "Penghargaan Finansial Memiliki Pengaruh

Terhadap Minat Mahasiswa Bekerja di Industri Keuangan Non Bank (IKNB) Syariah” ditolak, yang berarti penghargaan finansial tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa bekerja di Industri Keuangan Non Bank (IKNB) Syariah.

- 2) Variabel pertimbangan pasar kerja memiliki nilai t_{Hitung} sebesar 1,970 apabila dibandingkan dengan nilai t_{Tabel} sebesar 2,01174 maka diperoleh $t_{Hitung} < t_{Tabel} = 1,970 < 2,01174$. Sementara itu, nilai signifikan variabel pertimbangan pasar kerja adalah 0,055 apabila dibandingkan dengan nilai signifikan = 5%, maka diperoleh $0,055 > 0,05$. Dapat ditarik kesimpulan, hipotesis yang menyatakan “Pertimbangan Pasar Kerja Memiliki Pengaruh Terhadap Minat Mahasiswa Bekerja di Industri Keuangan Non Bank (IKNB) Syariah” ditolak, yang berarti pertimbangan pasar kerja tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa bekerja di Industri Keuangan Non Bank (IKNB) Syariah.
- 3) Variabel lingkungan kerja memiliki nilai t_{Hitung} sebesar 2,286 apabila dibandingkan dengan nilai t_{Tabel} sebesar 2,01174 maka diperoleh $t_{Hitung} > t_{Tabel} = 2,286 > 2,01174$. Sementara itu nilai signifikan variabel lingkungan kerja adalah 0,027 apabila dibandingkan dengan nilai signifikan = 5%, maka diperoleh $0,027 < 0,05$ Dapat ditarik kesimpulan, hipotesis yang menyatakan “Lingkungan Kerja Memiliki Pengaruh Terhadap Minat Mahasiswa Bekerja di Industri Keuangan Non Bank (IKNB) Syariah” diterima, yang berarti lingkungan kerja berpengaruh terhadap minat mahasiswa bekerja di Industri Keuangan Non Bank (IKNB) Syariah.

Uji F (Pengujian secara Simultan)

Berdasarkan output SPSS uji F pada variabel penghargaan finansial (X1), pertimbangan pasar kerja (X2), lingkungan kerja (X3), dan minat bekerja (Y), dapat diperoleh nilai –nilai berikut.

Tabel 8. Hasil Uji F
ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	123,793	3	41,264	4,656	,006 ^b
	Residual	416,560	47	8,863		
	Total	540,353	50			

Sumber : Output SPSS 22 (2022)

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai F_{Hitung} sebesar 4,656 lebih besar dari nilai F_{Tabel} sebesar 2,80 dan nilai signifikan 0,006 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel penghargaan finansial (X1), pertimbangan pasar kerja (X2), dan lingkungan kerja (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat bekerja (Y) maka H_0 ditolak dan H_{1d} diterima.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,479 ^a	,229	,180	2,97708	1,769

Sumber : Output SPSS 22 (2022)

Berdasarkan hasil perhitungan uji koefisien determinasi dengan menggunakan SPSS 22, didapatkan hasil nilai $R Square$ (R^2) sebesar 0,229 atau 22,9%, berarti kemampuan variabel – variabel independen yang terdiri dari penghargaan finansial (X1), pertimbangan pasar kerja (X2), dan lingkungan kerja (X3) dalam menjelaskan variabel dependen minat bekerja (Y) sebesar 22,9% dan sisanya sebesar $(100\% - 22,9\%) = 77,1\%$ dipengaruhi oleh variabel – variabel lain di luar penelitian ini.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Penghargaan finansial tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Jakarta bekerja IKNB Syariah. Hal ini karena mahasiswa tidak terlalu mementingkan soal adanya bonus bagi karyawan berprestasi, pemberian tunjangan tambahan selain gaji, dan asuransi bagi karyawan. Hal ini juga dapat terjadi karena mahasiswa kebanyakan belum banyak memiliki pengalaman bekerja, sehingga mereka cenderung menjadikan penghargaan finansial sebagai faktor ke sekian dalam pemilihan karir mereka dan bersedia untuk bekerja di instansi manapun.
2. Pertimbangan pasar kerja tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Jakarta bekerja di IKNB Syariah. Hal ini karena mahasiswa tidak terlalu mementingkan soal kemudahan akses informasi lapangan pekerjaan, keluasan kesempatan bekerja, kemungkinan pekerjaan yang berlanjut hingga masa pensiun dan terkena Pemutusan Hubungan Kerja (PHK). Sehingga mahasiswa cenderung kurang mempertimbangkan pasar kerja di IKNB Syariah untuk pemilihan karirnya.
3. Lingkungan kerja memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Jakarta bekerja di IKNB Syariah. Hal tersebut berarti mahasiswa mengharapkan lingkungan kerja yang dipilihnya sesuai dengan prinsip syariat Islam, lebih memperhatikan sikap *akhlaqul karimah*, mengedepankan prinsip amanah, kejujuran, kekeluargaan, dan tolong menolong, serta lebih memberikan

kesempatan untuk melaksanakan ibadah dan kegiatan yang islami. Sehingga dapat mendorong mahasiswa untuk memilih bekerja di IKNB Syariah.

4. Penghargaan finansial, pertimbangan pasar kerja, dan lingkungan kerja secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Jakarta bekerja di IKNB Syariah. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut merupakan satu kesatuan yang dapat berpengaruh terhadap minat mahasiswa Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Jakarta bekerja di IKNB Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Audi Alhadar, M. (2013). *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Karir Sebagai Akuntan Publik (Studi Empiris pada Mahasiswa Akuntansi dan PPAk Universitas Hasanuddin)* (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Ambari, I.P. & Ramantha I W. *Pertimbangan Pasar Kerja, Pengakuan Profesional, Nilai-Nilai Sosial, Lingkungan Kerja, Personalitas Pemilihan Karir sebagai Akuntan Publik*, 18 (1), 705-734. ISSN: 2302-8556
- Ari, Wahyuni, & Sulindawati. (2017). *Pengaruh Faktor Gender, Pertimbangan Pasar Kerja, Lingkungan Kerja, Penghargaan Finansial Dan Pelatihan Profesional Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berkarir Sebagai Akuntan Publik (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Universitas Pendidikan Ganesha)*, 8(2).
- Arismutia, Salza. (2017). *Pengaruh Penghargaan Finansial Dan Pertimbangan Pasar Kerja Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Untuk Berkarir Menjadi Akuntan Publik (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Stie Inaba Bandung)*, 16(2), 46-68. ISSN : 1412-6907 (media cetak); ISSN : 2579-8189 (media online).
- Astuti, A. (2014). *Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa Akuntansi Dalam Memilih Karir Sebagai Akuntan Publik Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga*. Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga.
- Bawono, Anton. 2006. *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga: STAIN Salatiga Press.
- Candraning, C., & Muhammad, R. (2018). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Bekerja di Lembaga Keuangan Syariah*. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 3(2), 90-98.
- Chairunnisa, Fifi. (2014). *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Akuntansi Untuk Berkarir Sebagai Akuntan Publik (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi Akuntansi Universitas Tanjungpura Pontianak, Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura*. 3 (2). 1-26
- Dary, A. W. & Ilyas, F. (2017). *Pengaruh Gender, Penghargaan Finansial Dan Pertimbangan Pasar Kerja Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Untuk Berkarir Menjadi Akuntan Publik Dan Non Akuntan Publik*, 7(1), 51-60. ISSN 2303-0356; E-ISSN 2303-0364.
- Jahja, Yudrik. (2012). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Lasmana, A & Kustiana, E. (2020). *Pengaruh Penghargaan Finansial, Nilai-Nilai Sosial Dan Pertimbangan Pasar Kerja Terhadap Minat Pemilihan Karir Sebagai Akuntan Publik*, 6(1), 39-51.
- Mahmud, Amir. (2008). *Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Mengikuti Pendidikan Profesi Akuntan*, 3(1), 21-44.
- Noor, J. (2011). *Metodologi Penelitian*. Jakarta:Prenada Media Group.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2019). *Buku Statistik Industri Keuangan Non Bank Syariah*. OJK. Diakses dari <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/iknb-syariah/Default.aspx>

- Permana, F. A. & Puspita, L. (2016). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Akuntansi Universitas Bengkulu Berkarir Di Entitas Syariah*, 6(2).
- Permana, F. A. (2016). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Akuntansi Universitas Bengkulu Berkarir di Entitas Syariah*, 6(2), 1-26.
- Pitoko, R. A. (2021). *90 Persen Institusi Syariah Tidak Merekrut Sarjana Ekonomi Islam*. Diakses pada 5 Januari 2022, dari <https://www.idntimes.com/business/economy/ridwan-aji-pitoko-1/90-persen-institusi-syariah-tidak-merekrut-sarjana-ekonomi-islam/3>
- Rahayu, Sri. (2003). *Persepsi Mahasiswa Akuntansi Mengenai Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Karir*. (Skripsi, Universitas Sebelas Maret, 2003). Diakses dari <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/964/Persepsi-Mahasiswa-Akuntansi-Mengenai-Faktor-Faktor-yang-Mempengaruhi-Pemilihan-Karir>
- Ramdani, R. F. & Zulaikha. (2013). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Karir Mahasiswa Akuntansi (Studi Empiris Mahasiswa Akuntansi di Perguruan Tinggi di Semarang)*, 2(4), 1-13.
- Reksohadiprodjo, Soekanto dan Hani Handoko. 1996. *Organisasi Perusahaan:Teori, Struktur dan Perilaku*. Yogyakarta: BPFE.
- Rivai, V. (2012). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Dalam Pemilihan Karir Menjadi Akuntan Publik*. (Skripsi, Universitas Diponegoro, 2012).
- Robbins, StephenP. 2006. *Perilaku Organisasi*. Terjemahan Oleh Drs. Benjamin Molan. Klaten: PT Intan Sejati.
- Safira, Aulia. (2020). *Pengaruh Penghargaan Finansial, Lingkungan Kerja Dan Nilai Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Untuk Berkarir Menjadi Akuntan Publik (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi SI Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan)*. (Skripsi, Universitas Pembangunan Panca Budi Medan, 2020). Diakses dari <https://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/jurnalfasosa/index>
- Sairoh. (2016). *Pengaruh Pengalaman PPL, IPK, Lingkungan Keluarga dan Informasi Dunia Kerja terhadap Minat Menjadi Guru pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2011 FE UNY*. (Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2016). Diakses dari <https://eprints.uny.ac.id/29737/>
- Sedarmayanti, (2011:28). *Manajemen Sumber Daya Manusia, Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negri Sipil (cetakan kelima)*. Bandung:PT Refika Aditama.
- Senjari, Richa. (2016). *Pengaruh Motivasi, Lingkungan Kerja Dan Nilai Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Dalam Memilih Karir Sebagai Akuntan Publik*, 3(1), 133-147.
- Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta:Rineka Cipta.
- Statistik Industri Keuangan Non Bank (IKNB) Syariah 2019*. (2019). Jakarta:Otoritas Jasa Keuangan.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:ALFABETA.
- Taiwo, A.S. (2010). *The Influence of Work Environment on Workers Productivity: A Case of Selected Oil and Gas Industry in Lagos, Nigeria*. *African Journal of Business Management*. 4 (3), 299-307.
- Trimulato, T. (2016). *Urgensi Penerapan Celestial Management Bagi Peningkatan Kualitas SDM pada IKNB Syariah*. *Ekonomi Islam*, 7(2), 1-26.
- Yulianto, A. (2017). *Pentingkah Manajemen Sumber Daya Insani di Lembaga Keuangan Syariah Indonesia?*. Diakses pada 22 Maret 2022, dari <https://republika.co.id/berita/onu46r396/pentingkah-manajemen-sumber-daya-insani-di-lembaga-keuangan-syariah-indonesia>

Pengaruh *Financial Literacy* dan *Behavioral Finance Factors* Terhadap Keputusan Investasi

Samsara Anggia Natama Siahaan¹⁾, Petrus Hari Kuncoro Seno²⁾

¹⁾Program Studi Manajemen Keuangan Politeknik Negeri Jakarta,
samsara.anggianatamasiahaan.ak18@mhswn.pnj.ac.id

²⁾Program Studi Manajemen Keuangan Politeknik Negeri Jakarta, petrus.harikuncoroseno@akuntansi.pnj.ac.id
Jl. Prof. Dr. G.A. Siwabessy, Kampus Universitas Indonesia, 16425, Depok, Indonesia

ABSTRACT

Investment decision making does not only rely on available financial information, but also requires an understanding of financial behavior. This study aims to analyze the effect of financial literacy and behavioral finance factors consisting of risk tolerance, risk perception, overconfidence, and herding on the investment decisions of millennial and generation Z of capital market investors in Jabodetabek. This study uses primary data with non-probability purposive sampling technique. This research was conducted by distributing questionnaires to 100 respondents who are capital market investors of millennial generation (born 1981-2000) and generation Z (born 2001-2005) who live in Jabodetabek. The analytical method used in this research is multiple linear regression analysis using IBM SPSS version 22.0 in data processing. The results of this study indicate that financial literacy and risk perception partially have a positive and significant effect on investment decisions, while risk tolerance, overconfidence, and herding partially have a positive and no significant effect on investment decisions.

Keywords: *Financial Literacy, Behavioral Finance, Risk Tolerance, Risk Perception, Overconfidence, Herding, Investment Decision.*

ABSTRAK

Pengambilan keputusan investasi tidak hanya mengandalkan informasi keuangan yang tersedia, tetapi juga membutuhkan pemahaman mengenai perilaku keuangan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *financial literacy* dan *behavioral finance factors* yang terdiri dari *risk tolerance*, *risk perception*, *overconfidence*, dan *herding* terhadap keputusan investasi investor pasar modal generasi milenial dan generasi Z di Jabodetabek. Penelitian ini menggunakan data primer dengan teknik *non-probability purposive sampling*. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara daring ke 100 responden yang merupakan investor pasar modal generasi milenial (lahir tahun 1981-2000) dan generasi Z (lahir tahun 2001-2005) yang berdomisili di Jabodetabek. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan alat bantu IBM SPSS versi

¹ Corresponding author. E-mail: samsara.anggianatamasiahaan.ak18@mhswn.pnj.ac.id

² Corresponding author. E-mail: petrus.harikuncoroseno@akuntansi.pnj.ac.id

22.0 dalam pengolahan datanya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *financial literacy* dan *risk perception* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi, sedangkan *risk tolerance*, *overconfidence*, dan *herding* secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan investasi.

Kata-Kata Kunci: Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan, Toleransi Risiko, Persepsi Risiko, *Overconfidence*, *Herding*, Keputusan Investasi.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi meningkatkan produktivitas perusahaan dalam memasarkan produk dengan mudah dan cepat mengakibatkan meningkatnya kebutuhan dan keinginan manusia yang tidak terbatas sehingga seseorang berpotensi tidak lagi mampu menutupi pengeluaran dari pendapatannya. Pengetahuan mengelola keuangan semakin penting dimiliki seseorang guna mengatasi masalah tersebut (Ainia & Lutfi, 2019 p. 401). Pengelolaan keuangan melalui investasi semakin menarik minat masyarakat dan dapat dilihat dari fenomena peningkatan jumlah *single investor identification* (SID) di Indonesia selama pandemi COVID-19. Berdasarkan Statistik Pasar Modal per akhir Januari 2022 yang diterbitkan oleh Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), jumlah investor pasar modal telah mencapai angka 7,86 juta investor, naik sebesar 5,0% secara bulanan dari posisi akhir Desember 2021 (KSEI, 2022). Berdasarkan sebaran investor, pulau Jawa merupakan pulau dengan jumlah investor terbanyak sebesar 69,85%, di mana jumlah investor terbanyak terdapat di daerah metropolitan ternama, yaitu DKI Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi atau Jabodetabek (OJK, 2022). Berdasarkan kelompok usia, pasar modal Indonesia didominasi oleh generasi milenial, yaitu investor dengan tahun kelahiran antara tahun 1981 hingga 2000 (Rudiwanto, 2018 p. 44) dan generasi Z, yaitu investor dengan tahun kelahiran antara 2001 hingga 2010 (Rosdiana, 2020 p. 766).

Investasi yang besar tidak semata-mata dapat selalu menghasilkan *return* yang besar pula karena pasar modal bersifat fluktuatif dan penuh kondisi ketidakpastian. Ketidakpastian tersebut adalah risiko yang harus ditanggung oleh investor. Oleh karena profil risiko yang berbeda-beda, investor diharapkan telah memperhatikan adanya hubungan positif antara *return* dan *risk* sebelum mengambil keputusan investasi. Keputusan investasi sendiri merupakan kebijakan investor atas berbagai alternatif investasi dengan harapan memperoleh keuntungan (Budiarto, 2017 p. 2). Pengambilan keputusan investasi dapat disebabkan oleh berbagai macam faktor, seperti tingkat literasi keuangan dan bias-bias perilaku keuangan, seperti toleransi risiko, persepsi risiko, *overconfidence*, dan *herding*. Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan investasi tersebut membuat peneliti terdahulu tertarik untuk menelitinya.

Literasi keuangan atau *financial literacy* merupakan kecerdasan atau kemampuan seseorang dalam mengelola keuangannya (Laily, 2016 p. 3). Menurut teori keuangan standar atau *standard finance theory*, yang mempelajari tentang individu sebagai pelaku keuangan yang selalu bersikap rasional dan matematis, literasi keuangan merupakan salah satu acuan rasional pengambilan

keputusan karena mencakup informasi keuangan yang faktual dan akurat. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Jariwala (2015) menunjukkan bahwa *financial literacy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Hasil tersebut sejalan dengan hasil penelitian Fridana & Asandimitra (2020). Namun, hasil penelitian yang berbeda ditemukan oleh Putra, Ananingtyas, Sari, Dewi, & Silvy (2016) dan Wardani & Lutfi (2016) yang menyatakan bahwa *financial literacy* memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap keputusan investasi.

Di sisi lain, psikologis investor juga mengambil peran dalam keputusan investasi yang akhirnya menimbulkan keputusan kurang rasional. Munculnya keputusan tidak rasional dapat ditelusuri melalui ilmu perilaku keuangan atau *behavioral finance*. Dalam penanganan risiko investasi, beberapa investor seringkali dihadapkan pada kondisi di mana mereka tidak sepenuhnya mampu menilai investasi secara pribadi dengan akurat. Investasi mana yang dipilih dan besarnya dana yang diinvestasikan sangat dipengaruhi oleh toleransi investor terhadap risiko (*risk tolerance*), yakni sikap yang ditunjukkan oleh investor ketika menilai suatu risiko. Investor yang mau menerima atau menoleransi risiko cenderung berani mengalokasikan dananya ke aset yang berisiko tinggi, begitu pula sebaliknya (Ainia dkk, 2019 p. 402). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wulandari & Iramani (2014) menunjukkan bahwa *risk tolerance* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Wardani, dkk (2016) dan Ainia, dkk (2019). Namun, hasil temuan yang berbeda ditemukan dalam penelitian oleh Putra, dkk (2016) yang menyatakan bahwa *risk tolerance* memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap keputusan investasi.

Dalam konsep persepsi risiko atau *risk perception*, seseorang akan menginterpretasikan informasi mengenai risiko yang dihadapinya. *Risk perception* muncul dari banyak faktor yang menjadi dasar dari perbedaan pengambilan keputusan dan memengaruhi perilaku seseorang dalam pengambilan keputusan yang berada pada kondisi yang tidak pasti, antara lain seperti keakraban atau *familiarity* terhadap aset, kontrol pribadi terhadap aset, keinginan menerima risiko, dan manfaat yang diperoleh. Pada penelitian yang dilakukan oleh Wulandari, dkk (2014) ditemukan bahwa *risk perception* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Hasil penelitian serupa ditemukan oleh Ainia, dkk (2019) yang menyatakan bahwa *risk perception* memiliki pengaruh signifikan, namun dengan arah negatif, terhadap keputusan investasi.

Tingkat kepercayaan diri yang meningkat menyebabkan seseorang merasa *overconfidence*. Hal tersebut dapat terjadi ketika seorang investor telah berhasil dan nyaman dengan investasi yang telah mereka lakukan. Hasil penelitian yang ditemukan oleh Ainia, dkk (2019) menunjukkan bahwa *overconfidence* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Hasil tersebut sejalan dengan hasil penelitian terdahulu Fridana, dkk (2020) dan Leiwakabessy, Patty, & Titioka (2021). Namun, hasil yang berbeda ditemukan dalam penelitian oleh Wulandari, dkk (2014) yang menyatakan bahwa *overconfidence* memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap keputusan investasi.

Peningkatkan jumlah investor yang sangat pesat diperkirakan terjadi bukan semata-mata karena tingkat literasi keuangan yang baik, melainkan karena faktor pengaruh investor lain atau sosok yang diidolakan, seperti *influencer*. Ditinjau dari perilaku keuangan, fenomena tersebut dikenal sebagai kelompok *herd* dengan *herding behavior*. *Herding* merupakan perilaku investor yang cenderung mengikuti investor lain dalam berinvestasi tanpa melakukan analisis fundamental terlebih dahulu (Fridana dkk, 2020 p. 397). Pada penelitian terdahulu oleh Fridana, dkk (2020) dan Leiwakabessy, dkk (2021) ditemukan bahwa *herding* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Standard Finance Theory

Standard finance theory pertama kali diperkenalkan oleh Bernoulli pada tahun 1738 dalam *concept of utility* dan dikembangkan dari masa ke masa oleh beberapa ahli, seperti John Stuart Mill (1844), Markowitz (1952), dan Sharpe (1964) (Sengupta, Prosad, Kapoor, 2015 p. 3). *Standard finance theory* mengasumsikan investor sebagai figur rasional. Artinya, landasan pengambilan keputusan investor adalah berdasarkan pemikiran rasional yang mempertimbangkan antara ketidakpastian di masa depan dan hasil yang diharapkan. Pengambilan keputusan investasi yang didasari *financial literacy* merupakan cerminan seorang investor yang memiliki bersikap rasional.

Behavioral Finance Theory

Behavioral finance theory pertama kali muncul pada abad ke-18 dalam penelitian Adam Smith dan menempuh terobosan melalui *prospect theory* oleh Daniel Kahneman dan Amos Tversky yang mengenalkan konsep analisis pengambilan keputusan di bawah pengaruh risiko (1979) (Sengupta dkk, 2015 p. 7). *Behavioral finance* memberikan gagasan bahwa beberapa fenomena keuangan dapat dipahami menggunakan model di mana beberapa faktor pembentuk keputusan tidak sepenuhnya rasional akibat adanya faktor psikologis atau bias-bias psikologi, seperti *risk tolerance*, *risk perception*, *overconfidence*, dan *herding*.

Keputusan Investasi

Keputusan investasi adalah mengambil kebijakan atas dua atau lebih alternatif dari penanaman modal dengan harapan mendapatkan keuntungan di masa mendatang (Budiarto, 2017 p. 2). Menurut Putri & Hamidi (2019, p. 400), tolak ukur keputusan investasi, yaitu pertimbangan besaran *return*, besaran *risk*, dan hubungan tingkat *return* dan *risk*.

Financial Literacy

Financial literacy atau literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan (OJK, 2021 p. 21). Maka, dapat disimpulkan bahwa *financial literacy* merupakan kemampuan membuat penilaian berdasarkan pertimbangan untuk mengambil keputusan yang efektif tentang penggunaan dan manajemen uang.

Risk Tolerance

Risk tolerance merupakan sikap yang ditunjukkan oleh investor ketika menilai suatu risiko. Menurut Ainia dkk (2019, p. 403), *risk tolerance* dapat membantu seseorang untuk memahami tingkat risiko dari investasi dan menoleransi serta menyelaraskan risiko yang ada agar sesuai dengan tujuan investasi mereka. Maka, dapat disimpulkan bahwa *risk tolerance* adalah tingkat risiko yang bersedia ditanggung investor dalam mencapai tujuan finansial.

Risk Perception

Risk perception adalah penilaian seseorang terhadap situasi yang berisiko dan penilaian tersebut bergantung pada karakteristik psikologis serta keadaan seseorang (Khairunizam dkk, 2019, p. 519). Maka, dapat disimpulkan bahwa *risk perception* adalah pandangan subjektif yang digunakan investor saat mengevaluasi risiko dan jumlah ketidakpastian.

Overconfidence

Overconfidence adalah sikap seseorang yang menganggap kemampuannya berada di atas rata-rata dan lebih hebat daripada orang lain (Pradhana, 2018 p. 110). Menurut Leiwakabessy, dkk (2021, p. 2), investor yang merasa memiliki pengetahuan dan intuisi seringkali mengabaikan batas risiko yang bisa ditanggungnya. Maka, dapat disimpulkan bahwa *overconfidence* adalah perasaan percaya diri yang terlalu berlebihan dan cenderung berakibat tidak baik dalam pengambilan keputusan investasi.

Herding

Herding adalah mentalitas seseorang yang cenderung “mengikuti pemimpin” (Bakar & Chui Yui, 2016, p. 320). Menurut Fridana, dkk (2020, p. 397), pasar menjadi tidak efisien karena adanya perilaku *herding* pada investor yang cenderung mengikuti investor lain tanpa melakukan analisis fundamental terlebih dahulu. Maka, dapat disimpulkan bahwa *herding* adalah fenomena di mana seorang investor lebih memilih untuk mengikuti keputusan yang dibuat oleh investor lainnya.

Penelitian Terdahulu

Dalam beberapa penelitian terdahulu, faktor-faktor yang memengaruhi keputusan investasi telah dipaparkan dan diuji signifikansinya. Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan investasi, antara lain *financial literacy*, *risk tolerance*, *overconfidence*, *experienced regret*, *risk perception*, *herding*, *loss aversion*, dan motivasi. *Financial literacy* terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi pada penelitian Jariwala (2015) dan Fridana, dkk (2020), namun Putra, dkk (2016) dan Wardani, dkk (2016) menemukan bahwa *financial literacy* berpengaruh tidak signifikan. *Risk tolerance* terbukti berpengaruh signifikan pada penelitian Wulandari, dkk (2014), Wardani, dkk (2016), dan Ainia, dkk (2019), namun Putra, dkk (2016) menemukan bahwa *risk tolerance* berpengaruh tidak signifikan. *Overconfidence* terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi pada penelitian Ainia, dkk (2019), Fridana, dkk (2020), dan Leiwakabessy, dkk (2021), namun Wulandari, dkk (2014) menemukan bahwa *overconfidence* berpengaruh tidak signifikan. *Experienced regret* terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi pada penelitian Putra, dkk (2016), namun Wulandari, dkk (2014) dan Wardani, dkk (2016) menemukan bahwa *experienced regret* berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan investasi. *Risk perception* terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi pada penelitian Wulandari, dkk (2014) dan Ainia, dkk (2019). *Herding* terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi pada penelitian Fridana, dkk (2020) dan Leiwakabessy, dkk (2021). Selain itu, variabel motivasi yang diteliti oleh Wardani, dkk (2016) terbukti berpengaruh tidak signifikan dan variabel *loss aversion* yang diteliti oleh Ainia, dkk (2019) juga terbukti berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan investasi.

Berdasarkan ketujuh artikel penelitian terdahulu, peneliti menemukan *research gap* dari hasil temuan, antara lain *financial literacy* dengan 2 (dua) hasil signifikan dan 2 (dua) tidak signifikan, *risk tolerance* dengan 3 (tiga) hasil signifikan dan 1 (satu) tidak signifikan, serta *overconfidence* dengan 3 (tiga) hasil signifikan dan 1 (satu) tidak signifikan sehingga hasil penelitian masih kontroversi dan inkonsisten dan dapat diteliti lebih lanjut. Variabel *experienced regret* tidak diteliti kembali karena 2 (dua) dari 3 (tiga) penelitian terdahulu menemukan hasil tidak signifikan. Variabel motivasi dan *loss aversion* tidak diteliti kembali karena dari masing-masing 1 (satu) penelitian terdahulu menemukan hasil tidak signifikan. Di sisi lain, penelitian terdahulu atas *risk perception* dan *herding* menemukan hasil signifikan sehingga kedua variabel tersebut dapat diteliti kembali. Peneliti terdahulu juga belum melakukan penelitian kepada investor di Jabodetabek sehingga wilayah tersebut menjadi acuan pengambilan sampel. Berdasarkan paparan tersebut, variabel *financial literacy*, *risk perception*, *risk tolerance*, *overconfidence*, dan *herding* perlu dimasukkan dalam kerangka pemikiran, di mana *risk perception*, *risk tolerance*, *overconfidence*, dan *herding* merupakan bagian dari *behavioral finance factors*. Dari *research gap* tersebut, judul penelitian ini adalah “Pengaruh *Financial Literacy* dan *Behavioral Finance Factors* terhadap Keputusan Investasi” agar hasil penelitian lebih komprehensif dan semakin diperbaharui.

Hipotesis Penelitian

- H1 : *Financial Literacy* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Investasi.
- H2 : *Risk Tolerance* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Investasi.
- H3 : *Risk Perception* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Investasi.
- H4 : *Overconfidence* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Investasi.
- H5 : *Herding* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Investasi.
- H6 : *Financial Literacy*, *Risk Tolerance*, *Risk Perception*, *Overconfidence*, dan *Herding* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Investasi.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Objek penelitian ini adalah *financial literacy*, *risk tolerance*, *risk perception*, *overconfidence*, dan *herding* yang menjadi faktor-faktor dalam pengambilan keputusan investasi generasi milenial dan generasi Z di pasar modal. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dan untuk menentukan jumlah sampel digunakan perhitungan 5 kali jumlah indikator variabel (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2019) sehingga didapatkan 100 sampel penelitian, yaitu investor pasar modal generasi milenial dan generasi Z yang berdomisili di Jabodetabek. Sumber data pada penelitian ini berasal dari kuesioner yang disebarakan secara *online* yang diukur dengan skala Likert.

Uji Instrumen Data

Uji instrumen data terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Adapun kriteria penilaian pada uji validitas adalah jika nilai r hitung $>$ r tabel maka kuesioner dinyatakan valid. Uji reliabilitas diukur dengan melihat *Cronbach's Alpha* di mana jika suatu variabel memiliki *Cronbach's Alpha* $>$ 0,60, variabel tersebut dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang pertama adalah uji normalitas yang dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov di mana nilai sig harus lebih dari 0,05 sehingga data dikatakan terdistribusi normal. Uji berikutnya adalah uji multikolinearitas di mana data tidak terjadi multikolinearitas jika nilai toleransi $>$ 0,10 dan nilai VIF $<$ 10.

Uji selanjutnya adalah uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser di mana data tidak terjadi heteroskedastisitas jika nilai sig > 0,05.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y) yang bertujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau berhubungan negatif untuk dapat memprediksi nilai dari variabel dependen.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis terdiri dari uji t dan uji f. Uji t digunakan sebagai pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial (terpisah) untuk mengetahui signifikansi peran antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan (Sugiyono, 2016, pg. 250). Jika nilai t hitung > t tabel dan nilai sig < 0,05, terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Uji f digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016, pg. 94). Jika nilai f hitung > f tabel dan nilai sig < 0,05, variabel independen secara simultan mempunyai hubungan yang signifikan terhadap variabel dependen.

Perhitungan Koefisien Determinasi

Perhitungan koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar persentase variasi variabel independen pada model regresi linear berganda dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 (nol) dan 1 (satu). Nilai yang mendekati 1 (satu) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Instrumen Data

Berdasarkan hasil uji instrumen data, pada uji validitas didapatkan nilai r hitung > r tabel sehingga seluruh variabel dinyatakan valid. Berdasarkan uji reliabilitas, seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 sehingga dinyatakan reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil uji normalitas, didapatkan nilai sig sebesar 0,20 > 0,05 sehingga data dinyatakan terdistribusi normal. Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, seluruh variabel memiliki nilai toleransi > 0,10 dan nilai VIF < 10 sehingga tidak terjadi multikolinearitas. Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, seluruh variabel memiliki nilai sig > 0,05 sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Hasil uji regresi linear berganda menunjukkan persamaan regresi sebagai berikut.

$$Y = 6,729 + 0,133X_1 + 0,070X_2 + 0,167X_3 + 0,011X_4 + 0,070X_5$$

(1)

Hasil Uji Hipotesis

Berdasarkan uji t, diketahui bahwa variabel independen *financial literacy* dan *risk perception* memiliki nilai t hitung > t tabel dan nilai sig < 0,05 sehingga H1 dan H3 pada penelitian ini diterima, sedangkan variabel independen *risk tolerance*, *overconfidence*, dan *herding* memiliki nilai t hitung < t tabel dan nilai

sig > 0,05 sehingga H2, H4, dan H5 pada penelitian ini ditolak. Berdasarkan hasil uji f, diketahui bahwa nilai f hitung > f tabel dan nilai sig < 0,05 sehingga H6 pada penelitian ini diterima.

Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi, didapatkan nilai R² sebesar 0,290 sehingga dapat disimpulkan bahwa kemampuan variabel independen yaitu *financial literacy*, *risk tolerance*, *risk perception*, *overconfidence*, dan *herding* dalam memengaruhi keputusan investasi adalah sebesar 29,0%.

Pengaruh Financial Literacy Terhadap Keputusan Investasi

Hasil uji statistik menyimpulkan bahwa *financial literacy* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi generasi milenial dan generasi Z di Jabodetabek sehingga semakin kuat *financial literacy* seseorang terhadap investasi, yaitu pengetahuan keuangan dasar seperti suku bunga, inflasi, dan nilai tukar mata uang, pengetahuan mengenai tabungan dan pinjaman, pengetahuan mengenai asuransi, serta pengetahuan mengenai investasi, semakin memperkuat pengambilan keputusan investasi di pasar modal. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Jariwala (2015) dan Fridana, dkk (2020) yang menyatakan bahwa *financial literacy* berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi.

Pengaruh Risk Tolerance Terhadap Keputusan Investasi

Hasil uji statistik menyimpulkan bahwa *risk tolerance* secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan investasi generasi milenial dan generasi Z di Jabodetabek sehingga apabila *risk tolerance* seseorang menguat ataupun tidak, tidak akan terlalu memperkuat pengambilan keputusan investasi di pasar modal. Penyebab berpengaruh tidak signifikan tersebut dapat terjadi karena toleransi investor yang cenderung rendah terhadap risiko. Toleransi risiko yang rendah dapat disebabkan karena responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang berinvestasi masih kurang dari 6 bulan dengan alokasi modal yang kecil (Rp100.000—Rp500.000). Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Putra, dkk (2016) yang menyatakan bahwa *risk tolerance* berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan investasi.

Pengaruh Risk Perception Terhadap Keputusan Investasi

Hasil uji statistik menyimpulkan bahwa *risk perception* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi generasi milenial dan generasi Z di Jabodetabek sehingga semakin kuat *risk perception* seseorang, semakin memperkuat pengambilan keputusan investasi di pasar modal. Investor dengan literasi keuangan yang baik meyakini bahwa kerugian adalah risiko alami yang ada dalam investasi dan mereka siap menanggungnya. Dengan demikian, investor akan tetap berinvestasi sekalipun harus menghadapi risiko. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wulandari, dkk (2014) yang menyatakan bahwa *risk perception* berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi.

Pengaruh Overconfidence Terhadap Keputusan Investasi

Hasil uji statistik menyimpulkan bahwa *overconfidence* secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan investasi generasi milenial dan generasi Z di Jabodetabek sehingga jika *overconfidence* seseorang menguat ataupun tidak, tidak akan terlalu memperkuat pengambilan keputusan investasi di pasar modal. Sekalipun telah memperoleh literasi keuangan yang baik, investor merasa dirinya tidak lebih baik dari investor lain ketika mengambil keputusan investasi. Investor juga lebih mengutamakan informasi keuangan yang dimiliki saat berinvestasi. Hasil penelitian ini

sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wulandari, dkk (2014) yang menyatakan bahwa *overconfidence* berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan investasi.

Pengaruh Herding Terhadap Keputusan Investasi

Hasil uji statistik menyimpulkan bahwa *herding* secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan investasi generasi milenial dan generasi Z di Jabodetabek sehingga jika *herding* seseorang menguat ataupun tidak, tidak akan terlalu memperkuat pengambilan keputusan investasi di pasar modal. Investor dalam mengambil keputusan investasi tidak didasarkan pada tindakan investor lain dalam hal pembentukan portofolio miliknya atau dapat dikatakan bahwa responden mengambil keputusan berdasarkan kepada kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki. Hal tersebut dapat terjadi karena mayoritas responden dalam penelitian ini memulai investasi setelah memperoleh literasi keuangan yang baik secara pribadi, bukan ikut-ikutan pengaruh orang lain. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fridana, dkk (2020) dan Leiwakabessy, dkk (2021) yang menyatakan bahwa *herding* berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi.

Pengaruh Financial Literacy, Risk Tolerance, Risk Perception, Overconfidence, dan Herding terhadap Keputusan Investasi

Berdasarkan hasil uji f, diketahui bahwa *financial literacy*, *risk tolerance*, *risk perception*, *overconfidence*, dan *herding* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi generasi milenial dan generasi Z di Jabodetabek. Hal ini berarti investor generasi milenial dan generasi Z di Jabodetabek menggunakan pemahaman mengenai *financial literacy* yang dimiliki seperti pemahaman keuangan dasar, tabungan, asuransi, dan investasi dalam mengambil keputusan investasi. Tingkat toleransi risiko seseorang atau *risk tolerance* berpengaruh terhadap keputusan investasi karena investor yang memiliki pengetahuan investasi dan risiko yang baik akan melakukan investasi menurut tingkat risiko yang dapat ditanggungnya selama risiko tersebut sejalan dengan *return* yang akan diperoleh. Persepsi risiko atau *risk perception* seorang investor juga memengaruhi keputusan investasi dalam hal investor tersebut telah memahami dan menerima beban yang harus ditanggungnya, yaitu risiko, dan tetap akan berinvestasi sekalipun harus menghadapi risiko karena mereka meyakini bahwa investasi bukanlah hal yang sia-sia. *Overconfidence* yang menyebabkan seseorang memiliki kepercayaan diri yang berlebihan karena pengetahuan ataupun pengalaman yang dimiliki berdampak pada kemampuan investor dalam bertindak rasional sehingga akhirnya meremehkan risiko yang harus dihadapi. *Herding* atau kecenderungan untuk mengikuti keputusan investor lain dan fenomena terkini juga terjadi pada investor pasar modal karena mereka menganggap bahwa keputusan mayoritas dapat menggerakkan pasar dan akhirnya memengaruhi tingkat keuntungan dan kerugian investor.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, diketahui bahwa *financial literacy* dan *risk perception* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi, sedangkan *risk tolerance*, *overconfidence*, dan *herding* secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan investasi. Secara simultan, *financial literacy*, *risk tolerance*, *risk perception*, *overconfidence*, dan *herding* berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Hal ini menunjukkan bahwa investor generasi milenial dan generasi Z di Jabodetabek mengikuti perkembangan informasi dan pengetahuan guna meningkatkan literasi keuangan serta menggunakan sisi psikologis, yaitu toleransi risiko, persepsi risiko, rasa percaya diri yang tinggi, dan kecenderungan mengikuti keputusan mayoritas dalam mengambil keputusan investasi di pasar modal.

Saran

Saran bagi investor generasi milenial dan generasi Z, yaitu terus meningkatkan *financial literacy* melalui pengetahuan dan praktik yang diperoleh dari berbagai sumber, mempelajari tingkat risiko yang dihadapi, mempertimbangkan risiko yang ada pada setiap jenis investasi, tetap mawas diri dan tidak gegabah dalam mengambil keputusan investasi, serta mewaspadaai perilaku mengikuti keputusan mayoritas. Saran bagi penyelenggara pasar modal, yaitu terus mendukung pemberdayaan investor dengan melakukan pencerdasan pasar modal, bekerja sama dengan para tokoh atau ahli psikologi yang juga memiliki kompetensi di bidang keuangan atau investasi, dan bekerja sama dengan pihak-pihak pendukung lainnya, seperti sekuritas dan perguruan tinggi. Saran bagi peneliti selanjutnya, yaitu diharapkan dapat melakukan penelitian dengan melihat variabel-variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini, menambahkan jumlah sampel yang diteliti, serta memperluas cakupan wilayah pemilihan responden.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Ainia, N. S., & Lutfi, L. (2019, April). The Influence of Risk Perception, Risk Tolerance, Overconfidence, and Loss Aversion Towards Investment Decision Making. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, 21(3), 401-413. doi:10.14414/jebav.v21i3.1663
- Anonymous. (2021). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021-2025*. Jakarta: Departemen Literasi dan Inklusi Keuangan Otoritas Jasa Keuangan. Retrieved May 13, 2022, from Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021 - 2025: <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Kuangan-Indonesia-2021-2025/Strategi%20Nasional%20Literasi%20Keuangan%20Indonesia%202021-2025.pdf>
- Anonymous. (2022, August 5). *Statistik Bulanan Pasar Modal - Mei 2022*. Retrieved August 7, 2022, from Otoritas Jasa Keuangan: <https://www.ojk.go.id/id/kanal/pasar-modal/data-dan-statistik/statistik-pasar-modal/Pages/Statistik-Bulanan-Pasar-Modal---Mei-2022.aspx>
- Anonymous. (2022). *Statistik Pasar Modal Indonesia*. Jakarta: PT Kustodian Sentral Efek Indonesia. Retrieved May 13, 2022, from PT Kustodian Sentral Efek Indonesia: https://www.ksei.co.id/files/Statistik_Publik_-_Januari_2022.pdf
- Bakar, S., & Chui, A. N. (2015). The Impact of Psychological Factors on Investors' Decision Making in Malaysian Stock Market: A Case of Klang Valley and Pahang. *Procedia Economics and Finance*, 319-328. doi: 10.1016/S2212-5671(16)00040-X
- Budiarto, A. (2017). Pengaruh Financial Literacy, Overconfidence, Regret Aversion Bias, dan Risk Tolerance Terhadap Keputusan Investasi (Studi pada Investor PT Sucorinvest Central Gani Galeri Investasi BEI Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 5(2), 1-9.
- Fridana, I. O., & Asandimitra, N. (2020). Analisis Faktor yang Memengaruhi Keputusan Investasi (Studi pada Mahasiswi di Surabaya). *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 4(2), 396-405.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). United Kingdom: Cengage Learning EMEA.

- Jariwala, H. V. (2015). Analysis of Financial Literacy Level of Retail Individual Investors of Gujarat State and Its Effect on Investment Decision. *Journal of Business & Finance Librarianship*, 20, 133-158.
doi:<https://www.tandfonline.com/action/showCitFormats?doi=10.1080/08963568.2015.977727>
- Khairunizam, & Isbanah, Y. (2019). Pengaruh Financial Literacy dan Behavioral Finance Factors Terhadap Keputusan Investasi (Studi Terhadap Investor Saham Syariah pada Galeri Investasi Syariah UIN Sunan Ampel Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 516-519.
- Laily, N. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Mahasiswa dalam Mengelola Keuangan. *Journal of Accounting and Business Education*, 3.
- Leiwakabessy, A., Patty, M., & Titioka, B. M. (2021). Faktor Psikologis Investor Millennial dalam Pengambilan Keputusan Investasi Saham (Studi Empiris pada Investor Millennial di Kota Ambon). *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 22(2), 1-11. Retrieved from <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jap>
- Pradhana, R. W. (2018). Pengaruh Financial Literacy, Cognitive Bias, dan Emotional Bias Terhadap Keputusan Investasi (Studi pada Investor Galeri Investasi Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(3), 109-110.
- Putra, I., Ananingtyas, H., Sari, D., Dewi, A., & Silvy, M. (2016, March). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan, Experienced Regret, dan Risk Tolerance pada Pemilihan Jenis Investasi. *Journal of Business and Banking*, 5(2), 271-282. doi:10.14414/jbb.v5i2.548
- Putri, W., & Hamidi, M. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan, dan Faktor Demografi Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi (Studi Kasus pada Mahasiswa Magister Manajemen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(1), 398-412.
- Rosdiana, R. (2020, November 12). Investment Behavior in Generation Z and Millennial Generation. *Dinasti International Journal of Economics, Finance, & Accounting*, 1(5), 766. doi:10.38035/DIJEFA
- Rudiwanto, A. (2018, April). Langkah Penting Generasi Millennial Menuju Kebebasan Finansial Melalui Investasi. *Jurnal Moneter*, 5(1).
- Sengupta, J., Prosad, J., & Kapoor, S. (2015). *Theory of Behavioral Finance. In Research on Behavioral Finance and Investment Strategies: Decision Making in the Financial Industry*. United States of America: IGI Global book series Advances in Finance, Accounting, and Economics (AFAE).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wardani, A., & Lutfi, L. (2016, November). Pengaruh Literasi Keuangan, Experienced Regret, Risk Tolerance, dan Motivasi pada Keputusan Investasi Keluarga dalam Perspektif Masyarakat Bali. *Journal of Business and Banking*, 6(2), 195-214. doi:10.14414/jbb.v6i2.996
- Wulandari, D. A., & Iramani, R. (2014, May). Studi Experienced Regret, Risk Tolerance, Overconfidence dan Risk Perception pada Pengambilan Keputusan Investasi Dosen Ekonomi. *Journal of Business and Banking*, 4(1), 55-56.

ANALISIS PERBANDINGAN KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN SEBELUM DAN SESUDAH AKUISISI (Pada Perusahaan Publik Pengakuisisi yang Melakukan Akuisisi pada 2014-2016)

Muhammad Dional Muslim¹⁾, Zulmaita²⁾

¹⁾Program Studi Manajemen Keuangan, Politeknik Negeri Jakarta

²⁾Program Studi Manajemen Keuangan Politeknik Negeri Jakarta
Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, Kota Depok, Jawa Barat 16424

ABSTRACT

This study aims to find the differences between before and after the company practice acquisition on financial performance projected into 6 (six) different financial ratios, namely Current Ratio (CR), Debt to Asset Ratio (DAR), Debt to Equity Ratio (DER), Return on Assets (ROA), Return on Equity (ROE), and Net Profit Margin (NPM). This study uses all companies listed on the Indonesian Stock Exchange (IDX) which are proven to have practiced acquisition in 2014-2016. This study uses purposive sampling as sampling method, and hypothesis testing using Wilcoxon Signed Rank Test. The results showed that there was no difference in the variables CR, DAR, and DER, but showed a difference in the variables ROA, ROE, and NPM.

Keywords: Acquisition; Financial Performance; CR; DAR; DER; ROA; ROE; NPM.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mencari perbedaan antara sebelum dan sesudah dilakukannya aktivitas akuisisi terhadap kinerja keuangan yang diproyeksikan ke dalam 6 (enam) rasio keuangan yang berbeda, yaitu *Current Ratio* (CR), *Debt to Asset Ratio* (DAR), *Debt to Equity Ratio* (DER), *Return on Asset* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Net Profit Margin* (NPM). Penelitian ini menggunakan perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang melakukan aktivitas akuisisi pada 2014-2016. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, dan akan diuji menggunakan *Wilcoxon Signed Rank Test*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak adanya perbedaan pada variabel CR, DAR, dan DER, namun menunjukkan adanya perbedaan pada variabel ROA, ROE, dan NPM.

Kata-Kata Kunci: Akuisisi; Kinerja Keuangan; CR; DAR; DER; ROA; ROE; NPM.

¹ Corresponding author. E-mail: muhammad.dienalmuslim.ak18@mhs.wpnj.ac.id

² Corresponding author. E-mail: zulmaita@akuntansi.pnj.ac.id

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Untuk mengatasi berbagai masalah yang dapat timbul dalam menjalankan bisnis, perusahaan dituntut untuk tetap tangguh dengan cara melakukan ekspansi bisnis. Salah satu cara melakukan ekspansi bisnis dapat dilakukan dengan melakukan aktivitas penggabungan usaha atau Merger dan Akuisisi (M&A). Akuisisi merupakan penggabungan dua perusahaan yang mana perusahaan pengakuisisi membeli sebagian besar saham perusahaan yang diakuisisi, sehingga pengendalian manajemen perusahaan yang diakuisisi beralih ke perusahaan pengakuisisi, sementara kedua perusahaan masing-masing tetap beroperasi sebagai suatu badan hukum yang berdiri sendiri (Edi & Rusadi, 2017). Menurut Moin (2010:48) dalam Laiman & Hatane (2017) motivasi perusahaan melakukan Merger dan Akuisisi (M&A) adalah menciptakan sinergi. Melalui sinergi, kedua perusahaan diharapkan dapat mencapai suatu tujuan yang tidak bisa mereka capai sendiri. Melalui sinergi seharusnya nilai perusahaan dapat meningkat apabila melakukan aktivitas Merger dan Akuisisi (M&A). Hal ini didukung oleh pernyataan Payamta & Setiawan (2005) dalam Kharisma (2014) ketika ukuran perusahaan bertambah besar dikarenakan sinergi yang ditimbulkan dari aktivitas Merger dan Akuisisi (M&A), maka laba perusahaan seharusnya juga akan semakin meningkat. Namun pada kenyataannya, aktivitas Merger dan Akuisisi (M&A) tidak selalu menjamin hasil yang baik.

Di beberapa kasus di antara perusahaan pengakuisisi dan perusahaan yang diakuisisi gagal mendapatkan sinergi satu sama lain sehingga aktivitas Merger dan Akuisisi (M&A) gagal menciptakan pengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Gustina (2017), dan Tarigan & Pratomo (2015) yang gagal melihat adanya perbedaan dalam kinerja keuangan antara sebelum dan sesudah dilakukannya aktivitas Merger dan Akuisisi (M&A). Hal ini diduga karena sempitnya *range* penelitian yang dilakukan oleh Gustina dan sedikitnya minimnya variabel penelitian yang digunakan oleh Gustina dan Tarigan dan Pratomo. Tarigan dan Pratomo pun memberikan saran untuk peneliti selanjutnya untuk dapat berhati-hati dalam menentukan sampel dan periode pengamatan agar hasilnya tidak bias. Di lain sisi, penelitian yang dilakukan oleh Esterlina & Firdausi (2017), serta Amatilah, Syarief, & Laksana (2021) banyak menemukan perbedaan terhadap rasio yang menjadi proyeksi dari kinerja keuangan antara sebelum dan sesudah dilakukannya aktivitas Merger dan Akuisisi (M&A). Namun Esterlina dan Firdausi masih berharap pada peneliti selanjutnya untuk dapat memperpanjang *range* penelitian.

Perbedaan penggunaan variabel, pemilihan sampel, dan penentuan *range* penelitian menghasilkan perbedaan penelitian (*research gap*) yang masih memiliki potensi untuk diadakan penelitian lebih lanjut yang diharapkan dapat memperoleh hasil penelitian yang berbeda yang dapat melengkapi kekurangan dari penelitian-penelitian terdahulu.

Permasalahan

Ketika perusahaan melakukan Akuisisi, tentunya perusahaan tersebut mengharapkan akan hasil yang optimal terhadap pertumbuhan perusahaannya, khususnya terhadap kinerja keuangan perusahaan tersebut. Namun pada kenyataannya, tidak semua perusahaan yang melakukan akuisisi selalu mendapatkan hasil yang positif. Hasil yang diterima oleh perusahaan dapat dideskripsikan dengan membandingkan kinerja keuangan antara sebelum dan sesudah akuisisi yang diproyeksikan ke dalam 6 (enam) rasio keuangan, yaitu *Return on Asset* (ROA), *Return on Equity* (ROE), *Current Ratio* (CR), *Debt to Asset Ratio* (DAR), *Debt to Equity Ratio* (DER), serta *Net Profit Margin* (NPM)

Tujuan

Penelitian ini bermaksud mendeskripsikan hasil uji hipotesis terhadap perbedaan sebelum dan sesudah akuisisi pada variabel *Return on Asset* (ROA), *Return on Equity* (ROE), *Current Ratio* (CR), *Debt to Asset Ratio* (DAR), *Debt to Equity Ratio* (DER), serta *Net Profit Margin* (NPM) pada perusahaan pengakuisisi yang melakukan aktivitas akuisisi di tahun 2014-2016.

TINJAUAN PUSTAKA

Akuisisi

Akuisisi atau *acquisition* (latin) secara harfiah memiliki makna membeli atau mendapatkan sesuatu/objek yang telah dimiliki sebelumnya. Secara terminology bisnis, akuisisi merupakan pengambilalihan kepemilikan atau pengendalian atas saham atau aset suatu perusahaan oleh perusahaan lain (Abidin, 2022). Akuisisi juga dapat diartikan sebagai salah satu jenis merger di mana salah satu perusahaan mengambil alih kepemilikan perusahaan lain sehingga meskipun nama target perusahaan tetap ada, tetapi kepemilikannya telah beralih kepada perusahaan yang mengakuisisi, proses ini juga sering dikenal dengan nama *subsidiary merger* (Tarigan, Yenawan, & Wibisono, 2017).

Berdasarkan bentuk korelasinya, akuisisi dapat dibedakan menjadi 2 (dua) kategori, yaitu *related* dan *unrelated*. Perbedaan ini terletak pada produk/jasa yang ditawarkan apakah masih berhubungan atau tidak ada hubungan antara satu dengan yang lainnya. Jenis-jenis akuisisi menurut Tarigan, Yenawan, & Wibisono (2017) adalah sebagai berikut.

1. Akuisisi Horizontal, masuk ke dalam kategori *related*, di mana akuisisi terjadi pada perusahaan hulu dan hilir antara produsen/supplier dengan distributor, atau distributor dengan penjual/retailer (contoh: Merck dan Merco).
2. Akuisisi Vertikal, masuk ke dalam kategori *related*, di mana akuisisi terjadi pada perusahaan yang saling bersaing (kompetitor) dalam sektor bisnis yang sama (contoh: Exxon dan Mobil).
3. Akuisisi Konglomerat, termasuk ke dalam kategori *unrelated*, yaitu adanya penggabungan usaha antara perusahaan yang tidak memiliki hubungan apapun, seperti hubungan perusahaan produsen dengan perusahaan penjual, atau hubungan perusahaan di dalam sektor bisnis yang sama.

Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan perusahaan merupakan cerminan kondisi keuangan perusahaan dalam suatu periode tertentu, yang biasanya diukur dengan indikator likuiditas, profitabilitas, dan kecukupan modal (Rhamadana & Triyonowati, 2016). Penilaian kinerja keuangan adalah salah satu dari sekian cara oleh pihak manajerial untuk memenuhi kewajibannya terhadap para *shareholder* dan juga untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan (Rhamadana & Triyonowati, 2016). Manfaat dari analisis keuangan adalah sebagai berikut. (Fahmi, 2014).

1. Sebagai alat menilai kinerja keuangan dan prestasi perusahaan.
2. Sebagai rujukan untuk membuat perencanaan.
3. Mengevaluasi kondisi suatu perusahaan dari perspektif keuangan.
4. Sebagai alat kreditur untuk memperkirakan potensi risiko yang akan dihadapi terkait dengan pengembalian pokok pinjaman dan kelangsungan pembayaran bunga.
5. Sebagai alat *stakeholder* untuk menilai perusahaan.

Kinerja keuangan ini kemudian dapat diukur dengan menggunakan analisis rasio keuangan (Pramono, 2014). Rasio keuangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Rasio Likuiditas

Rasio ini merupakan rasio yang memberikan gambaran kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek. Rasio ini berfungsi untuk mengukur atau menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya yang jatuh tempo. Penggunaan rasio ini juga untuk mengukur seberapa likuidnya suatu perusahaan (Septiana, 2019). Rasio likuiditas yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Current Ratio (CR) atau rasio lancar digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau hutang yang akan jatuh tempo (Kasmir, 2016). *Current Ratio* (CR) dapat dihitung menggunakan rumus berikut.

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Current Assets}}{\text{Current Liabilities}} \quad (1)$$

2. Rasio Solvabilitas

Rasio ini digunakan untuk mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai dengan hutang perusahaan, artinya besaran jumlah hutang yang digunakan perusahaan untuk membiayai kegiatan usahanya dibandingkan dengan menggunakan modal sendiri (Septiana, 2019). Rasio solvabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

a. *Debt to Asset Ratio* (DAR), digunakan untuk mengukur perbandingan antara total hutang dengan total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Rasio ini berfungsi untuk memberi gambaran seberapa besar aset perusahaan yang dibiayai oleh hutang atau seberapa besar peran hutang terhadap pengelolaan aset perusahaan (Kasmir, 2016). *Debt to Asset Ratio* (DAR) dapat dihitung menggunakan rumus berikut.

$$\text{DAR} = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Asset}} \quad (2)$$

b. *Debt to Equity Ratio* (DER), digunakan untuk mengukur perbandingan antara total modal dengan total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Rasio ini berfungsi untuk memberi gambaran seberapa besar peran hutang terhadap pengelolaan modal perusahaan (Kasmir, 2016). *Debt to Equity Ratio* (DER) dapat dihitung menggunakan rumus berikut.

$$\text{DER} = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Equity}} \quad (3)$$

3. Rasio Profitabilitas

Rasio ini digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencetak *profit* (keuntungan) dalam suatu periode tertentu. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efisiensi suatu perusahaan dalam mengelola aset dan/atau modalnya untuk memperoleh keuntungan (Septiana, 2019). Rasio profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

a. *Return on Asset* (ROA), digunakan untuk menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aset yang digunakan dalam perusahaan. Rasio ini juga berfungsi untuk memberikan gambaran seberapa besar peran aset dalam mencetak laba (Kasmir, 2016). *Return on Asset* (ROA) dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut.

$$\text{ROA} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Average Total Assets}} \quad (4)$$

b. *Return on Equity* (ROE), digunakan untuk menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah modal yang digunakan dalam perusahaan. Rasio ini juga berfungsi untuk memberikan gambaran seberapa besar peran modal dalam mencetak laba (Kasmir, 2016). *Return on Equity* (ROE) dapat dihitung menggunakan rumus berikut.

$$\text{ROE} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Average Stockholder's Equity}} \quad (5)$$

- c. *Net Profit Margin* (NPM), merupakan ukuran keuntungan dengan membandingkan laba setelah pajak dan bunga dengan total pendapatan. Rasio ini menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mencetak laba dari total pendapatan yang dimiliki oleh perusahaan (Kasmir, 2016). *Net Profit Margin* (NPM) dapat dihitung menggunakan rumus berikut.

$$NPM = \frac{Net\ Income}{Revenue} \quad (6)$$

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian, Populasi, dan Sampel

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Deskriptif kuantitatif merupakan penelitian yang meneliti data-data berupa angka yang kemudian akan diproses menggunakan alat uji statistika, kemudian diberikan kesimpulan secara deskriptif (Abdullah, 2015). Objek penelitian ini menggunakan perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang melakukan aktivitas akuisisi pada tahun 2014-2016 dan tercantum dalam data Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU). Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut.

1. Perusahaan publik yang terdaftar di dalam Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Melakukan aktivitas akuisisi pada tahun 2014 – 2016.
3. Tanggal dilakukan aktivitas akuisisi dapat diketahui dengan jelas.
4. Memiliki laporan keuangan yang lengkap 2 (dua) tahun sebelum dan 5 (lima) tahun sesudah melakukan aktivitas akuisisi.
5. Perusahaan tidak melakukan aktivitas akuisisi kembali pada 2 (dua) tahun sebelum dan 5 (lima) tahun sesudah melakukan aktivitas akuisisi yang semula.

Metode Analisis Data

A. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif atau statistik deduktif merupakan suatu metode bagaimana cara mengumpulkan, melabelkan, menggambarkan, mengolah, dan menganalisis suatu kumpulan bilangan atau angka, kemudian dilakukan interpretasi dengan diberikan penafsiran-penafsiran atau dengan perkataan lain (Silvia, 2020).

B. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah data yang digunakan dalam penelitian memiliki distribusi normal atau tidak, baik secara multivariat maupun univariat. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan kriteria *critical ratioskweness value* sebesar 2.58, pada tingkat signifikansi 99%. Suatu data dikatakan memiliki distribusi normal apabila nilai *critical ratioskewness* di bawah harga mutlak ± 2.58 (Abdullah, 2015).

C. Uji Hipotesis

Wilcoxon Signed Rank Test atau uji peringkat bertanda Wilcoxon berfungsi untuk membandingkan nilai tengah dari suatu variabel yang berasal dari data sampel berpasangan. Kedua variabel tersebut diproyeksikan sebagai variabel X dan variabel Y. Dalam uji peringkat bertanda Wilcoxon memperhatikan perbedaan antara variabel X dan variabel Y (Solidayah, Sunendiari, & Wachidah, 2015).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Sampel Penelitian

Berdasarkan teknik *purposive sampling*, dari total 137 perusahaan yang melakukan akuisisi di tahun 2014-2016, hanya 16 perusahaan saja yang dapat digunakan sebagai sampel penelitian, dengan gambaran umum yang dapat dilihat di tabel 1 berikut.

Tabel 1. Gambaran Umum Sampel Penelitian

No	Tanggal Akuisisi	Nama Perusahaan	Kode Saham	Perusahaan yang Diakuisisi
1	20/02/2014	PT Modernland Realty Tbk	MDLN	PT Mitra Sindo Sukses
				PT Mitra Sindo Makmur
2	25/03/2014	PT Agung Podomoro Land Tbk	APLN	PT Wahana Sentra Sejati
	13/08/2014			PT Caturmas Karsaudara
	20/11/2014			PT Graha Cipta Kharisma
3	04/04/2014	PT XL Axiata Tbk	EXCL	PT Axis Telekom Indonesia
4	19/05/2014	PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk	AISA	PT Golden Plantation
5	10/06/2014	PT Hanson Internasional Tbk	MYRX	PT Mandiri Mega Jaya
6	20/06/2014	PT Greenwood Sejahtera Tbk	GWSA	PT Trisakti Makmur Persada
7	07/07/2014	PT Astra International Tbk	ASII	PT Asuransi Viva Indonesia
8	24/07/2014	PT Astra Agro Lestari	AALI	PT Palma Plantasindo
9	30/09/2014	PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk	SIDO	PT Berlico Mulia
10	05/11/2014	PT Austindo Nusantara Jaya Tbk	ANJT	PT Pusaka Agro Makmur
11	03/02/2015	PT First Media Tbk	KBLV	PT Mitra Mandiri Mantap
12	03/03/2015	PT Tiphone Mobile Indonesia	TELE	PT Simpatindo Multimedia
13	22/01/2016	PT Jasa Marga (Persero) Tbk	JSMR	PT Solo Ngawi Jaya
				PT Ngawi Kertosono Jaya
				PT Cinere Serpong Jaya
14	29/03/2016	PT PP London Sumatera Indonesia Tbk	LSIP	PT Pasir Luhur
15	16/05/2016	PT Plaza Indonesia Realty Tbk	PLIN	PT Citra Asri Property
16	19/09/2016	PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk	JPFA	PT Multi Makanan Permai

Statistik Deskriptif

Dalam uji statistik deskriptif, keenam variabel rasio keuangan dibagi menjadi 2 (dua) kelompok per variabelnya, yaitu rasio keuangan sebelum akuisisi dan rasio keuangan sesudah akuisisi, sehingga diperoleh menjadi 12 kelompok. Jika nilai mean lebih besar dari nilai standar deviasi, maka variasi datanya rendah, atau dapat disimpulkan bahwa tidak adanya kesenjangan antara nilai minimum dan nilai maksimum. Sebaliknya, jika nilai mean lebih kecil dari nilai standar deviasi, maka variasi datanya tinggi, atau dapat disimpulkan bahwa adanya kesenjangan antara nilai minimum dan nilai maksimum. Untuk

hasil *output* uji statistik deskriptif menggunakan *software* IBM SPSS 23 dapat dilihat dalam tabel 2 berikut.

Tabel 2 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Nilai Minimum		Nilai Maksimum		Mean	Standar Deviasi	Variasi	
		Perusahaan n	Besara n	Perusahaan n	Besara n				
CR (x)	Before	16	KBLV	0.34	SIDO	4.59	1.7288	1.24005	Rendah
	After	16	KBLV	0.12	SIDO	6.74	2.1994	2.06050	Rendah
DA R (x)	Before	16	ANJT	0.13	JSMR	0.66	0.4325	0.17902	Rendah
	After	16	GWSA	0.08	TELE	3.41	0.6856	0.82344	Tinggi
DER (x)	Before	16	ANJT	0.15	JPFA	1.93	1.0031	0.61378	Rendah
	After	16	AISA	-0.56	KBLV	3.83	0.9850	1.17384	Tinggi
RO A (%)	Before	16	JPFA	2.77	KBLV	30.69	10.5844	7.22548	Rendah
	After	16	TELE	-116.89	SIDO	18.27	-6.9475	31.91160	Tinggi
ROE (%)	Before	16	MYRX	8.06	KBLV	42.52	17.8369	9.18491	Rendah
	After	16	KBLV	-71.65	AISA	23.55	0.3037	24.75857	Tinggi
NP M (%)	Before	16	JPFA	1.85	KBLV	195.73	40.2606	52.61746	Rendah
	After	16	KBLV	-153.47	GWSA	436.08	22.6488	117.95271	Tinggi

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan sebelum uji hipotesis dilakukan. Uji normalitas diperlukan untuk mencari tahu apakah sampel yang akan digunakan dalam uji hipotesis berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji *Shapiro-Wilk*, dikarenakan besaran sampel ≤ 50 . Jika taraf signifikansi > 0.05 , maka data tersebut berdistribusi normal, sedangkan jika taraf signifikansi < 0.05 , maka data tersebut tidak berdistribusi normal. Berdasarkan hasil uji normalitas data menggunakan Uji *Shapiro-Wilk*, terdapat 2 (dua) hasil yang memiliki taraf signifikansi > 0.05 , sedangkan 10 (sepuluh) hasil sisanya memiliki taraf signifikansi < 0.05 . Dapat disimpulkan bahwa data tidak berdistribusi normal.

Uji Hipotesis

Karena data tidak berdistribusi normal, sehingga uji hipotesis yang digunakan adalah *Wilcoxon Signed Rank Test*. Berdasarkan hasil *output Wilcoxon Signed Rank Test* menggunakan IBM SPSS 23 dapat diringkas ke dalam tabel 3 berikut.

Tabel 3. Ringkasan Hasil Uji Hipotesis Menggunakan *Wilcoxon Signed Rank Test*

Variabel	Asym Sig.	α	Kesimpulan
<i>Current Ratio</i> (CR)	0.205	0.05	Ditolak
<i>Debt to Asset Ratio</i> (DAR)	0.587	0.05	Ditolak
<i>Debt to Equity Ratio</i> (DER)	0.501	0.05	Ditolak
<i>Return on Asset</i> (ROA)	0.003	0.05	Diterima
<i>Return on Equity</i> (ROE)	0.007	0.05	Diterima
<i>Net Profit Margin</i> (NPM)	0.020	0.05	Diterima

A. Pengujian hipotesis pada *Current Ratio* (CR)

Berdasarkan hasil dari uji hipotesis menggunakan *Wilcoxon Signed-Rank Test* pada variabel *Current Ratio* (CR) menunjukkan bahwa taraf signifikansi sebesar $0.205 < 0.050$ yang artinya hipotesis ditolak. Dari hal ini dapat disimpulkan bahwa pada *Current Ratio* (CR) tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara sebelum dan sesudah aktivitas akuisisi. Dari total 16 perusahaan yang diujikan, terdapat 9 perusahaan yang mengalami kenaikan pada sebelum dan sesudah aktivitas akuisisi dari nilai CR, seperti TELE, LSIP, JPFA, AALI, SIDO, MDLN, MYRX, GWSA, dan PLIN. 7 perusahaan sisanya mengalami penurunan.

B. Pengujian hipotesis pada *Debt to Asset Ratio* (DAR)

Berdasarkan hasil dari uji hipotesis menggunakan *Wilcoxon Signed-Rank Test* pada variabel *Debt to Asset Ratio* (DAR) menunjukkan bahwa taraf signifikansi sebesar $0.587 < 0.050$ yang artinya hipotesis ditolak. Dari hal ini dapat disimpulkan bahwa pada *Debt to Asset Ratio* (DAR) tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara sebelum dan sesudah aktivitas akuisisi. Dari total 16 perusahaan yang diujikan, terdapat 8 perusahaan yang mengalami kenaikan dari nilai DAR pada sebelum hingga setelah aktivitas akuisisi, seperti TELE, AISA, AALI, ANJT, EXCL KBLV, JSMR, dan MDLN. dan 8 perusahaan sisanya mengalami penurunan.

C. Pengujian hipotesis pada *Debt to Equity Ratio* (DER)

Berdasarkan hasil dari uji hipotesis menggunakan *Wilcoxon Signed-Rank Test* pada variabel *Debt to Equity Ratio* (DER) menunjukkan bahwa taraf signifikansi sebesar $0.501 < 0.050$ yang artinya hipotesis ditolak. Dari hal ini dapat disimpulkan bahwa pada *Debt to Equity Ratio* (DER) tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara sebelum dan sesudah aktivitas akuisisi. Dari total 16 perusahaan yang diujikan, terdapat 6 perusahaan yang mengalami kenaikan dari nilai DER pada sebelum hingga setelah aktivitas akuisisi, seperti AALI, ANJT, EXCL, KBLV, JSMR, dan MDLN. 10 perusahaan sisanya mengalami penurunan.

D. Pengujian hipotesis pada *Return on Asset* (ROA)

Berdasarkan hasil dari uji hipotesis menggunakan *Wilcoxon Signed-Rank Test* pada variabel *Return on Asset* (ROA) menunjukkan bahwa taraf signifikansi sebesar $0.003 > 0.050$ yang artinya hipotesis diterima. Dari hal ini dapat disimpulkan bahwa pada *Return on Asset*

(ROA) tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara sebelum dan sesudah aktivitas akuisisi. Dari total 16 perusahaan yang diujikan, terdapat 2 perusahaan yang mengalami kenaikan dari nilai ROA pada sebelum hingga setelah aktivitas akuisisi, seperti JPFA, dan SIDO. 14 perusahaan sisanya mengalami penurunan.

E. Pengujian hipotesis pada *Return on Equity* (ROE)

Berdasarkan hasil dari uji hipotesis menggunakan *Wilcoxon Signed-Rank Test* pada variabel *Return on Equity* (ROE) menunjukkan bahwa taraf signifikansi sebesar $0.007 > 0.050$ yang artinya hipotesis diterima. Dari hal ini dapat disimpulkan bahwa pada *Return on Equity* (ROE) tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara sebelum dan sesudah aktivitas akuisisi. Dari total 16 perusahaan yang diujikan, terdapat 2 perusahaan yang mengalami kenaikan dari nilai ROE pada sebelum hingga setelah aktivitas akuisisi, seperti AISA, dan JPFA 14 perusahaan sisanya mengalami penurunan.

F. Pengujian hipotesis pada *Net Profit Margin* (NPM)

Berdasarkan hasil dari uji hipotesis menggunakan *Wilcoxon Signed-Rank Test* pada variabel *Net Profit Margin* (NPM) menunjukkan bahwa taraf signifikansi sebesar $0.020 > 0.050$ yang artinya hipotesis diterima. Dari hal ini dapat disimpulkan bahwa pada *Net Profit Margin* (NPM) tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara sebelum dan sesudah aktivitas akuisisi. Dari total 16 perusahaan yang diujikan, terdapat 3 perusahaan yang mengalami kenaikan dari nilai NPM pada sebelum hingga setelah aktivitas akuisisi, seperti JPFA, SIDO, dan GWSA. 13 perusahaan sisanya mengalami penurunan.

KESIMPULAN

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah adanya perbedaan pada sebelum dan sesudah aktivitas akuisisi terhadap kinerja keuangan yang diproyeksikan ke dalam rasio keuangan. Rasio keuangan yang dipakai meliputi *Current Ratio* (CR), *Debt to Asset Ratio* (DAR), *Debt to Equity Ratio* (DER), *Return on Asset* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Net Profit Margin* (NPM). Berdasarkan hasil dari uji hipotesis dapat ditarik kesimpulan dari masing-masing variabel sebagai berikut.

1. Pada variabel *Current Ratio* (CR) mendapatkan taraf signifikansi sebesar 0.205, atau lebih besar dari taraf signikansi sebesar 0.05. Maka dari itu H_1 ditolak, atau dapat disimpulkan bahwa *Current Ratio* (CR) antara sebelum dan sesudah aktivitas akuisisi tidak mengalami perbedaan yang signifikan.
2. Pada variabel *Debt to Asset Ratio* (DAR) mendapatkan taraf signifikansi sebesar 0.587, atau lebih besar dari taraf signikansi sebesar 0.05. Maka dari itu H_2 ditolak, atau dapat disimpulkan bahwa *Debt to Asset Ratio* (DAR) antara sebelum dan sesudah aktivitas akuisisi tidak mengalami perbedaan yang signifikan.
3. Pada variabel *Debt to Equity Ratio* (DER) mendapatkan taraf signifikansi sebesar 0.501, atau lebih besar dari taraf signikansi sebesar 0.05. Maka dari itu H_3 ditolak, atau dapat disimpulkan bahwa *Debt to Equity Ratio* (DER) antara sebelum dan sesudah aktivitas akuisisi tidak mengalami perbedaan yang signifikan.
4. Pada variabel *Return on Asset* (ROA) mendapatkan taraf signifikansi sebesar 0.003 atau lebih kecil dari taraf signikansi sebesar 0.05. Maka dari itu H_4 diterima, atau dapat disimpulkan bahwa *Return to Asset* (ROA) antara sebelum dan sesudah aktivitas akuisisi mengalami perbedaan yang signifikan.

5. Pada variabel *Return on Equity* (ROE) mendapatkan taraf signifikansi sebesar 0.007, atau lebih kecil dari taraf signikansi sebesar 0.05. Maka dari itu H_5 diterima, atau dapat disimpulkan bahwa *Return to Equity* (ROE) antara sebelum dan sesudah aktivitas akuisisi mengalami perbedaan yang signifikan.
6. Pada variabel *Net Profit Margin* (NPM) mendapatkan taraf signifikansi sebesar 0.020, atau lebih kecil dari taraf signikansi sebesar 0.05. Maka dari itu H_6 diterima, atau dapat disimpulkan bahwa *Net Profit Margin* (NPM) antara sebelum dan sesudah aktivitas akuisisi mengalami perbedaan yang signifikan.

Saran

Saran bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk mempertimbangkan penggunaan variabel lain untuk memproyeksikan kinerja keuangan, serta mempertimbangkan penggunaan uji-uji hipotesis yang lain untuk mendukung keakuratan hasil dalam penelitian ini. Kemudian bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk berhati-hati dalam memilih sampel yang tepat dalam melakukan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

References

- Abdullah, M. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Abidin, Z. (2022). *Buku Ajar Manajemen Keuangan Lanjutan*. Pekalongan: Penerbit NEM.
- Amatilah, F. F., Syarief, M. E., & Laksana, B. (2021). Perbandingan Kinerja Keuangan Sebelum dan Sesudah Merger dan Akuisisi pada Perusahaan Non-bank yang Tercatat di BEI Periode 2015. *Indonesian Journal of Economics and Management*, 1(2), 375-385.
- Edi, & Rusadi, S. (2017). ANALISIS PENGUKURAN KINERJA KEUANGAN PASCA MERGER DAN AKUISISI PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BEI. *Jurnal Benefita*, 2(3), 230-242.
- Esterlina, P., & Firdausi, N. N. (2017). Esterlina, P., & Firdausi, N. N. (2017). Analisis kinerja keuangan perusahaan sebelum dan sesudah merger dan akuisisi. *Brawijaya University*.
- Fahmi. (2014). *Manajemen Keuangan Perusahaan dan Pasar Modal*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Gustina, I. (2017). Analisis Kinerja Keuangan Sebelum dan Sesudah Merger dan Akuisisi pada Perusahaan yang Go Public yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 6(1).
- Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kharisma, E. W. (2014). ANALISIS PERBANDINGAN KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN SEBELUM DAN SESUDAH MERGER DAN AKUISISI (Studi pada Perusahaan Pengakuisisi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia, Periode 2006-2009). *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 1-15.
- Laiman, L., & Hatane, S. E. (2017). Analisis Dampak Merger dan Akuisisi Terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Non Keuangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2007 – 2014. *Business Accounting Review*, 5(2), 517-528.
- Moin, A. (2010). *Merger, Akuisisi dan Divestasi*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Payamta, & Setiawan, D. (2005). Analisis Pengaruh Merger dan Akuisisi terhadap Kinerja Perusahaan Publik di Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, 7(3), 256-282.
- Perbandingan Kinerja Keuangan Sebelum dan Sesudah Merger dan Akuisisi pada Perusahaan Non-bank yang Tercatat di BEI Periode 2015. (2021). *Indonesian Journal of Economics and Management*, 1, 375-385.
- Pramono, J. (2014). Analisis rasio keuangan untuk menilai kinerja keuangan pemerintah daerah (Studi Kasus pada pemerintah Kota Surakarta). *Among Makarti*, 7(1), 83-112.
- Rhamadana, R. B., & Triyonowati. (2016). Analisis rasio keuangan untuk menilai kinerja keuangan pada pt. hm sampoerna Tbk. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(7), 1-18.
- Septiana, A. (2019). *Analisis Laporan Keuangan: Konsep Dasar dan Deskripsi Laporan Keuangan* (Vol. 96). Duta Media Publishing.
- Silvia, V. (2020). *Statistika Deskriptif*. Penerbit ANDI.
- Solidayah, W., Sunendiari, S., & Wachidah, L. (2015). Uji Modifikasi Peringkat Bertanda Wilcoxon Untuk Masalah Dua Sampel Berpasangan. *Prosiding Statistika*, 19-26.
- Tarigan, J., Yenawan, S., & Wibisono, G. N. (2017). *Merger & Akuisisi: Perspektif Strategis dan Kondisi Indonesia*. Yogyakarta: Ekuilibria Graha Ilmu.

Tarigan, P. P., & Pratomo, W. A. (2015). Analisis Dampak Merger Dan Akuisisi terhadap Abnormal Return Dan Kinerja Keuangan pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Ekonomi dan Keuangan*, 3(3).

Pengaruh Ekspor, Investasi, Konsumsi Rumah Tangga, dan Pengeluaran Pemerintah terhadap Pertumbuhan Ekonomi Tahun 2012-2021

Riznaky Roosmanita¹⁾, Jhonny Marbun²⁾

¹⁾Politeknik Negeri Jakarta, riznaky.roosmanita.ak18@mhswn.pnj.ac.id, Jl. Prof. Dr. G.A. Siwabessy, Depok

²⁾Politeknik Negeri Jakarta, jhonny.marbun@akuntansi.pnj.ac.id, Jl. Prof. Dr. G.A. Siwabessy, Depok

ABSTRACT

Economic growth is an indicator to measure the progress of a country success. There are many factors that can affect economic growth including export, investment, household consumption, and government expenditure. This study aims to analyze the effect of export, investment, household consumption and government expenditure on Indonesia's economic growth in 2012-2021. The type of data used is secondary data obtained from the website of National Statistics Agency, the Investment Coordinating Board, and the Ministry of Finance. The analytical method used is multiple regression analysis with a significance level 5%. The result of this study indicate that partially export have a significant positive effect on economic growth, investment has a significant positive effect on economic growth, household consumption has a significant positive effect on economic growth, and government expenditure has a significant positive effect on economic growth. Then simultaneously it shows that export, investment, household consumption, and government expenditure have a significant effect on economic growth by 96,1 % while the remaining 3,9% is influenced by other factors outside of this study model

Keywords: *Export, Investment, Household Consumption, Government Expenditure, and Economic Growth.*

ABSTRAK

Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator untuk mengukur kemajuan keberhasilan suatu negara. Terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi diantaranya yaitu ekspor, investasi, konsumsi rumah tangga, dan pengeluaran pemerintah terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2012-2021. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Nasional, Badan Koordinasi Penanaman Modal, dan Kementerian Keuangan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan tingkat signifikansi 5%. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial ekspor berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi, investasi berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi, konsumsi rumah tangga berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi, dan pengeluaran pemerintah berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi. Lalu secara simultan menunjukkan bahwa ekspor, investasi, konsumsi rumah tangga, dan pengeluaran pemerintah berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi sebesar 96,1% sedangkan sisanya 3,9% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

¹ Corresponding author. E-mail: riznaky.roosmanita.ak18@mhswn.pnj.ac.id

Kata Kunci: Ekspor, Investasi, Konsumsi Rumah Tangga, Pengeluaran Pemerintah Ekonomi.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada umumnya negara berkembang memiliki fokus pada pertumbuhan ekonomi untuk mewujudkan pembangunan ekonomi negara. Pertumbuhan ekonomi merupakan tolak ukur keberhasilan kemajuan pembangunan suatu negara. Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator keberhasilan pembangunan perekonomian. Kemajuan suatu perekonomian ditentukan oleh besarnya *output* yang dihasilkan dari pertumbuhan ekonomi. Perkembangan perekonomian suatu negara tidak lepas dari lingkungan ekonomi global. Hubungan ekonomi antar negara menjadi faktor penting yang berpengaruh terhadap perkembangan ekonomi di setiap negara. Kondisi ini dapat menimbulkan daya saing sebagai salah satu faktor yang menentukan dalam kompetisi antar negara agar terbuka perekonomian dunia, (Ismadiyanti Purwaning Astuti, 2018). Salah satu cara untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dengan meningkatkan ekspor. Menurut (Ginting, 2017) menyatakan bahwa peningkatan ekspor dilakukan oleh negara berkembang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi. Pemerintah melakukan berbagai langkah untuk meningkatkan ekspor seperti memperluas pasar ekspor berbagai negara serta memberikan kemudahan dalam perizinan ekspor yang menyebabkan terjadinya pertumbuhan ekonomi serta menjadikan peluang untuk menghasilkan produksi barang dan jasa agar terciptanya lapangan pekerjaan sehingga mendorong pertumbuhan ekonomi. Kegiatan ekspor mempunyai peranan penting bagi pertumbuhan perekonomian. Pada sebuah negara mempunyai keunggulan sebuah produk yang tidak dapat dihasilkan oleh negara lain maka menjadi sebuah keunggulan untuk negara tersebut untuk dapat mengekspor barang yang tidak dapat dihasilkan oleh negara lain.

Hal tersebut akan mampu menambah devisa bagi dalam negeri yang akan digunakan sebagai pembayaran utang luar negeri yang akan digunakan sebagai pembayaran utang luar negeri yang jumlahnya sangat besar dan devisa yang didapat dari hasil ekspor dimanfaatkan untuk mengimpor bahan baku dan barang modal yang tidak dapat diproduksi di dalam negeri dan diharapkan mampu mendorong pertumbuhan ekonomi dalam negeri (Saputra, 2019).

Selain Ekspor, Menurut Teori Harrod Domar menganalisis persyaratan yang dibutuhkan suatu negara agar perekonomian tumbuh dan berkembang dalam jangka panjang serta memiliki peranan penting dalam pembentukan investasi. Investasi dianggap sebagai faktor penting dalam perekonomian karena investasi memiliki 2 peran untuk mempengaruhi perekonomian yaitu pendapatan dan penyerapan tenaga kerja. Investasi yang memadai akan berdampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi secara umum semakin banyak modal yang tersedia, semakin banyak investor menanamkan modal maka meningkatkan produksi apabila produksi meningkat maka pendapatan yang dibayarkan kepada negara akan meningkat. Selain ekspor dan investasi, konsumsi rumah tangga mempengaruhi pertumbuhan ekonomi.

Konsumsi rumah tangga merupakan pengeluaran yang dikeluarkan oleh rumah tangga atau masyarakat untuk memperoleh barang atau jasa pada periode tertentu dengan tujuan memenuhi kebutuhan. Semakin banyak memperoleh barang dan jasa dalam periode tertentu maka roda perekonomian akan semakin baik. Konsumsi rumah tangga memiliki peranan penting dalam perekonomian negara, semakin tinggi konsumsi rumah tangga akan mendorong pertumbuhan ekonomi.

Pengeluaran pemerintah merupakan salah satu dampak terhadap pertumbuhan ekonomi, peran pemerintah merupakan pelaku ekonomi yang sangat penting dalam perekonomian. Hal yang dilakukan pemerintah dalam menjalankan perannya adalah dengan melakukan regulasi perekonomian yang mendukung pelaksanaan kebijakan fiskal melalui penyusunan anggaran dan belanja negara yang memiliki peranan penting dalam meningkatkan laju pertumbuhan ekonomi.

Apabila perekonomian mengalami kelesuan pemerintah dapat menggunakan instrumen kebijakan fiskal untuk menyelamatkan perekonomian. Dalam hal ini pengeluaran pemerintah diperuntukan untuk kesejahteraan masyarakat untuk mendorong pendapatan perkapita serta memiliki kaitan erat dengan pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi adalah proses ekonomi yang menyebabkan peningkatan barang dan jasa serta meningkatnya kekayaan suatu negara. Pertumbuhan ekonomi terjadi apabila permintaan barang tinggi maka perekonomian suatu negara akan naik. Hal ini dapat meningkatkan kemakmuran kesejahteraan masyarakat (Ardiansyah, 2017). Masalah pertumbuhan ekonomi merupakan masalah jangka panjang, Ketika faktor produksi mengalami peningkatan kuantitas dan kualitas, maka kemampuan negara untuk memproduksi barang dan jasa meningkat dari suatu periode ke periode lainnya. Pertumbuhan ekonomi merupakan kunci dari tujuan ekonomi makro. Ada 3 hal mendasari Pertama, penduduk yang terus bertambah. Kedua, kebutuhan dan keinginan selalu tidak terbatas. Ketiga, pemerataan pertumbuhan ekonomi melalui pendapatan akan lebih mudah dicapai dalam pertumbuhan ekonomi yang tinggi. Pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan berkelanjutan merupakan syarat utama bagi keberlangsungan pembangunan ekonomi. Data Produk Domestik Bruto memberikan indikator keadaan perekonomian suatu negara selama periode waktu tertentu. Nilai PDB menguraikan kemampuan negara untuk mengelola serta memanfaatkan sumber daya yang tersedia.

Dampak global pada tahun 2012 yang dialami oleh setiap negara di dunia akibat krisis ekonomi di eropa membuat perekonomian setiap negara memiliki kekhawatiran termasuk Indonesia. Menurut Menko Hatta Rajasa perekonomian Indonesia harus memiliki terobosan baru untuk menyelamatkan perekonomian nasional. Ditengah krisis perekonomian global Indonesia harus ditopang dengan faktor-faktor yang menjadi kekuatan perekonomian. Faktor-faktor perekonomian didukung dengan permintaan domestik yang tetap stabil, investasi, ekspor dan pengeluaran pemerintah. Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti bagaimana pilar-pilar ekonomi yang menjadi faktor pendorong pertumbuhan ekonomi khususnya ekspor, investasi, konsumsi rumah tangga, dan pengeluaran pemerintah terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia selama sepuluh tahun.

Berdasarkan Fenomena diatas sesuai hasil penelitian oleh Ari Muliarta Ginting (2017) dengan judul penelitian “Analisis Pengaruh Ekspor Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Periode 2011-2015” menyatakan hasil penelitian bahwa ekspor memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Asnawi dan Maria Fernanda (2018) dengan judul penelitian “Pengaruh Ekspor Minyak Mentah dan Inflasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia Periode 1996-2016” menyatakan hasil penelitian bahwa variabel ekspor minyak mentah tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Sehingga sampai saat ini terdapat silang pendapat terhadap variabel ekspor. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Firdaus Jufrida (2016) dengan judul penelitian “Analisis Pengaruh Investasi Asing Langsung dan Investasi Dalam Negeri Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia” menyatakan hasil penelitian bahwa investasi asing maupun investasi dalam negeri berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Padli (2017) dengan judul penelitian “Pengaruh Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga, Investasi Swasta dan Belanja Langsung Pemerintah Daerah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Lombok Timur 2001-2017” menyatakan hasil penelitian bahwa variabel investasi swasta tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Sehingga sampai saat ini terdapat silang pendapat terhadap variabel investasi. Lalu penelitian dilakukan oleh Rasnino (2020) dengan judul penelitian “Pengaruh Angka Harapan Hidup, Rata-rata Lama

Sekolah dan Konsumsi Rumah Tangga di Kabupaten/Kota Provinsi Lampung Tahun 2014-2019” menyatakan hasil penelitian bahwa variabel konsumsi rumah tangga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Fitri (2021) dengan judul penelitian “Pengaruh Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga, Pengeluaran Pemerintah Terhadap Variabel Penyerapan Tenaga Kerja Serta Pertumbuhan Ekonomi Bali” menyatakan bahwa variabel konsumsi rumah tangga tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi. Hal ini terdapat silang pendapat terhadap variabel konsumsi rumah tangga serta penelitian terdahulu masih menggunakan lingkup kota/ kabupaten dan provinsi saja sehingga variabel ini diuji kembali dengan lingkup nasional. Lalu pengeluaran pemerintah memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi sesuai penelitian yang dilakukan oleh Pagiuk (2017) dengan judul penelitian “Pengaruh Investasi dan Pengeluaran Pemerintah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Jambi (Studi tahun 2012-2015)” menyatakan hasil penelitian bahwa variabel pengeluaran pemerintah berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Fitri (2021) dengan judul penelitian “Pengaruh Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga, Pengeluaran Pemerintah Terhadap Variabel Penyerapan Tenaga Kerja Serta Pertumbuhan Ekonomi Bali” menyatakan bahwa variabel pengeluaran pemerintah tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi. Hal ini terdapat silang pendapat terhadap variabel pengeluaran pemerintah serta penelitian terdahulu masih menggunakan lingkup provinsi maka variabel ini diuji dengan menggunakan lingkup nasional. Pada objek penelitian penulis memilih lingkup kajian yaitu perekonomian Indonesia guna untuk mengetahui fenomena pertumbuhan ekonomi Indonesia yang mengalami fluktuatif 10 tahun. Oleh karena itu, dengan adanya alasan tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Ekspor, Investasi, Konsumsi Rumah Tangga, dan Pengeluaran Pemerintah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Tahun 2012-2021”**.

Permasalahan

Dalam hal ini pemerintah berusaha untuk mengoptimalkan kinerja ekspor untuk mendorong peningkatan pertumbuhan ekonomi dengan cara meningkatkan produksi barang agar terbuka lapangan pekerjaan, mempermudah izin ekspor dan memperluas pasar tujuan ekspor ke berbagai negara. Selain itu, pemerintah memperbaiki iklim investasi di Indonesia agar dapat menarik para investor. Oleh perbaikan yang dilakukan oleh pemerintah dalam meningkatkan ekspor dan investasi maka pada penelitian ini akan meneliti kembali variabel tersebut. Selain itu, pada penelitian ini menambahkan variabel konsumsi rumah tangga dan pengeluaran pemerintah. Penambahan tersebut dilakukan karena pada penelitian sebelumnya hanya meneliti dalam ruang lingkup provinsi saja.

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang, maka rumusan masalah yang akan diteliti pada penelitian ini adalah:

1. Apakah ekspor berpengaruh secara parsial terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2012-2021?
2. Apakah investasi berpengaruh secara parsial terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2012-2021?
3. Apakah konsumsi rumah tangga berpengaruh secara parsial terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2012-2021?
4. Apakah pengeluaran pemerintah berpengaruh secara parsial terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2012-2021?

5. Apakah ekspor, investasi, konsumsi rumah tangga, dan pengeluaran pemerintah berpengaruh secara simultan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2012-2021?

Tujuan

Merujuk pada permasalahan dan pertanyaan penelitian, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menganalisis pengaruh ekspor secara parsial terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2012-2021
2. Untuk menganalisis pengaruh investasi secara parsial terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2012-2021
3. Untuk menganalisis pengaruh konsumsi rumah tangga secara parsial terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2012-2021
4. Untuk menganalisis pengaruh pengeluaran pemerintah secara parsial terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2012-2021
5. Untuk menganalisis pengaruh ekspor, investasi, konsumsi rumah tangga, dan pengeluaran pemerintah secara simultan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2012-2021

TINJAUAN PUSATAKA

Ekspor

Ekspor adalah proses pengangkutan barang atau komoditas dari suatu negara ke negara lain. Proses ini sering digunakan oleh usaha bisnis kecil hingga menengah sebagai strategi untuk utama bersaing dalam pasar internasional. Strategi ekspor digunakan karena memiliki risiko lebih rendah, lebih kecil dan lebih mudah dibandingkan dengan strategi lainnya. Alasan setiap negara memacu kegiatan ekspor adalah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi. (Jhingan, 2016).

Investasi

Penanaman Modal di Indonesia diatur dengan Undang-Undang Nomor 25 tahun 2017 tentang Penanaman Modal. Dalam Undang-Undang ini yang dimaksud dengan Penanaman Modal Asing adalah kegiatan menanam modal untuk melakukan usaha di wilayah Republik Indonesia yang dilakukan oleh penanam modal asing, baik menggunakan modal asing sepenuhnya maupun yang berpatungan dengan penanam modal dalam negeri

Konsumsi Rumah Tangga

Konsep konsumsi merupakan pembelanjaan yang dilakukan oleh rumah tangga atas barang dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan. Menurut Keynes menyebutkan bahwa konsumsi merupakan fungsi pendapatan. Apabila pendapatan naik maka konsumsi akan naik teori ini sejalan dengan Hukum Engel yaitu semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar konsumsi.

Pengeluaran Pemerintah

Pengeluaran pemerintah merupakan salah satu bagian dari kebijakan fiskal yakni suatu tindakan untuk mengatur jalannya perekonomian dengan cara menentukan besarnya penerimaan dan pengeluaran pemerintah setiap tahunnya yang dapat dipantau dari APBN (Anggaran Pendapatan Belanja Negara) dan APBD (Anggaran Pendapatan Belanja Daerah). (Zahari, 2017).

Pertumbuhan Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi merupakan masalah perekonomian jangka panjang. Hal ini ditunjukkan melalui pendapatan nasional semakin meningkat pendapatan nasional suatu negara maka semakin meningkat pula pertumbuhan ekonomi (Firdausy 2018).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode dokumentasi dan studi Pustaka. Dalam penelitian ini menggunakan jenis data sekunder yang diperoleh dari website Badan Pusat Statistik, Badan Koordinasi Penanaman Modal, dan Kementerian Keuangan.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah data nett ekspor, investasi, data anggaran belanja negara dan data produk domestik bruto secara triwulan.

Model analisis data yang digunakan adalah data analisis regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 26. Uji yang digunakan uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan uji determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0
	Std. Deviation	108695,3669522
Most Extreme Differences	Absolute	0,106
	Positive	0,106
	Negative	-0,73
Test Statistic		0,104
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: output SPSS versi 26

Berdasarkan tabel diatas hasil dari uji *One Sample K-S Test* dapat dilihat (Asymp. Sig. 2-tailed) menunjukkan angka 0,200. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi berdistribusi normal karena hasil signifikansi $> 0,05$ sehingga model regresi dalam penelitian ini dapat dilanjutkan untuk melakukan pengujian selanjutnya.

2. Uji Multikolinieritas

Tabel 2. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Ekspor (X1)	0,327	3,060
	Investasi (X2)	0,409	2,447
	Konsumsi Rumah Tangga (X3)	0,265	3,375
	Pengeluaran Pemerintah (X4)	0,727	3,375
a. Dependent Variable: Pertumbuhan Ekonomi (Y)			

Sumber: output SPSS versi 26

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* variabel ekspor 0,327 lalu variabel investasi 0,409, variabel konsumsi rumah tangga 0,265 dan variabel pengeluaran pemerintah 0,727 maka dari hasil ketiga variabel dengan nilai *tolerance* diatas 0,10. Selanjutnya nilai VIF variabel ekspor 3,606 lalu variabel investasi 2,447, variabel konsumsi rumah tangga 3,771 dan variabel pengeluaran pemerintah 3,375 maka dari hasil ketiga variabel dibawah 10. Dengan demikian disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinearitas.

3. Autokorelasi

Tabel 3. Hasil Uji Autokorelasi

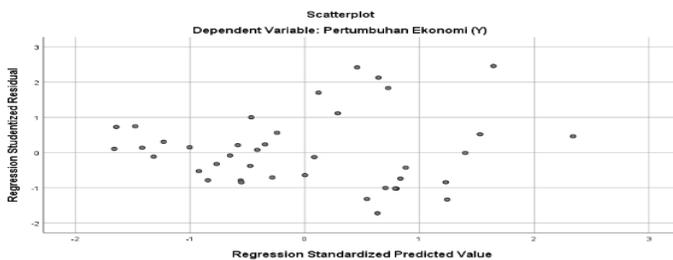
Model	Durbin-Watson
1	1,041 ^a
a. Predictors: (Constant), Pengeluaran Pemerintah (X3), Ekspor (X1), Investasi (X2)	
b. Dependet Variable: Pertumbuhan Ekonomi (Y)	

Sumber: output SPSS versi 26

Berdasarkan tabel diatas hasil uji autokorelasi, diperoleh nilai Durbin-Watson sebesar 1,041. Syarat tidak terjadi autokorelasi adalah nilai Durbin-Watson berada di antara -2 sampai 2. Hasil dari uji ini menunjukkan nilai $-2 < 1,041 < 2$, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini terbebas dari autokorelasi.

4. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: output SPSS versi 26

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola ataupun menumpuk diatas dan dibawah titik 0 pada sumbu Y. maka dapat disimpulkan bahwa uji heteroskedastisitas menggunakan *scatterplot* pada model regresi yang terbentuk dinyatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis

No	Hipotesis	Status	Keputusan
1	H1: Ekspor berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi	t (hitung) 3.296 > 2.030 t (tabel)	H1 diterima
2	H2: Investasi berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi	t (hitung) 2.972 > 2.030 t (tabel)	H2 diterima

3	H3: Konsumsi rumah tangga berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi	t (hitung) 7.003 > 2.030 t (tabel)	H3 diterima
4	H4: Pengeluaran pemerintah berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi	t (hitung) 2.919 > 2.030 t (tabel)	H4 diterima
5	H5: Ekspor, Investasi, Konsumsi Rumah Tangga, dan Pengeluaran Pemerintah terhadap pertumbuhan ekonomi.	t (hitung) 100915 > 2.63 t (tabel)	H5 diterima

Sumber: output SPSS versi 26

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	1196633,154	149532,570
	Ekspor (X1)	0,333	0,332
	Investasi (X2)	5,201	0,051
	Konsumsi Rumah Tangga (X3)	5,681	0,097
	Pengeluaran Pemerintah (X4)	2,432	0,025

Sumber: output SPSS versi 26

Berdasarkan tabel diatas hasil uji regresi linier berganda diatas, maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dapat dirumuskan persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = 1196633,154 + 1,093 X_1 + 5,201 X_2 + 5,681 X_3 + 2,423 X_4$$

Keterangan:

1. Nilai konstanta atau nilai tetap pada persamaan diatas adalah 1196633,154. Angka tersebut menunjukkan besaran nilai pertumbuhan ekonomi apabila ekspor, investasi, konsumsi rumah tangga, dan pengeluaran pemerintah dianggap nol atau tidak mengalami perubahan, maka besaran tingkat pertumbuhan ekonomi sebesar 1196633,154 miliar rupiah.
2. Nilai koefisien variabel Ekspor (X_1) sebesar 1,093. Artinya apabila ekspor mengalami kenaikan sebesar satu persen maka Pertumbuhan Ekonomi akan meningkat sebesar 1,093 miliar rupiah dengan asumsi lain dianggap konstan.
3. Nilai koefisien Investasi (X_2) sebesar 5,201. Artinya apabila Investasi mengalami kenaikan sebesar satu persen maka Pertumbuhan Ekonomi akan meningkat sebesar 5,201 miliar rupiah dengan asumsi lain dianggap konstan.
4. Nilai koefisien Konsumsi Rumah Tangga (X_3) sebesar 5,681. Artinya apabila mengalami kenaikan sebesar satu persen maka Pertumbuhan Ekonomi akan meningkat sebesar 5,681 miliar rupiah dengan asumsi lain dianggap konstan
5. Nilai koefisien Pengeluaran Pemerintah (X_4) sebesar 2,423. Artinya apabila mengalami kenaikan satu persen maka Pertumbuhan Ekonomi akan meningkat sebesar 2,423 miliar rupiah dengan asumsi lain dianggap konstan.

Uji Koefisien Determinasi R^2

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,970	0,962	0,961	114738,53868
a. Predictors: (Constant), Pengeluaran Pemerintah (X4), Investasi (X2), Ekspor (X1), Konsumsi Rumah Tangga (X3)				
b. Dependent Variable: Pertumbuhan Ekonomi (Y)				

Sumber: output SPSS versi 26

Dari tabel di atas merupakan hasil dari uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah nilai R^2 yang disesuaikan, nilai *Adjusted R Square* pada tabel di atas sebesar 0,961 artinya bahwa variabel independen yang terdiri atas Ekspor (X^1), Investasi (X^2), Konsumsi Rumah Tangga (X^3), dan Pengeluaran Pemerintah (X^4) secara simultan mampu menjelaskan perubahan yang terjadi terhadap Pertumbuhan Ekonomi sebesar 96,1%. Sisanya sebesar 3,9% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Ekspor Terhadap Pertumbuhan Ekonomi

Hasil penelitian yang dilakukan pada penelitian ini dihipotesis pertama (H_1) menyatakan bahwa ekspor berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pertumbuhan Ekonomi. Oleh karena itu hipotesis awal (H_1) menyatakan bahwa Ekspor berpengaruh terhadap Pertumbuhan Ekonomi diterima. Hubungan yang terjadi antara Ekspor dan Pertumbuhan Ekonomi adalah positif yaitu ketika Ekspor mengalami kenaikan maka Pertumbuhan Ekonomi juga mengalami kenaikan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ginting (2017) dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa Ekspor berpengaruh signifikan terhadap Pertumbuhan Ekonomi karena semakin besar nilai ekspor maka akan diikuti semakin meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Bahkan hasil analisis ECM menunjukkan bahwa baik dalam jangka panjang maupun jangka pendek ekspor memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi.

Pengaruh Investasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi

Hasil penelitian yang dilakukan pada penelitian ini dihipotesis kedua (H_2) menyatakan bahwa Investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pertumbuhan Ekonomi. Oleh karena itu hipotesis awal (H_2) menyatakan bahwa Investasi berpengaruh terhadap Pertumbuhan Ekonomi diterima. Hubungan yang terjadi antara Investasi dan Pertumbuhan Ekonomi adalah positif yaitu ketika Investasi mengalami kenaikan maka Pertumbuhan Ekonomi juga mengalami kenaikan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pagiuk (2017) menyatakan bahwa investasi berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi karena semakin banyak investasi akan mendorong tingkat pertumbuhan ekonomi melalui pembukaan lapangan pekerjaan, teknologi semakin maju dan ilmu pengetahuan.

Pengaruh Konsumsi Rumah Tangga Terhadap Pertumbuhan Ekonomi

Hasil penelitian yang dilakukan pada penelitian ini dihipotesis ketiga (H_3) menyatakan bahwa Konsumsi Rumah Tangga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pertumbuhan Ekonomi. Oleh karena itu hipotesis awal (H_3) menyatakan bahwa Konsumsi Rumah Tangga berpengaruh terhadap Pertumbuhan Ekonomi diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cass Alexander Rasnino, Didi Nuryadin dan Sri Suharsih (2020) menyatakan bahwa konsumsi rumah tangga berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi. Namun hasil uji ini tidak sejalan dengan penelitian Padli, Hailuddin dan Wahyunadi (2017) yang menyatakan bahwa konsumsi rumah tangga tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi.

Pengaruh Pengeluaran Pemerintah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi

Hasil penelitian yang dilakukan pada penelitian ini dihipotesis keempat (H_4) menyatakan bahwa Pengeluaran Pemerintah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pertumbuhan Ekonomi. Oleh karena itu hipotesis awal (H_4) menyatakan bahwa Pengeluaran Pemerintah berpengaruh terhadap Pertumbuhan Ekonomi diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dilakukan oleh Pagiuk (2017) dan M. Zahari MS (2017) menyatakan bahwa Pengeluaran Pemerintah berpengaruh positif terhadap Pertumbuhan Ekonomi karena semakin banyak pengeluaran pemerintah akan mendorong tingkat pertumbuhan ekonomi melalui pos-pos belanja APBN seperti meningkatkan infrastruktur dan pembangunan fasilitas untuk menunjang pertumbuhan ekonomi negara.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh Ekspor, Investasi, Konsumsi Rumah Tangga, dan Pengeluaran Pemerintah terhadap Pertumbuhan Ekonomi tahun 2012-2021 berikut merupakan kesimpulan:

1. Dari hasil uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini secara parsial variabel ekspor berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2012-2021. Variabel ekspor memiliki hubungan positif terhadap pertumbuhan ekonomi menyatakan bahwa semakin meningkatnya ekspor maka akan meningkatnya pertumbuhan ekonomi. dapat dinyatakan hipotesis pertama diajukan diterima.
2. Dari hasil uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini secara parsial variabel investasi berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2012-2021. Variabel

investasi memiliki hubungan positif terhadap pertumbuhan ekonomi menyatakan bahwa semakin meningkatnya investasi maka akan meningkatnya pertumbuhan ekonomi. dapat dinyatakan hipotesis kedua diajukan diterima.

3. Dari hasil uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini secara parsial variabel konsumsi rumah tangga berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2012-2021. Variabel rumah tangga memiliki hubungan positif terhadap pertumbuhan ekonomi menyatakan bahwa semakin meningkatnya konsumsi rumah tangga maka akan meningkatnya pertumbuhan ekonomi. dapat dinyatakan hipotesis ketiga diajukan diterima.
4. Dari hasil uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini secara parsial variabel pengeluaran berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2012-2021. Variabel pengeluaran pemerintah memiliki hubungan positif terhadap pertumbuhan ekonomi menyatakan bahwa semakin meningkatnya pengeluaran pemerintah maka akan meningkatnya pertumbuhan ekonomi. dapat dinyatakan hipotesis keempat diajukan diterima.
5. Dari hasil uji simultan menyatakan bahwa variabel ekspor, investasi, konsumsi rumah tangga, dan pengeluaran pemerintah berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2012-2021.

KETERBATASAN

Penelitian yang dilakukan saat ini masih memiliki kekurangan dan keterbatasan, diantaranya:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi pada penelitian ini hanya terdiri dari: Ekspor, Investasi, Konsumsi Rumah Tangga, dan Pengeluaran Pemerintah banyak faktor lain dari Pertumbuhan Ekonomi.
2. Penelitian ini menggunakan data triwulan dari masing-masing variabel.

DAFTAR PUSTAKA

- Anak Agung Fitri Martaningsih D, A. M. (2021). Pengaruh Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga, Pengeluaran Pemerintah Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Serta Pertumbuhan Ekonomi Bali. *E-Jurnal EP*.
- Anonim. (2022, Februari 16). *Infrastruktur dan Korupsi, Hambatan Utama Ekonomi Tahun 2012*. Retrieved from Voa Indonesia: <https://www.voaindonesia.com/a/infrastruktur-dan-korupsi-hambatan-utama-ekonomi-indonesia-136529318/102893.html>
- Anonim. (2022, Februari 16). *Laporan Perekonomian Indonesia Tahun 2012*. Retrieved from Bank Indonesia: https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/Pages/LPI_2012
- Anonim. (2022, Juni 26). *PDB Triwulanan Atas Dasar Harga Berlaku menurut Pengeluaran (Milyar Rupiah), 2012*. Retrieved from [pdb-triwulanan-atas-dasar-harga-berlaku-menurut-pengeluaran](https://www.bps.go.id/indicator/169/1955/11/-seri-2010-1-pdb-triwulanan-atas-dasar-harga-berlaku-menurut-pengeluaran.html): <https://www.bps.go.id/indicator/169/1955/11/-seri-2010-1-pdb-triwulanan-atas-dasar-harga-berlaku-menurut-pengeluaran.html>
- Ardiansyah, H. (2017). Pengaruh Inflasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Pendidikan Volume 5 Nomor 3*.
- Asnawi, M. F. (2018). Pengaruh Ekspor Minyak Mentah dan Inflasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia 1996-2016. *Jurnal Ekonomika Indonesia Vol 2*.
- Cass Alexander Rasnino, D. N. (2022). Pengaruh Angka Harapan Hidup, Rata-Rata Lama Sekolah, dan Konsumsi Rumah Tangga Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten/Kota Provinsi Lampung Tahun 2014-2019. *Jurnal Impresi Indonesia*.

- Firdaus Jufrida, M. N. (Maret, 2016). Analisis Pengaruh Investasi Asing Langsung dan Investasi Dalam Negeri Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Prespektif Ekonomo Darussalam Vol 2 Nomor 1*.
- Firdausy, C. M. (2018). *Kebijakan dan strategi peningkatan pendapatan asli daerah dalam pembangunan nasional*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Ginting, A. M. (2017). Analisis Pengaruh Ekspor Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Periode Tahun 2001-2015. *Jurnal Buletin Ilmiah Pedangan, Vol 11, No.1 Terindeks Sinta 2*.
- I Dewa Made Bayu Saputra, W. E. (2019). Analisis Determinan Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Nusa Tenggara Barat 2014-2018. *Jurnal Ekonomi Pmebangunan*.
- Ismadiyanti Purwaning Astuti, F. J. (2018). PENGARUH EKSPOR DAN IMPOR TERHADAP PERTUMBUHAN. *Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan Vol 19 Nomor 1*.
- Jhingan. (2016). *Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- M. Razak, M. J. (2017). Pengaruh Ekspor Migas dan Non Migas Terhadap Produk Domestik Bruto Indonesia. *AKMEN Jurnal Ilmiah Vol.11 No.22*.
- Padli, H. W. (2017). Pengaruh Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga, Investasi Swasta, an Belanja Langsung Pemerintah Daerah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Lombok Timur 2001-2017. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Methodist*.
- Sukirno, S. (2017). *Teori-Teori Pertumbuhan Ekonomi*. Yogyakarta: Jakarta: Rajawali Pers.

KEMUDAHAN INFORMASI, KECEPATAN LAYANAN DAN KUALITAS LABA PERUSAHAAN BERPENGARUH TERHADAP MINAT MAHASISWA DALAM INVESTASI SAHAM PADA PERUSAHAAN E-IPO

Adelia¹⁾

(adelia.aa18@mhs.w.pnj.ac.id),

Endang Purwaningrum²⁾

(endang.purwaningrum@akuntansi.pnj.ac.id)

Program Studi Manajemen Keuangan, Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

This study is a quantitative study that aims to describe the effect of ease of information, speed of service and quality of company profits on the investment interest of students majoring in accounting at the Jakarta State Polytechnic in investing in shares in E-IPO companies. The population in this study amounted to 288 with a sample of 74 respondents, the sampling method in this study used the slovin formula. The results show that partially there is a significant effect between the ease of information on student investment interest in E-IPO companies, secondly there is no significant effect between service speed on student investment interest in E-IPO companies, third there is a significant influence between the quality of company earnings on interest invest students in E-IPO companies. Simultaneously there is a significant influence between the ease of information, speed of service and quality of company profits on student investment interest in E-IPO companies.

Keywords: *Ease of Information, Speed of Service, Quality of Company Profits, Investment Interest, E-IPO Companies*

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan pengaruh kemudahan informasi, kecepatan layanan dan kualitas laba perusahaan terhadap minat berinvestasi mahasiswa jurusan akuntansi Politeknik Negeri Jakarta dalam berinvestasi saham pada perusahaan E-IPO. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 288 dengan sampel 74 responden, metode sampling dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin. Hasil penelitian menunjukkan, secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara kemudahan informasi terhadap minat berinvestasi mahasiswa pada perusahaan E-IPO, kedua tidak terdapat pengaruh signifikan antara kecepatan layanan terhadap minat berinvestasi mahasiswa pada perusahaan E-IPO, ketiga terdapat pengaruh signifikan antara kualitas laba perusahaan terhadap minat berinvestasi mahasiswa pada perusahaan E-IPO. Secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara kemudahan informasi, kecepatan layanan dan kualitas laba perusahaan terhadap minat berinvestasi mahasiswa pada perusahaan E-IPO.

Kata-Kata Kunci: Kemudahan Informasi, Kecepatan Layanan, Kualitas Laba Perusahaan, Minat Berinvestasi, Perusahaan E-IPO

¹ Corresponding author. E-mail: adelia.aa18@mhs.w.pnj.ac.id

1. Pendahuluan

Latar Belakang

Berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 41/POJK.04/2020 tentang Pelaksanaan Kegiatan Penawaran Umum Efek Bersifat Ekuitas, Efek Bersifat Utang, dan/atau Sukuk Secara Elektronik tertanggal 2 Juli 2020 meresmikan pembukaan E-IPO di Indonesia. Bentuk investasi ini adalah salah satu cara yang mudah diakses secara meluas oleh masyarakat. Salah satu purpose dan whises oleh manusia modern yakni bisa hidup dengan finansial yang kuat dan mandiri atau sering disebut passive income. Terdapat beberapa langkah untuk merealisasikan hal itu yang mana salah satunya adalah menjadi partisipan investasi. Berinvestasi dalam sector finansial merupakan bentuk aktivitas penanaman modal yang bervisi pada mendapatkan profit, hal ini tergolong masih asing bagi mayoritas orang Indonesia disbanding dengan negara lain khususnya adalah negara-negara maju seperti di besar negara di Eropa. Antusias mayarakat Indonesia tergolong masih rendah dalam melakukan investasi, hal ini disebabkan sulitnya akses informasi dan layanan yang sulit untuk dimengerti di kalangan masyarakat mengenai investasi di pasar modal (Hidayati, 2017, p.227).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Tito (2015) investasi dalam bidang saham negara ini terbilang minim, hal ini diperkuat oleh data yang diterbitkan 2 Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) tercatat, per 17 Desember 2021 jumlah investor saham di Indonesia di angka 7,3 juta orang, angka ini terbilang rendah jika dibandingkan dengan populasi yang ada di Indonesia. Kemudahan informasi didefinisikan sebagai suatu tolak ukur yang memfokuskan pada keluaran yang dihasilkan oleh sistem, juga nilai dari keluaran bagi para pengguna (Riyadi, 2020, p.4). Sedangkan fast service ialah aktifitas atau tindakan yang bisa diterapkan untuk dalam sebuah penawaran dari pihak satu dengan pihak lain sejatinya tidak menimbulkan kepemilikan apapun. Inti dalam kualitas pelayanan bertitik pada realitas yang ditentukan oleh para konsumen. Intensitas pelayanan yang terbungkus dengan strategi yang efektif, sistem pelayanan yang jelas dan terstruktur serta kompetensi sumber daya manusia juga konsumen bakal menjadi titik penentu pada keberhasilan suatu manajemen perusahaan. Oleh karena itu perlu menerapkan strategi untuk membentuk kualitas pelayanan yang terbaik (Rudi,2021, p.1924).

Hadirnya E-IPO diharapkan dapat membantu mengembangkan dan menarik minat investasi saham di Indonesia, khususnya di kalangan milenial dalam berinvestasi saham, tak terkecuali bagi kalangan mahasiswa. E-IPO Istilah E-IPO dalam ketentuan umum Pasal 1 angka 1 Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 41/POJK.04/2020 Pelaksanaan Kegiatan Penawaran Umum Efek Bersifat Ekuitas, Efek Bersifat Utang, dan/atau Sukuk. Secara Elektronik disebut sebagai penawaran umum yakni aktivitas penawaran efek oleh pihak utama penerbit saham guna melelang efek kepada masyarakat yang berlandaskan regulasi yang telah 3 tersedia dalam Undang-Undang pasar modal beserta teknisnya. Dengan hadirnya E-IPO memberikan akses kemudahan dalam berinvestasi saham dan menarik minat kalangan mahasiswa dalam berinvestasi saham. Salah satunya pada Uninvestasi Politeknik Negeri Jakarta (PNJ), berdasarkan pengamatan Penulis mahasiswa PNJ dinaungi dan diberi akses kemudahan dan bekerja sama dalam investasi saham, baik secara konvensional maupun digital.

Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian ini yang hendak dicapai oleh Penulis, diuraikan sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan pengaruh kemudahan informasi terhadap minat mahasiswa Akuntansi Politknik Negeri Jakarta dalam Dalam Investasi Saham Pada Perusahaan E-IPO.
2. Untuk mendeskripsikan pengaruh kecepatan layanan terhadap minat mahasiswa Akuntansi Politknik Negeri Jakarta dalam Dalam Investasi Saham Pada Perusahaan E-IPO.

3. Untuk mendeskripsikan pengaruh kualitas laba perusahaan terhadap minat mahasiswa Akuntansi Politknik Negeri Jakarta dalam Dalam Investasi Saham Pada Perusahaan E-IPO.
4. Untuk mendeskripsikan pengaruh kemudahan informasi, kecepatan layanan dan kualitas laba terhadap minat mahasiswa jurusan Akuntansi Politknik Negeri Jakarta dalam Dalam Investasi Saham Pada Perusahaan E-IPO.
5. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan implikasi dari hasil penelitian terhadap responden, perusahaan yang melakukan IPO dan BEI serta perusahaan sekuritas

2. Tinjauan Pustaka

Kemudahan Informasi

Kemudahan informasi ialah level yang mana sebuah informasi mempunyai ciri khas berupa bentuk, waktu, dan isi yang kemudian memunculkan value bagi para pengguna akhir tertentu. Kualitas informasi juga bisa dideteksi oleh adanya potensi yang melahirkan informasi tak terbatas baik secara regional maupun global. (Rukmiyati & Budiarta, 2016, p. 122)

Keberhasilan penerapan kemudahan informasi dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satu diantaranya yaitu kualitas sistem yang unggul dan bermutu. Semakin tinggi kualitas sistem, maka informasi yang dihasilkan akan menjadi berkualitas. Pengguna sistem informasi akan merasa puas terhadap sistem informasi yang digunakan apabila mereka yakin bahwa kualitas sistem dan informasi yang dihasilkan oleh sistem tersebut baik dan dapat diandalkan dalam proses pengambilan keputusan (Apsari & Astika, 2020, p. 614).

1. *Perceived usefulness* merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan, jika seseorang merasa percaya bahwa kemudahan informasi berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya. Dari pernyataan tersebut tentunya suatu kepercayaan yang baik terhadap suatu sistem informasi akan menimbulkan kepuasan pengguna sistem tersebut (Apsari & Astika, 2020, p. 614).
2. Kualitas informasi. Merupakan keakuratan informasi yang diterima oleh pengguna atau calon pengguna
3. Manfaat Informasi. Merupakan kebergunaan informasi yang didapatkan oleh pengguna ataupun calon pengguna.

Kecepatan layanan

Kecepatan layanan merupakan setiap aktivitas yang bisa diberikan oleh pihak satu kepada pihak lain yang pada prinsipnya tak terjadi dan tak menimbulkan kepemilikan apapun. Maka dengan begitu sangat dibutuhkan menggunakan strategi guna membuat kualitas layanan yang optimal (Anggraini & Alhempy, 2021, p. 1924).

Terdapat lima indikator dari kualitas pelayanan yang digunakan konsumen untuk menilai atau menentukan kualitas pelayanan. Kelima indikator tersebut adalah sebagai berikut (Adisty, 2017, p. 33):

1. Keandalan (reability)
2. Daya tanggap (Responsiveness)
3. Jaminan (Asurance)
4. Empati (Emphaty)

Kualitas Laba

Kualitas laba adalah bagian yang dipehitungkan guna mengetahui seberapa jauh informasi yang tersedia dalam laporan keuangan dapat mendeskripsikan kondisi perusahaan sesungguhnya. Hubungan

antara informasi yang disajikan pada laporan keuangan saat ini dengan kinerja perusahaan di masa yang akan datang menggambarkan kualitas laba yang disajikan dalam laporan keuangan tersebut (Karina Karim dkk, 2019, p. 4).

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi laba perusahaan yang akan dijabarkan sebagai berikut: (Rice Agustina, 2016, p. 86-87).

1. Pertumbuhan laba adalah bagian dari ukuran kegiatan operasi.
2. Current Ratio (CR)
3. Inventory Turnover (ITO)
4. Leverage (LEV)
5. Debt to Asset Rasio (DAR)
6. Earning Power (EP)
7. Net Profit Margin (NPM)
8. Tingkat Penjualan (Sales)
9. Tingkat Inflasi
10. Pertumbuhan Ekonomi
11. Ukuran Perusahaan (Size)

Minat Berinvestasi

Minat adalah kecondongan afektif manusia dalam membuat keputusan atau pilihan kegiatan. Namun terdapat hal-hal tertentu yang bersifat kondisional yang memuat individu bisa merubah minatnya, maka dengan begitu dapat disebutkan bahwa minat seseorang terhadap sesuatu bersifat temporal dan dapat berubah sewaktu-waktu tergantung kondisi yang dialaminya. Berbeda dengan investasi yang meletakkan dana dengan tujuan mendapatkan keuntungan dari kegiatan itu. Pada intinya, investasi merupakan keinginan mendapatkan keuntungan di waktu yang akan datang (Adnyana, 2020, p. 1).

Menurut Adnyana (2020), ada beberapa tahap dalam suatu proses keputusan investasi, antara lain yaitu, penentuan tujuan investasi, penentuan kebijakan investasi, pemilihan strategi portofolio dan aset, lalu pengukuran dan evaluasi kinerja portofolio.

Initial Public Offering (IPO)

Initial Public Offering (IPO) atau go public atau penawaran umum perdana merupakan istilah hukum yang ditujukan bagi kegiatan suatu emiten untuk menawarkan dan akhirnya menjual efek-efek yang diterbitkannya dalam bentuk saham atau efeknya kepada masyarakat secara luas, dengan tujuan memberikan masukan dana kepada emiten, baik untuk kegiatan lainnya, yang diinginkan oleh emiten tersebut. Initial public offering (IPO) dianggap sebagai the first significant stage in the evolution of a company, karena keputusan ini akan mengubah seluruh struktur perusahaan (Supriatna, 2019, p. 19).

Adapun Keuntungan bagi perusahaan yang melakukan penawaran umum adalah sebagai berikut (Harahap, 2018, p. 113):

1. Perusahaan berpotensi mendapatkan tambahan modal daripada harus melalui kredit pembiayaan (debt financing).
2. Peningkatan likuiditas perusahaan terhadap kepentingan pemegang saham utama dari pemegang saham minoritas.
3. Dapat melakukan penawaran efek di pasar sekunder.
4. Meningkatkan prestise dan publitas perusahaan.
5. Kemampuan untuk mengadopsi karyawan kunci dengan penawaran opsi.

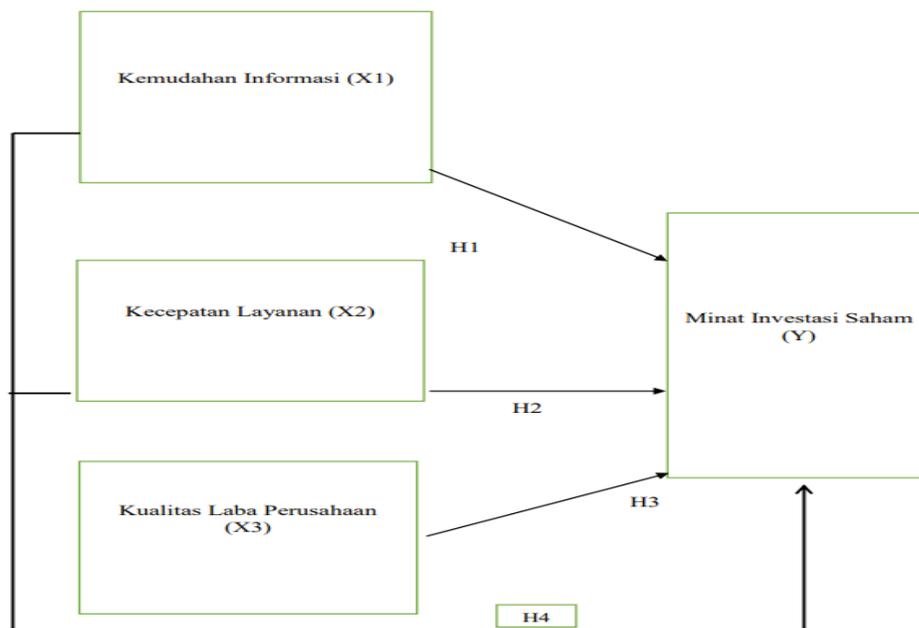
Electronic Initial Public Offering (E-IPO)

E-IPO (Electronic Initial Public Offering) adalah sistem elektronik berbasis web yang disediakan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk memberikan informasi terkait Penawaran Umum Perdana Saham (IPO) serta untuk melakukan pemesanan saham IPO dari emiten yang sedang melaksanakan Penawaran Umum melalui sistem e-IPO (Harita Sekuritas, 2021). Dalam definisi lain, E-IPO adalah sarana elektronik dan digital untuk mendukung proses penawaran umum saham perdana (IPO) suatu perusahaan kepada public (IDX, 2021). Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan E-IPO adalah sebuah sistem digital berbasis website yang digunakan sebagai sarana untuk mendukung penawaran saham dari perusahaan Go Publik yang terdaftar di E-IPO dalam mencari investor. Adapun tujuan dari E-IPO ini menurut Harita Sekuritas (2021), sebagai berikut:

1. Meningkatkan kemudahan akses investor untuk berpartisipasi dalam Pasar Perdana
2. Meningkatkan kesempatan investor dalam memperoleh alokasi penjatahan
3. Memperluas partisipasi perusahaan efek sebagai Selling Agent dalam proses penawaran umum
4. Meningkatkan likuiditas perdagangan saham di Pasar Sekunder pasca Penawaran Umum

4. Metodologi Penelitian

Gambar 1. Kerangka Pemikiran



Keterangan :

1. Variabel terikat yaitu variable yang dipengaruhi oleh variable lain. Variabel Terikat dalam penelitian ini adalah minat investasi saham (Y).
2. Variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi variabel yang lain, Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kemudahan informasi (X1), kecepatan layanan (X2) dan kualitas laba perusahaan (X3).
 - a. H1: Terdapat pengaruh signifikan antara kemudahan informasi terhadap minat investasi saham pada mahasiswa Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta
 - b. H2: Tidak terdapat pengaruh signifikan antara kemudahan informasi terhadap minat investasi saham pada mahasiswa Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta

- c. H3: Terdapat pengaruh signifikan antara kecepatan layanan terhadap minat investasi saham pada mahasiswa Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta
- d. H4: Tidak terdapat pengaruh signifikan antara kecepatan layanan terhadap minat investasi saham pada mahasiswa Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta
- e. H5: Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas laba perusahaan terhadap minat investasi saham pada mahasiswa Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta
- f. H6: Tidak terdapat pengaruh signifikan antara kualitas laba perusahaan terhadap minat investasi saham pada mahasiswa Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta 39
- g. H7: Terdapat pengaruh signifikan antara kemudahan informasi, kecepatan layanan dan kualitas laba perusahaan terhadap minat investasi saham pada mahasiswa Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta
- h. H8: Tidak terdapat pengaruh signifikan antara kemudahan informasi, kecepatan layanan dan kualitas laba perusahaan terhadap minat investasi saham pada mahasiswa Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta

Jenis penelitian yang digunakan dalam makalah ini adalah metode kuantitatif yang disertai pendekatan asosiatif, Cara dalam menyatukan data dengan melakukan analisis berbentuk kuantitatif dan statistic dengan maksud menguji hipotesis yang telah ditentukan. Jenis penelitian ini juga punya level lebih tinggi dibanding dengan deskriptif maupun komperatif, maka dengan penelitian asosiatif ini bisa dibentuk suatu teori yang dapat dipakai untuk mendeskripsikan, memprediksi, dan mengkondisikan satu gejala (Sugiyono, 2017, p.11).

Untuk objek dalam penelitian ini berfokus pada pembicaraan terkait dengan pengaruh antar variable, yaitu Kemudahan Informasi (X1), Kecepatan Layanan (X2), Kualitas Laba Perusahaan (X3), dan Minat Berinvestasi (Y). Populasi pada observasi ini adalah semua mahasiswa jurusan Akuntansi Prodi Manajemen Keuangan dengan total 288 mahasiswa. Terkait sampel yang 41 dipakai dalam penelitian ini ada Teknik sampling. Sementara jenisnya adalah Slovin dengan margin of eror 0,1%, beserta rumus sebagai berikut: (Sugiyono: 2017)

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

Dimana n = Ukuran sampel/jumlah responden, N = Ukuran populasi, E = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir (e=0,1), sehingga didapatkan nilai n = 74,22.

Untuk jenis dan sumber data yang gunakan yaitu primer dan sekunder. Untuk data primer didapatkan dari hasil angket, observasi, dan dokumentasi. Kemudian untuk data sekunder didapatkan dari bahan pustaka seperti buku investasi Adnyana, jurnal adisty, maupun artikel dari internet guna menunjang dan melengkapi penelitian ini. Dalam melakukan analisis data, penulis melakukan beberapa pengujian data, yaitu dengan uji asumsi klasi yang mana dilakukan sebelum melakukan analisis regresi yang double guna menguji dan mendeteksi kalua jenis yang ditetapkan dalam penelitian ini asumsi dasar melaksanakan regresi yang berganda tercapai. Hal itu untuk menutup kemungkinan hasl taksiran standar. Uji normalis bisa dipakai sebagai ujim asumsi yang klasik, pun demikian dengan multikoloniteritas, heteroskedasitas, lineritas, serta autokelerasi yang menjadi satu bagian yang saling melengkapi. Kemudian dilanjut dengan analisis regresi, lalu melakukan uji hipotesis, dan terakhir analisis korelasi dan koefisien determinasi.

3. Hasil dan Pembahasan

Dari hasil kuesioner yang dibagikan sebelumnya, penulis mendapat beberapa karakteristik dari pengisi kuesioner tersebut yang diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, tahun ajaran, dan pengetahuan tentang perusahaan E-IPO.

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

No	Gender	Jumlah responden	persentase
1	Laki- laki	23	31,08%
2	Perempuan	51	68,92%
Total		74	100 %

Sumber : Data Primer yang Diolah dari Kuesioner, 2022

Tabel 1. menunjukkan bahwa respondend mahasiswa berjenis kelamin perempuan lebih banyak sebesar 68,92 % di bandingkan dengan respondend mahasiswa dengan jenis kelamin Laki-Laki sebesar 31,08%.

Tabel 2. Angkatan Pendidikan Responden

No	Tahun	Jumlah Responden	Persentase
1	2018	55	74,4%
2	2019	7	9,4%
3	2020	6	8,1%
4	2021	6	8,1%
Total		74	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah dari Kuesioner, 2022

Tabel 2. menunjukkan bahwa mayoritas responden yang berinvestasi saham dengan angkatan pendidikan 2018 dengan 55 orang dengan persentase 74,4%, tahun 2019 sebanyak 7 orang dengan persentase 9,4% tahun 2020 sebanyak 6 orang dengan persentase 8,1% dan tahun 2021 sebanyak 6 orang dengan persentase 8,1%.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Variabel
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		74
	Mean	0E-7
Normal Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	4.14599332
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.071
	Negative	-.086
Kolmogorov-Smirnov Z		.744
Asymp. Sig. (2-tailed)		.638

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data primer yang diolah dari SPSS, 2022

Tabel 3. menunjukkan hasil nilai signifikansi sebesar 0,638 dinyatakan bahwa nilai residual berdistribusi normal. Pengujian ini menggunakan metode uji Kolmogorov-Smirnov yaitu dengan membandingkan distribusi data yang akan diuji normalitasnya. Jika angka signifikansi Kolmogorov Smirnov $> 0,05$, maka menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi lebih besar daripada taraf signifikansi yaitu $0,638 > 0,05$.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	5.666	5.073		1.117	.268		
Kemudahan_Informasi	.455	.199	.294	2.281	.026	.385	
Kecepatan_Layanan	-.050	.144	-.049	-.349	.728	.331	
Kualitas_Laba_Perusahaan	1.106	.246	.550	4.495	.000	.427	

a. Dependent Variable: Minat_Berinvestasi

Sumber : Data primer yang diolah dari SPSS, 2022.

Dari tabel 5. menunjukkan bahwa nilai tolerance dari setiap variabel independen, yaitu Kemudahan Informasi (X1) = 0,385, Kecepatan Layanan (X2) = 0,331 dan Kualitas Laba Perusahaan (X3) = 0,427, dari ketiga variabel tersebut memiliki nilai tolerance > 0,1 maka tidak terjadi multikolinieritas. Dilihat dari tabel diatas Variance Inflation Factory (VIF) dari setiap variabel independen yaitu, Kemudahan Informasi (X1) = 2,597 Kecepatan Layanan (X2) = 3,021, dan Kualitas Laba Perusahaan (X3) = 2,340 dengan nilai VIF < 10 maka bisa dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antara variabel independen.

Uji Hipotesis

Pada tabel 4. didapatkan juga beberapa hasil uji t (parsial). Variabel Kemudahan Informasi (X1) berpengaruh terhadap minat berinvestasi (Y) karena berdasarkan thitung 2,281 > 1,665 dan berdasarkan nilai signifikansi 0,026 < 0,05 sehingga hipotesis diterima. Variabel Kecepatan Layanan (X2) tidak berpengaruh terhadap minat berinvestasi (Y) karena berdasarkan thitung -0,349 > 1,665 dan berdasarkan nilai signifikansi 0,728 > 0,05 sehingga hipotesis ditolak. Variabel Kualitas Laba Perusahaan (X3) berpengaruh terhadap minat berinvestasi (Y) karena berdasarkan thitung 4,495 > 1,665 dan berdasarkan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 sehingga hipotesis diterima.

Tabel 5. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1542.333	3	514.111	28.680	.000 ^b
Residual	1254.816	70	17.926		
Total	2797.149	73			

a. Dependent Variable: Minat_Berinvestasi

b. Predictors: (Constant), Kualitas_Laba_Perusahaan, Kemudahan_Informasi, Kecepatan_Layanan

Sumber : Data primer yang diolah dari SPSS, 2022.

Berdasarkan tabel 5., nilai Sig f sebesar 0,000 yang berarti nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga hipotesis dapat diterima atau dengan kata lain variabel Kemudahan Informasi, Kecepatan Layanan dan Kualitas Laba Perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap minat berinvestasi. Selain itu, jika dilihat berdasarkan nilai F hitung adalah sebesar $28,680 > F_{tabel} 2,72$, maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji F maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis dapat diterima dengan kata lain variabel Kemudahan Informasi (X1), Kecepatan Layanan (X2) dan Kualitas Laba Perusahaan (X3) secara simultan berpengaruh terhadap minat berinvestasi (Y).

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.743 ^a	.551	.532	4.234

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Laba_Perusahaan, Kemudahan_Informasi, Kecepatan_Layanan

b. Dependent Variable: Minat_Berinvestasi

Sumber : Data primer yang diolah dari SPSS, 2022.

Berdasarkan tabel output SPSS 4. diketahui nilai R Square adalah 0,551 atau sebesar 55,1%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kemudahan Informasi, Kecepatan Layanan, dan Kualitas Laba Perusahaan memiliki pengaruh sebesar 55,1% dalam mempengaruhi minat berinvestasi. Sedangkan sisanya 44,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan Hipotesis

Dari hasil uji hipotesis yang dilakukan, ada beberapa pengaruh yang terjadi. Yang pertama Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan, diketahui nilai signifikansi variabel Kemudahan Informasi (X1) adalah sebesar 0,026. Karena nilai signifikansi $0,026 < 0,005$ menunjukkan bahwa variabel kemudahan informasi memiliki pengaruh positif dan signifikan. Dapat disimpulkan hipotesis 1 (Ha1) diterima yaitu kemudahan informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi pada mahasiswa pada perusahaan E-IPO.

Kemudian, tidak terjadi pengaruh positif dan tidak signifikan berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan, diketahui nilai signifikansi variabel Kecepatan Layanan (X2) adalah sebesar -0,349. Karena nilai signifikansi $0,728 > 0,005$. Untuk pengaruh kualitas laba perusahaan terhadap investasi, diketahui nilai signifikansi variabel Kualitas Laba Perusahaan (X3) adalah sebesar 1,106. Karena nilai signifikansi $0,000 < 0,005$ menunjukkan bahwa variabel Kualitas Laba Perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan. Dapat disimpulkan hipotesis 1 (Ha1) diterima yaitu Kualitas Laba Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi pada mahasiswa pada perusahaan E-IPO.

Analisis Implikasi Hasil Penelitian terhadap Responden, BEI, Perusahaan yang melakukan IPO dan Sekuritas.

Penulis melakukan analisis implikasi hasil penelitian pengaruh kualitas laba perusahaan terhadap minat berinvestasi dan kemudian penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan

terutama di perusahaan E-IPO ini dikarenakan hal yang memudahkan orang yang berinvestasi selalu mengutamakan faktor yang berpengaruh dalam minat berinvestasi salah satunya kemudahan informasi. Dengan adanya kemudahan informasi diketahui bahwa orang yang ingin berinvestasi terutama di perusahaan E-IPO dengan memberikan kemudahan layanan yang sangat baik sesuai dengan kapasitas serta kapabilitas perusahaan.

Kemudian dilanjutkan dengan analisis pada kecepatan layanan menunjukkan bahwa hasil temuan penelitian tidak signifikan terhadap permasalahan yang ditemukan. Dengan adanya tidak signifikan kecepatan layanan terhadap minat berinvestasi maka perusahaan E-IPO ini diharuskan meningkatkan pelayanan yang cepat sehingga banyak orang yang berinvestasi.

Lalu penulis melakukan analisis dengan kualitas laba dan menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan terhadap minat berinvestasi terutama di perusahaan E-IPO hal ini dikarenakan faktor yang menunjukkan kualitas laba yang baik sehingga minat berinvestasi bertambah seperti halnya faktor berinvestasi pada perusahaan dengan kualitas laba bersih yang transparan, berinvestasi saham pada perusahaan yang memiliki laba bersih yang baik, dan berinvestasi saham pada perusahaan dengan laba bersih yang meningkat setiap tahunnya. Dengan adanya demikian kualitas laba di perusahaan E-IPO ini menunjukkan hal yang baik bagi orang yang berinvestasi di perusahaan E-IPO.

4. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor yang agar dapat untuk lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang dalam lebih menyempurnakan penelitiannya karena penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian kedepannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian tersebut, antara lain:

1. Jumlah responden yang hanya 74 orang, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.
2. Objek penelitian hanya di fokuskan pada kemudahan informasi, kecepatan layanan dan kualitas laba perusahaan terhadap minat mahasiswa berinvestasi saham di perusahaan IPO, dimana harusnya terdapat aspek dan faktor lain yang mempengaruhi pada variable X.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh Kemudahan Informasi, Kecepatan Layanan dan Kualitas Laba Perusahaan terhadap Minat Berinvestasi. Dengan jumlah 74 responden, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Variabel Kemudahan informasi perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat berinvestasi mahasiswa pada perusahaan E-IPO. Hal ini berdasarkan hasil uji hipotesis dengan nilai 0,026 dengan nilai signifikansi $0,026 < 0,05$ pada variabel kemudahan informasi.
2. Variabel kecepatan layanan tidak berpengaruh terhadap minat berinvestasi mahasiswa pada perusahaan E-IPO. Hal ini berdasarkan hasil uji hipotesis dengan nilai -0,349 dengan nilai signifikansi $0,729 > 0,05$.
3. Variabel kualitas laba perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat berinvestasi mahasiswa pada perusahaan E-IPO. Hal ini berdasarkan hasil uji hipotesis dengan nilai 1,106 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ pada variable kualitas laba perusahaan.
4. Secara simultan, kemudahan informasi, kecepatan layanan dan kualitas laba berpengaruh terhadap minat berinvestasi mahasiswa pada perusahaan E-IPO. Hal ini berdasarkan nilai FTable sebesar 2,72. Nilai tersebut menjelaskan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ karena $28,680 > 2,72$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka, jika perusahaan yang terindeksasi 77 dengan sistem E-IPO

memiliki kemudahan informasi saham, serta memiliki kualitas laba yang baik akan menarik minat generasi milenial termasuk mahasiswa untuk berinvestasi saham.

5. Analisis Hasil Implikasi Penelitian Kemudahan Layanan, kecepatan layanan dan kualitas laba perusahaan terhadap minat berinvestasi merupakan faktor yang sangat sentral dalam berinvestasi terutama di perusahaan E-IPO dengan adanya kemudahan informasi diketahui bahwa orang yang ingin berinvestasi terutama di perusahaan E-IPO dengan memberikan kemudahan layanan yang sangat baik sesuai dengan kapasitas serta kapabilitas perusahaan, kemudian hasil implikasi kecepatan layanan dalam penelitian ini tidak berpengaruh dikarenakan beberapa faktor yang menghambat seperti halnya Keluhan atas sistem yang dapat diatasi dengan mudah menarik perhatian orang yang berinvestasi serta kurang tanggap dalam pelayanan. Selain itu, kualitas laba perusahaan merupakan faktor yang sangat mendukung untuk minat berinvestasi dikarenakan faktor yang menunjukkan kualitas laba yang baik sehingga minat berinvestasi bertambah seperti halnya faktor berinvestasi pada perusahaan dengan kualitas laba bersih yang transparan, berinvestasi saham pada perusahaan yang memiliki laba bersih yang baik, dan berinvestasi saham pada perusahaan dengan laba bersih yang meningkat setiap tahunnya.

6. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dijalankan ada beberapa saran yang dapat diajukan, bagi peneliti selanjutnya:

1. Dalam penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengambil sampel yang lebih banyak, hal ini bertujuan untuk keakuratan data yang lebih baik dalam penelitiannya.
2. Melakukan penelitian yang berkelanjutan, hal ini agar dapat melihat dan menilai setiap perubahan perilaku responden dari waktu ke waktu.
3. Diharapkan adanya tambahan variabel lain yang mungkin juga mempengaruhi banyak hal dalam penelitian ini.

7. Daftar Pustaka

- Adnyana, I Made. (2020). *Manajemen Investasi dan Portofolio*. Jakarta: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS).
- Agustina, Rice. (2016). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Laba Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil Volume 6, Nomor 01, April 2016*.
- Anggraini, Nia & R Rudi Alhempri. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen PT Hawaii Holiday Hotel Pekanbaru. *Jurnal Inovasi Penelitian Vol.1 No.9 Februari 2021*.
- Apsari, Ida Ayu Prabadewi, dkk. (2020). Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem Informasi, dan Perceived Usefulness pada Kepuasan Pengguna SIMDA. *E-JA e-Jurnal Akuntansi e-ISSN 2302-8556 Vol. 30 No. 3 Denpasar, Maret 2020 Hal. 611-623*.
- Arindianty, Adisty dan Merita. (2017). Analisis Kualitas Jasa Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Baker Street Café Bandung. *Jurnal Bisnis Terapan, Vol. 1 No. 1*.
- Gede, Nyoman. (2021). Analisis Yuridis Penyelesaian Sengketa Electronic Indonesia Public Offering (E-IPO) melalui Badan Arbitrase Nasional Indonesia. *Jurnal Prodi Magister Hukum FH Unmas Denpasar, Vol.1, No.1*.
- Hartini, Sri. (2016). Peran dan Fungsi Pasar Modal Dalam Perekonomian Suatu Negara. *Jurnal Yustisi, Vol. 3, No. 2*.
- Karim, Nina Karina, dkk. (2019). *Kualitas Laba dan Pengukurannya pada Perusahaan Jasa Pendukung*

- Industri Pariwisata. JAA Vol. 4, No. 1, Oktober 2019.*
- Lisa, Harrison (2017). *Metode Penelitian Politik*, (Jakarta: PT Pajar Interpratama Offset, Kencana).
- Mahmud. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan, cet 2.* (Bandung: Pustaka Setia)
- Margono. S (2016). *Metode Penelitian Pendidikan, cet 3.* (Jakarta: PT. Rieneke Cipta)
- Muharam, Noviasih. (2018). Perlindungan Hukum Investor Dalam Pembelian Kembali Sahamnya. *Jurnal Pranata Hukum, Vol. 13, No. 1.*
- Nuril, Hidayati. (2017). Investasi Analisa dan Relevansinya Dengan Ekonomi Islam. *Jurnal Studi Ekonomi Syariah, Vol. 8, No. 2.*
- Purnama, Chamdan. 2016. *Sistem Informasi Manajemen.* Mojokerto: Insan Global.
- Rukmiyati, Ni Made Sri & I Ketut Budiarta. (2016). Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Kualitas Informasi dan Perceived Usefulness pada Kepuasan Pengguna Akhir Software Akuntansi (Studi Empiris Pada Hotel Berbintang Di Provinsi Bali). *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 5.1* (2016) : 115-142.
- Sanapiah, Faisal. (2016). *Format-format Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* (Bandung: PT Alfabet.)
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* (Bandung: m Alfabeta, CV.)

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI STRUKTUR MODAL PADA PERUSAHAAN SUBSEKTOR ROKOK DI BURSA EFEK INDONESIA 2017-2021

Hasyim Alattas¹⁾, Fatimah²⁾

^{1,2)}Program Studi Manajemen Keuangan Politeknik Negeri Jakarta, hasyimalattas3@gmail.com
Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, Kukusan, Kecamatan Beji, Kota Depok, Jawa Barat 16424

ABSTRACT

The capital structure is very important for the company because it has a huge influence on the company's finances. Therefore, it is necessary to analyze what factors or variables affect the capital structure itself. This study aims to examine the effect of liquidity, firm size, sales growth, and interest rates on the capital structure of the cigarette sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2017- 2021 period. This research uses quantitative research. The population of this study uses cigarette sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2017-2021 period. The sampling technique in this study used purposive sampling, with predetermined criteria, 4 companies were used as research samples. The method of data analysis was carried out with multiple linear regression analysis techniques. The results of this study indicate that firm size has a significant effect on capital structure, while liquidity, sales growth and interest rates have no effect on capital structure.

Keywords: *Capital structure, Liquidity, Company Size, Sales Growth, Interest Rate, Cigarette Subsector Company*

ABSTRAK

Struktur modal merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan karena memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap keuangan perusahaan. Oleh karena itu, perlu dianalisis faktor-faktor atau variabel apa saja yang memengaruhi struktur modal itu sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh likuiditas, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan tingkat suku bunga terhadap struktur modal pada perusahaan subsektor rokok yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi dari penelitian ini menggunakan perusahaan subsektor rokok yang terdaftar di BEI periode 2017-2021. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling, dengan kriteria-kriteria yang sudah ditentukan maka didapat 4 perusahaan yang dijadikan sampel penelitian. Metode analisis data dilakukan dengan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap struktur modal, sedangkan likuiditas, pertumbuhan penjualan dan tingkat suku bunga tidak berpengaruh terhadap struktur modal.

Kata-Kata Kunci: *Struktur modal, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Tingkat Suku Bunga, Perusahaan Subsektor Rokok*

PENDAHULUAN

Industri rokok di Indonesia yang semakin kompetitif menuntut penanganan dan pengelolaan bisnis yang lebih profesional dari semua perusahaan. Pesaing yang terus bertambah, baik lokal maupun internasional (Multinational Corporation), semua perusahaan menawarkan yang terbaik baik dari segi kinerja perusahaan maupun segala aspek, termasuk pengelolaan keuangan. Dalam manajemen keuangan ini ada salah satu hal yang harus diperhatikan perusahaan dalam menjalankan bisnis pada manajemen keuangan adalah bagaimana mereka membuat keputusan pembiayaan yang dihadapi oleh manajer perusahaan. Menurut Ariani (2017) Keputusan dalam pendanaan adalah hal yang sangat krusial diambil sang manajer perusahaan karena berkaitan menggunakan bagaimana membiayai keputusan pendanaan yang akan dilakukan perusahaan.

Komposisi dana harus diperhatikan untuk meminimalkan risiko yang timbul sebagai akibat dari keputusan yang diambil dan harus ditanggung. Komposisi atau struktur modal yang optimal dapat menurunkan biaya modal yang pada gilirannya dapat meningkatkan manfaat ekonomi dan nilai pemegang saham (Wulandari & Artini, 2019). Menurut Sartono (2012), struktur modal adalah keseimbangan utang jangka pendek yang permanen, utang jangka panjang, saham preferen, dan saham biasa. Struktur modal merupakan masalah penting bagi suatu perusahaan, dan kualitas struktur modal secara langsung mempengaruhi posisi keuangan perusahaan, sehingga diperlukan perhatian khusus. Jika struktur modal perusahaan buruk dan hutang perusahaan sangat tinggi, maka perusahaan yang bersangkutan dapat menjadi sangat memberatkan (Riyanto, 2008).

Faktor-faktor yang berpengaruh pada struktur modal perusahaan sudah menjadi hal yang penting. Menurut Hardanti & Gunawan (2010), ada beberapa faktor yang umumnya dipikirkan oleh perusahaan ketika membuat keputusan struktur modal, seperti ukuran perusahaan, likuiditas, profitabilitas, risiko, dan pertumbuhan penjualan. Sedangkan menurut Khariry & Yusniar (2016), faktor-faktor yang mempengaruhi struktur modal yaitu ukuran perusahaan, struktur aset, profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan risiko keuangan. Selain itu, Riyanto (2008) memberikan pandangan bahwa struktur modal itu dipengaruhi oleh beberapa factor antara lain ukuran perusahaan, likuiditas, profitabilitas, risiko, struktur aset, pertumbuhan perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan tingkat suku bunga. Menurut Sartono (2012) cara menentukan struktur modal yang sudah optimal yaitu perlu memmemikirkan faktor-faktor penting yaitu profitabilitas, tingkat pertumbuhan perusahaan, Struktur asset, tingkat penjualan, Variabel laba dan perlindungan pajak, Skala perusahaan, Kondisi Internal perusahaan dan ekonomi makro.

Dalam penelitian ini, penulis hanya membataskan beberapa variabel yang akan diteliti, seperti likuiditas, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan tingkat suku bunga karena kesenjangan dengan penelitian sebelumnya yaitu perbedaan dari penelitian terdahulu dalam hasil yang ditemukan, pada likuiditas ada 4 penelitian yang memiliki pengaruh terhadap struktur modal

dan ada satu penelitian yang tidak memiliki pengaruh terhadap struktur modal, pada ukuran perusahaan pula memiliki perbedaan antara penelitian ada 5 penelitian yang memiliki pengaruh terhadap struktur modal dan ada 2 penelitian yang tidak memiliki pengaruh terhadap struktur modal, pada pertumbuhan penjualan juga memiliki perbedaan antara penelitian terdahulu yaitu ada 2 penelitian yang memiliki pengaruh terhadap struktur modal, dan ada juga 2 penelitian terdahulu yang tidak memiliki pengaruh terhadap struktur modal dan juga hanya ada 1 dari 9 penelitian terdahulu yang memakai variabel tingkat suku bunga.

TINJAUAN PUSTAKA

Fahmi (2015:184) menjelaskan bahwa “Struktur Modal merupakan gambaran dari bentuk proporsi finansial perusahaan yaitu antara modal yang dimiliki yang bersumber dari utang jangka panjang (Long-Term Liabilities) dan modal sendiri (Shareholder’s Equity) yang menjadi sumber pembiayaan suatu perusahaan”.

Teori struktur modal memiliki maksud untuk memberikan dasar pemikiran dalam pengetahuan dari struktur modal yang optimal. Teori struktur modal adalah sebagai berikut:

a. Modigliani Miller

Menurut Ariani & Wiagustini (2017), Mereka menganggap bahwa pasar itu rasional dan tidak ada pajak. Struktur modal tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Namun, Modigliani memasukkan unsur pajak dalam perkembangannya. Nilai perusahaan meningkat karena struktur modalnya (rasio hutang terhadap modal) meningkat karena dampak dari tarif pajak perusahaan.

b. Pecking Order Theory

Menurut Asmawi & Faridah (2013), perusahaan akan memprioritaskan sumber-sumber biaya yang di gunakan dan lebih memilih menggunakan pembiayaan internal. Dalam teori ini, perusahaan sudah memiliki modal yang cukup besar akan cenderung mengutamakan penggunaan modal ekuitas dan perusahaan tersebut cenderung memiliki hutang yang sedikit.

c. Trade-off Theory

menurut Mouna & Hedi (2015) teori ini mengemukakan bahwa pada pilihan rasio utang yang sering merangkum struktur keuangan, hasil dari trade-off ini antara keuntungan pajak biaya utang dan kebangkrutan. Perusahaan akan lebih memilih pembiayaan utang hingga tingkat tertentu yang dimana biaya kesulitan keuangan akan mulai muncul ke permukaan.

d. Signaling Theory

Isyarat atau signal menurut Brigham & Houston (2011) adalah tindakan yang di ambil oleh manajemen untuk menunjukkan kepada investor pandangan mereka tentang prospek perusahaan.

Pengukuran Struktur Modal menurut Harmony (2021) Besar utang dan ekuitas yang digunakan oleh perusahaan untuk pembiayaan aktivitas operasional dan pembelian aset perusahaan dapat direpresentasikan dengan *debt to equity ratio* (rasio utang terhadap ekuitas). Rumus dari *Debt to Equity Ratio* sebagai berikut:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Faktor pertama yaitu likuiditas yang merupakan kemampuan suatu perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya secara tepat waktu (Fahmi, 2016). Likuiditas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendek yang telah jatuh tempo. Likuiditas merupakan perbandingan antara aset lancar dengan utang lancar.

Dalam penelitian ini, Likuiditas dapat diproksikan dengan rasio kas (*cash ratio*). Peneliti menggunakan rasio kas di karenakan jika di bandingkan dengan dua rasio lainnya yaitu rasio lancar dan rasio cepat, rasio kas adalah rasio yang lebih konservatif dengan pengukuran dari pembagian aset perusahaan yang sangat likuid yaitu kas dengan kewajiban jangka pendek. Rasio ini dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Kas} + \text{Setara Kas}}{\text{Utang Lancar}}$$

Faktor kedua yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total aset (Brigham & Houston, 2010). Sedangkan menurut Hartono (2017), ukuran perusahaan (*firm size*) adalah besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aset/besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aset. Menurut Werner R. Murhadi (2013) Firm Size diukur dengan mentransformasikan total aset yang dimiliki perusahaan ke dalam bentuk logaritma natural. Ukuran perusahaan diproksikan dengan menggunakan Log Natural Total Aset dengan tujuan agar mengurangi fluktuasi data yang berlebih. Dengan menggunakan log natural, jumlah aset dengan nilai ratusan miliar bahkan triliun akan disederhanakan, tanpa mengubah proporsi dari jumlah aset yang sesungguhnya. Sehingga dapat dinyatakan dalam rumus:

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

Faktor ketiga yaitu pertumbuhan penjualan (*sales growth*) yang merupakan selisih antara jumlah penjualan periode sekarang dengan periode sebelumnya dibandingkan dengan periode sebelumnya (Harahap, 2016). Tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi atau stabil dapat berdampak positif terhadap keuntungan perusahaan sehingga menjadi pertimbangan manajemen perusahaan dalam menentukan struktur modal. Penjualan yang stabil atau meningkat maka proyeksi laba yang diperoleh pun ikut stabil atau meningkat yang akan berpengaruh langsung terhadap besar kecilnya modal sendiri.

Dari beberapa pendapat ahli mengenai pengertian pertumbuhan penjualan di atas, dapat disimpulkan bahwa cara mengukur pertumbuhan penjualan yaitu sebagai berikut (Deitiana, Wirasmita, Kartini, & Padmadisastra, 2015):

$$\text{Sales Growth} = \frac{\text{Total Sales}_t - \text{Total Sales}_{t-1}}{\text{Total Sales}_{t-1}}$$

Faktor terakhir dari penelitian ini yaitu tingkat suku bunga. Menurut Bank Indonesia (2016), BI Rate adalah suku bunga kebijakan yang mencerminkan sikap atau stance kebijakan moneter yang ditetapkan oleh bank Indonesia dan diumumkan kepada publik. Adapun menurut Hasibuan (2011), bahwa tingkat suku bunga atau rate of interest adalah harga dari penggunaan uang atau biasa juga dipandang sebagai sewa atas penggunaan uang untuk jangka waktu tertentu. Menurut Husmawanti (2011), bahwa tingkat suku bunga merupakan persentase yang ditetapkan oleh pihak perbankan dalam bentuk pengeluaran guna menarik dana dari masyarakat. Oleh karena itu, tingkat suku bunga selalu bersifat fluktuatif sesuai dengan situasi ekonomi yang terjadi pada saat itu. Tingkat suku bunga yang peneliti gunakan adalah BI Rate tahunan yang dipublikasikan oleh Bank Indonesia periode 2017-2021 yang disajikan dalam bentuk persentase.

Pengembangan hipotesis Menurut pecking order theory, perusahaan yang sudah mempunyai likuiditas yang tinggi cenderung akan lebih menggunakan dana internal mereka di bandingkan dana eksternal (Hardanti & Gunawan, 2010). Jika sudah memiliki tingkat likuiditas yang tinggi akan menunjukkan bahwa perusahaan telah bisa membayar utang jangka pendeknya. Berkurangnya utang jangka pendek akan mengakibatkan menurunnya proporsi utang pada struktur modal. Berdasarkan uraian di atas, peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut.

H1 : Likuiditas berpengaruh terhadap struktur modal subsektor rokok di Bursa Efek Indonesia.

Dalam pecking order theory dijelaskan bahwa jika perusahaan yang memiliki pertumbuhan yang pesat akan lebih membutuhkan dana eksternal untuk melakukan ekspansi bisnis. Pertumbuhan pesat tersebut dapat dilihat dari seberapa besar ukuran perusahaan. Menurut Bhawa & Dewi (2015), semakin besar ukuran sebuah perusahaan maka perusahaan tersebut akan membutuhkan modal yang tinggi pula. Oleh karena itu, perusahaan mengambil kebijakan untuk menambah modal dari pihak luar (eksternal). Menurut penjelasan di atas, peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut.

H2 : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap struktur modal perusahaan subsektor rokok di Bursa Efek Indonesia.

Menurut Wulandari & Artini (2019), pertumbuhan penjualan tinggi akan memberikan kepercayaan yang lebih kepada investor untuk memberikan pinjamannya kepada perusahaan karena terlihat dari kinerja keuangannya yang baik. Oleh karena itu, jika pertumbuhan penjualan perusahaan naik maka kecenderungan untuk menggunakan dana eksternal menjadi tinggi. Berdasarkan uraian di atas, peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut.

H3 : Pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap struktur modal perusahaan subsektor rokok di Bursa Efek Indonesia.

Tingkat suku bunga merupakan rasio pengembalian sejumlah investasi sebagai bentuk imbalan yang diberikan kepada investor. Jika pertumbuhan ekonomi lambat dan laba perusahaan menurun, perusahaan hendaknya mengurangi utangnya karena menutup pembayaran bunga jauh

lebih sulit untuk dilakukan. Jika suku bunga turun, perusahaan dapat menambah utangnya karena pembayaran bunga yang relatif rendah. Hal tersebut akan berpengaruh terhadap pinjaman jangka panjang perusahaan pada bank atau obligasi yang dimiliki perusahaan. Selanjutnya akan berpengaruh pula pada komposisi utang dalam struktur modal (Ira Puspita, 2019). Berdasarkan uraian di atas, peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut.

H4 : Tingkat suku bunga berpengaruh terhadap struktur modal perusahaan subsektor rokok di Bursa Efek Indonesia.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif untuk menjelaskan pemecahan masalah berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan dinyatakan dalam bentuk nilai absolut serta hasil bersifat lebih objektif. Penelitian kuantitatif menggunakan data-data dan angka-angka yang diperoleh, lalu peneliti menyajikan, menganalisis, serta menginterpretasi hasil olahan angka-angka tersebut dalam bentuk gambar, tabel, grafik, atau tampilan lainnya. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui struktur modal pada perusahaan Subsektor rokok yang dapat diukur dengan DER. Adapun faktor-faktor yang dijadikan sebagai variabel independen adalah likuiditas, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan tingkat suku bunga.

Objek Penelitian ini dilakukan pada 4 perusahaan rokok yaitu PT Gudang Garam Tbk (GGRM) ,PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk (HMSP),PT Bentoel International Investama Tbk, (RMBA) dan PT Wismilak Inti Makmur Tbk (WIIM) dengan menggunakan data sekunder berupa data laporan keuangan tahunan periode 2017 –2021 yang didapat dari website Bursa Efek Indonesia dan website perusahaan tersebut. Objek penelitian ini juga menjadi salah satu pembeda dari penelitian pendahuluan yang dimana perusahaan subsektor rokok ini yang diteliti oleh penulis dan rata-rata penelitian terdahulu menggunakan perusahaan manufaktur atau perusahaan makanan dan minuman

Penelitian ini menggunakan non-probabilitas (non-propability sampling) yang mana anggota sampel tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Menurut Siyoto & Sodik (2015), non-probability sampling adalah teknik yang tidak memberikan kesempatan/kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Di dalam non-probability sampling terdapat purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan menggunakan pertimbangan atau pilihan tertentu. Lebih khusus lagi, peneliti menggunakan prosedur atau teknik *purposive sampling*.

Jenis data yang didapat untuk pemenuhan penelitian ini adalah data time series dan cross section karena peneliti menggunakan periode tahun 2017-2021. Dalam penelitian sumber data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti berupa laporan keuangan perusahaan dan data lainnya yang berkaitan dengan struktur modal. Data sekunder yang digunakan bersumber dari laman resmi Bursa Efek Indonesia (BEI).

Metode pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan tahunan perusahaan subsektor rokok yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021.

Pada sub bab metode analisis data menjelaskan tentang metode pengujian dan analisis yang akan digunakan peneliti untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian. Dikarenakan objek dalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu perusahaan dengan periode 5 (lima) tahun sehingga peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan statistik inferensial dengan penelitian kuantitatif serta perhitungan analisis akan menggunakan aplikasi statistik SPSS dalam mencari hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Hasil dari data olahan akan di jelaskan dalam bentuk angka dan interpretasi yang membuat kesan lebih mudah untuk dipahami oleh siapapun yang akan membutuhkan tentang informasi ini.

HASIL PENELITIAN

Bedasarkan hasil uji one sample kolmogorov smirnov pada data ini dapat dilihat bahwa nilai signifikansi adalah $0.200 > 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa data diatas memiliki distribusi yang normal.

Bedasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada data ini dapat dilihat bahwa seluruh nilai signifikansi ialah lebih besar > 0.05 , maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi ini.

Bedasarkan hasil uji multikolinieritas pada data ini dapat dilihat bahwa seluruh variable independent memiliki angka tolerance > 0.10 dan memiliki VIF > 10 , maka model regresi tidak memiliki gejala multikolinieritas.

Bedasarkan hasil uji autokorelasi pada data ini dapat dilihat nilai signifikansi $0.061 < 0.05$, maka model regresi ini tidak memiliki gejala autokorelasi.

Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji-t)

Tabel 4. 1 Hasil Uji T

Model	t	Sig.
Likuiditas	-1.076	0.299
Ukuran Perusahaan	-2.314	0.035
Pertumbuhan Penjualan	-0.764	0.457
Tingkat Suku Bunga	-0.617	0.547

Hasil Interpretasi

a. Hasil uji hipotesis pertama Berdasarkan tabel Uji-t dapat diketahui hasil nilai signifikansi adalah 0.299 atau lebih besar dari 0.05 yang dimana memiliki arti variabel likuiditas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap struktur modal. Dan hipotesis pertama ini adalah yang penulis ajukan apakah likuiditas memiliki pengaruh terhadap struktur modal pada perusahaan subsektor rokok pada tahun 2017-2021. Berdasarkan hasil penelitian hipotesis ini menggambarkan bahwa hipotesis pertama ditolak.

b. Hasil uji hipotesis kedua Berdasarkan tabel Uji-t dapat diketahui hasil nilai signifikansi adalah 0.035 atau lebih kecil dari 0.05 yang dimana memiliki arti variabel ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap struktur modal. Dan hipotesis kedua ini adalah yang penulis ajukan apakah ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap struktur modal pada perusahaan subsektor rokok pada tahun 2017-2021. Berdasarkan hasil penelitian hipotesis ini menggambarkan bahwa hipotesis kedua diterima.

c. Berdasarkan tabel Uji-t dapat diketahui hasil nilai signifikansi adalah 0.457 atau lebih besar dari 0.05 yang dimana memiliki arti variabel pertumbuhan penjualan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap struktur modal. Dan hipotesis ketiga ini adalah yang penulis ajukan apakah pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh terhadap struktur modal pada perusahaan subsektor rokok pada tahun 2017-2021. Berdasarkan hasil penelitian hipotesis ini menggambarkan bahwa hipotesis ketiga ditolak.

d. Berdasarkan tabel Uji-t dapat diketahui hasil nilai signifikansi adalah 0.547 atau lebih besar dari 0.05 yang dimana memiliki arti variabel tingkat suku bunga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap struktur modal. Dan hipotesis keempat ini adalah yang penulis ajukan apakah tingkat suku bunga memiliki pengaruh terhadap struktur modal pada perusahaan subsektor rokok pada tahun 2017-2021. Berdasarkan hasil penelitian hipotesis ini menggambarkan bahwa hipotesis keempat ditolak.

Berdasarkan temuan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap struktur modal. Likuiditas mempunyai tidak pengaruh signifikan terhadap struktur modal menunjukkan bahwa hubungan antara kemampuan perusahaan dalam melunasi utangnya dengan menggunakan aktiva lancar yang dimiliki terhadap struktur modal bertolak belakang. Hasil ini dapat memperlihatkan bahwa pemakaian utang dalam struktur modal yang optimal tidak mempengaruhi tingkat likuiditas yang dapat dilihat bahwa kemampuan untuk membayar utang jangka pendek perusahaan akan memakai aset lancar juga yaitu kas. Hanya saja kreditur tidak tertarik untuk melihat tingkat aset lancar pada peminjaman utang jangka panjang. Kreditur akan lebih tertarik pada besar kecilnya aset tetap pada perusahaan yang akan menjadi jaminan jika perusahaan tersebut gagal bayar. Hal ini terbukti pada laporan keuangan subsektor rokok tahun 2017-2021 memiliki likuiditas yang tidak tinggi, sehingga perusahaan memiliki keraguan untuk membayar hutang lancar perusahaan. Maka jaminan perusahaan yang diajukan ialah aset tetap yang tinggi berupa tanah dan bangunan serta mesin produksi. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Noviyanti Nita & Anam Hairul (2017) yang menunjukkan hasil likuiditas tidak berpengaruh terhadap struktur modal yang memiliki nilai signifikan 0.058 yaitu lebih besar dari 0.05. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, menggambarkan bahwa setiap penurunan maupun peningkatan likuiditas belum tentu sepenuhnya mempengaruhi penurunan atau kenaikan struktur modal.

Berdasarkan temuan dari hasil penelitian yang tertera menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap struktur modal. Ketika ukuran perusahaan tumbuh semakin besar, itu berarti bahwa ia membutuhkan lebih banyak pendanaan eksternal. Hal ini dikarenakan perusahaan besar memiliki kebutuhan pendanaan yang besar dan alternatif pembiayaannya adalah dengan menggunakan pendanaan eksternal. Namun, semakin besar

perusahaan yang ditandai dengan peningkatan aset, semakin banyak bukti bahwa ukuran perusahaan dapat menyebabkan tingkat utang yang lebih rendah, karena perusahaan lebih memprioritaskan sumber pendanaan internal daripada pendanaan eksternal. Hal ini sesuai dengan pecking order theory yang menjelaskan bahwa perusahaan lebih memilih dana internal daripada dana eksternal. Dan ini sejalan dengan laporan perusahaan subsektor rokok dari tahun 2017 hingga 2021 yang mana total utangnya lebih rendah dari total ekuitasnya. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang besar mempengaruhi perusahaan dalam memakai dana eksternal. Maka ini sesuai dengan penelitian dari Noviyanti Nita & Anam Hairul (2017) yang menunjukkan hasil penelitian ukuran perusahaan menunjukkan hasil berpengaruh terhadap struktur modal yang memiliki nilai signifikan 0.008 yang dimana lebih kecil dari 0.05.

Bedasarkan temuan dari hasil penelitian yang tertera menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak memiliki pengaruh terhadap struktur modal. Hal ini bisa disebabkan penjualan pada perusahaan subsektor rokok terus meningkat pada penjualan kredit yaitu dalam bentuk piutang yang terus menerus. Akibatnya, ada risiko gagal bayar atau kredit macet yang harus terus dikelola manajemen. Oleh karena itu, kreditur tidak perlu mempertimbangkan faktor pertumbuhan penjualan dalam pembiayaan perusahaan. Hal ini karena tidak mempengaruhi keberhasilan pembayaran utang perusahaan. Dan bisa dilihat dari laporan keuangan subsektor rokok tahun 2017-2021 memiliki piutang usaha yang selalu tinggi. Hal ini tidak sesuai dari penelitian terdahulu yaitu Ni Putu Intan Wulandari dan Luh Gede Sri Artini (2019) yang menunjukkan bahwa hasil dari pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap struktur modal dengan nilai signifikan 0.026 yaitu lebih kecil dari 0.05.

Bedasarkan temuan dari hasil yang tertera yaitu menunjukkan bahwa tingkat suku bunga tidak memiliki pengaruh terhadap struktur modal. Ini tidak sejalan dengan hipotesis yang diajukan yang mana tingkat suku bunga tidak berpengaruh terhadap struktur modal. Maka terbukti dari hasil penelitian ini hanya ukuran perusahaan yang berpengaruh terhadap struktur modal perusahaan subsektor rokok yang terdaftar pada bursa efek Indonesia periode 2017-2021.

KESIMPULAN

Penelitian ini adalah penelitian yang menunjukkan pengaruh dari Ukuran perusahaan, tingkat suku bunga, likuiditas dan pertumbuhan penjualan terhadap struktur modal pada subsektor rokok yang tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021. Pada hasil penelitian dan pembahasan ini dalam bab 4 yang sudah di lakukan, bisa disimpulkan sebagai berikut:

a. Likuiditas secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap struktur modal perusahaan subsektor rokok yang tercatat dalam Bursa Efek Indonesia. Hal ini menunjukkan jika tingkat likuiditas mengalami penurunan dan kenaikan belum tentu berpengaruh kepada struktur modal. Berdasarkan hasil yang ada, maka hipotesis yang diajukan di tolak yaitu

H1 : Likuiditas berpengaruh terhadap struktur modal subsektor rokok di Bursa Efek Indonesia.

b. Ukuran perusahaan secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap struktur modal perusahaan subsektor rokok yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa jika tingkat ukuran perusahaan mengalami penurunan dan kenaikan maka dapat

mempengaruhi struktur modal. Berdasarkan hasil yang ada maka hipotesis yang diajukan di terima yaitu

H2 : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap struktur modal perusahaan subsektor rokok di Bursa Efek Indonesia.

c. Pertumbuhan penjualan secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap struktur modal perusahaan subsektor rokok yang tercatat dalam Bursa Efek Indonesia. Hal ini menunjukkan jika tingkat pertumbuhan penjualan mengalami penurunan dan kenaikan belum tentu berpengaruh kepada struktur modal. Berdasarkan hasil yang ada, maka hipotesis yang diajukan di tolak yaitu

H3 : Pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap struktur modal subsektor rokok di Bursa Efek Indonesia.

d. Tingkat suku bunga secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap struktur modal perusahaan subsektor rokok yang tercatat dalam Bursa Efek Indonesia. Hal ini menunjukkan jika tingkat suku bunga mengalami penurunan dan kenaikan belum tentu berpengaruh kepada struktur modal. Berdasarkan hasil yang ada, maka hipotesis yang diajukan di tolak yaitu

H4 : tingkat suku bunga berpengaruh terhadap struktur modal subsektor rokok di Bursa Efek Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Bibliography

- Ariani, N. K., & Wiagustini, N. L. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi struktur modal perusahaan property & real estate yang terdaftar di BEI. *E-Jurnal manajemen* 6, 3168-3195.
- Asmawi, N., & Faridah, S. (2013). The Determinant of Copital Structure of SMEs in Malaysia:evidence from enterprise 50 (E50) SMEs. *Asian Social*, 9.
- Bhawa, I. B., & Dewi, M. R. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Profitabilitas dan Risiko Bisnis Terhadap Struktur Modal Perusahaan Famasi. *E-Jurnal Manajemen*, 4, 1949-1966.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2011). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan Terjemahan (10th ed.)*. Jakarta: Salemba Empat Penerjemah : Ali Akbar Yulianto.
- Brigham, R. F., & Houston, J. F. (2010). *Dasar-dasar Manajemen keuangan: Assetial Of Financial Management*. Jakarta: Salemba Empat.
- Deitiana, T., Wirasasmita, Y., Kartini, D., & Padmadisastra, S. (2015). Influence of Financial Ratio and Sales Growth on Devidend and Implication of Stock Price on Manufactured Companies Listes On Indonesia. *Internasional Journal of Economics Commerce and Management*, 87-97.

- Fahmi, I. (2015). *Pengantar Manajemen Keuangan Teori dan Soal Jawab*. Bandung: Alfabeta.
- Fahmi, I. (2016). *Pengantar Manajemen Keuangan Teori dan Soal Jawab*. Bandung: Alfabeta.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2012). *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Jakarta: Salemba Empat.
- Harahap, S. S. (2016). *Analisis Kritis atas Laporan keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Hardanti,S, & Gunawan, B. (2010). Pengaruh size, likuiditas profitabilitas, risiko dan pertumbuhan penjualan terhadap struktur modal. *Jurnal Akuntansi dan Investasi*, 11, 148-165.
- Hartono, J. (2017). *Teori Portofolio Dan Analisis Investasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Hasibuan, M. S. (2011). *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hidayat, A. (2014). *Penjelasan Metode analisis Regresi Data Panel*. Retrieved January 9, 2022: <https://www.statistikian.com/2014/11/regresi-data-panel.html>.
- Husmawanti. (2011). *Pengaruh Suku Bunga Deposito Berjangka terhadap Jumlah Tabungan Deposito Berjangka pada P.T. Bank Rakyat Indonesia (Persero)*. Kabupaten Gowa: Cabang Sungguminasa.
- Kasmir. (2012). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Khariry, M., & Yusniar, M. W. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi struktur modal. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 4,, 113-125.
- Mouna, Z., & Hedi, N. (2015). Determinants of capital structure:evidence from tunisian listed firms. *International Journal of Business and Management*,10.
- Murhadi, W. R. (2013). *Analisis Laporan Keuanagn: Proyeksi dan Valuasi Saham*. Jakarta: Salemba Empat.
- Puspita, I. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Risiko Bisnis dan Tingkat Suku Bunga terhadap Struktur Modal (Perusahaan Transportasi Periode 2012-2015). *E-Jurnal Manajemen*, 8, 2152-2179.
- Riyanto, B. (2008). *Dasar-dasar Pembelajaran Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE.
- Sartono, A. (2012). *Manajemen keuangan: Teoti dan Apli kasi (4th ed.)*. Yogyakarta: BPFE.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Wulandari, N,P., & Artini, L.G. (2019). Pengaruh Likuiditas, non debt tax shield, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan terhadap struktur modal. *E-jurnal manajemen*, 8, 3560-3589.

Pengaruh Volume Transaksi, Frekuensi Perdagangan, dan Jumlah Investor Lokal Terhadap *Return* Indeks Harga Saham Gabungan

¹⁾ Auliah Suhaeri Putri, auliah.suhaeriputri.ak18@mhs.wpnj.ac.id

²⁾ Fathir Ashfath, Fathir.ashfath@akuntansi.pnj.ac.id

Program Studi Manajemen Keuangan Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of local investors' transaction volume, trading frequency of local investors, and the number of local investors on JKSE Returns. The analysis technique used in this research is multiple linear regression. The research data uses secondary data taken from several official sites for the 2018-2021 period from each of the variables in the study. The results of this study indicate that the variable volume of local investors' transactions, trading frequency of local investors, and the number of local investors partially have no significant effect on JKSE Returns. Meanwhile, the variable volume of local investors' transactions, local investors' trading frequency, and the number of local investors have an effect on JKSE Returns.

Keywords: *Transaction volume, Local Investors, Trading Frequency, and JKSE*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh volume transaksi investor lokal, frekuensi perdagangan investor lokal, dan jumlah investor lokal terhadap *Return* IHSG. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Data penelitian menggunakan data sekunder yang di ambil dari beberapa situs resmi periode 2018-2021 dari setiap variabel yang ada dalam penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable volume transaksi investor lokal, frekuensi perdagangan investor lokal, dan jumlah investor lokal secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return* IHSG. Sedangkan secara simultan variable volume transaksi investor lokal, frekuensi perdagangan investor lokal, dan jumlah investor lokal berpengaruh terhadap *Return* IHSG.

Kata-Kata Kunci: Volume transaksi, Investor lokal, Frekuensi perdagangan, dan IHSG

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pasar modal merupakan sarana tempat bertemunya pemilik dana dan perusahaan maupun institusi lain yang sedang membutuhkan dana untuk pengembangan usaha, ekspansi, penambahan modal kerja. Menurut UU No.8 Tahun 1995 tentang pasar modal, Pasar Modal adalah kegiatan yang berhubungan dengan Penawaran Umum dan Perdagangan Efek, Perusahaan Publik yang berkaitan dengan Efek yang diterbitkannya, serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan Efek. Dalam lima tahun terakhir pasar modal Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) membuat kebijakan guna mendorong peningkatan dan bertahannya emiten di Bursa Efek Indonesia (BEI). Untuk mendukung pemulihan ekonomi nasional pemerintah mengeluarkan kebijakan-kebijakan ekonomi yang sejalan dengan kebijakan OJK.

Peningkatan jumlah investasi pada pertengahan sampai akhir 2021 menunjukkan bahwa pasar modal menjadi alternatif untuk memperoleh pendapatan selain juga untuk berinvestasi jangka panjang. Sejalan dengan program pemerintah untuk mendorong pemulihan ekonomi nasional. Selain kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan, pemerintah dan OJK gencar melakukan kegiatan literasi pasar modal, yang dimana Galeri Investasi BEI membuat kegiatan guna memberikan pengenalan dan peningkatan literasi mahasiswa pada pasar modal. Kegiatan dilaksanakan dengan peserta dari kalangan mahasiswa, bertujuan untuk membangun pengetahuan pasar modal, sekaligus sebagai wahana pembelajaran di bidang investasi. Setelah dilaksanakan kegiatan tersebut, antusiasme mahasiswa terhadap pasar modal meningkat, terlihat dari penambahan keikutsertaan mahasiswa dan melakukan pembukaan akun Rekening Dana Nasabah (RDN).

Dari sisi *demand*, OJK mencatat terjadi peningkatan jumlah investor Pasar Modal yang meningkat signifikan di sepanjang tahun 2021. Berdasarkan data di Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), peningkatan jumlah investor ini didominasi oleh investor domestik yang berumur di bawah 30 tahun yang mencapai sekitar 59,98 persen dari total Investor. Sedangkan dari sisi *supply*, OJK mencatat terdapat peningkatan dari jumlah Emiten baru maupun aktivitas Penawaran Umum dibandingkan akhir tahun 2020. Per 29 Desember 2021, jumlah investor sebanyak 7,48 juta atau meningkat sebesar 92,70 persen dibandingkan akhir tahun 2020 yang tercatat hanya sebesar 3,88 juta. Jumlah ini meningkat hampir tujuh kali lipat dibandingkan akhir tahun 2017.

Jumlah investor lokal yang meningkat menggambarkan bahwa masyarakat Indonesia sadar akan pentingnya investasi. Investasi penting dilakukan untuk mempersiapkan kebutuhan yang terencana di masa yang akan datang, seperti dana pendidikan, dana pada saat sakit, maupun dana pensiun. Selain untuk mempersiapkan dana untuk kebutuhan di masa yang akan datang, investasi juga melindungi aset yang kita miliki dari ancaman inflasi yang tidak dapat diprediksi.

Sejalannya dengan peningkatan investor yang meningkat dalam kurun waktu 5 tahun terakhir. Peningkatan pasar modal di Indonesia memiliki beberapa indikator yang menggambarkan kondisi pasar modal saat ini. Salah satu indikatornya adalah Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG). IHSG menggambarkan rangkaian informasi historis mengenai harga seluruh saham dalam jangka waktu tertentu. IHSG dikenal juga dengan *Jakarta Composite Index* mencakup pergerakan harga saham biasa dan saham preferen yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Nilai IHSG banyak dikaitkan dengan kondisi perekonomian Indonesia. IHSG sepanjang tahun 2021 mencatatkan kenaikan kinerja yang cukup

baik. Menguatnya IHSG didukung dengan bertambahnya jumlah investor lokal di pasar modal dalam negeri. Kenaikan IHSG dan nilai kapitalisasi pasar sejalan dengan peningkatan nilai, frekuensi perdagangan, dan volume transaksi.

Kinerja Pasar Modal Indonesia selama 2021 menunjukkan kinerja yang stabil dan membaik tercermin antara lain dari stabilitas pasar, aktivitas perdagangan, *return* Indeks Harga Saham Gabungan dan jumlah investor ritel yang mencapai rekor tertinggi. IHSG dalam jangka waktu 5 tahun terakhir juga mampu mencatatkan *performance* (kinerja) cukup baik dengan *return* yang hingga 27,14 persen. *Return merupakan tingkat pengembalian yang dinikmati oleh investor atas suatu investasi yang dilakukannya.* Pada umumnya saham yang banyak memiliki banyak peminat memiliki harga yang relatif tinggi sehingga akan memberikan *return* yang tinggi pula. Maka dari itu investor lebih menyukai saham-saham yang memiliki banyak peminat.

Selain investor lokal dan *return* IHSG mengalami peningkatan, aktivitas-aktivitas lain perdagangan pasar modal di Indonesia mencatatkan rekor tertinggi lainnya. Seperti peningkatan jumlah nilai transaksi harian yang naik menjadi rata-rata Rp 20,5 triliun per Januari 2021. Data transaksi selama tahun 2016 - 2020, nilai transaksi harian bursa rata-rata berada di level Rp 7,5 triliun sampai dengan Rp 9,2 triliun (Otoritas Jasa Keuangan, 2021. www.ojk.go.id. Diakses 12/05/2022).

Peningkatan volume transaksi juga mencatatkan rekor tertinggi yang mencapai 50,98 miliar saham di 9 November 2021, dan kapitalisasi pasar tertinggi yang mencapai Rp8.354 triliun di 13 Desember 2021. (Otoritas Jasa Keuangan, 2021. www.ojk.go.id. Diakses 03/05/2022). Volume transaksi mengacu pada jumlah saham yang diperdagangkan dalam pembukaan dan penutupan harian. Semakin tinggi volume selama pergerakan harga, semakin signifikan pergerakannya. Sebaliknya, jika semakin rendah volume selama pergerakan harga, semakin tidak signifikan pergerakannya. Volume transaksi biasanya ditampilkan dalam bentuk histogram dan terletak di bawah grafik harga saham. Tetapi, tidak semua platform trading saham menyediakan grafik harga yang lengkap. Investor yang lebih berpengalaman sering memanfaatkan charting tools dari pihak ketiga untuk melakukan analisis saham secara lebih komprehensif.

Menurut Wiyani dan Wijayanto (2010) Volume perdagangan saham adalah hal yang penting bagi seorang investor, karena volume perdagangan saham menggambarkan kondisi efek yang diperjualbelikan di pasar modal. Bagi investor, sebelum melakukan investasi atau penanaman modal merupakan bagian terpenting adalah tingkat likuiditas suatu efek. Volume perdagangan saham adalah salah satu indikator yang digunakan dalam analisis teknikal pada penilaian harga saham dan suatu instrumen yang dapat digunakan untuk melihat reaksi pasar modal terhadap informasi melalui parameter pergerakan aktivitas volume perdagangan saham di pasar. Oleh karena itu, perusahaan yang berpotensi tumbuh dapat berfungsi sebagai berita baik dan pasar seharusnya bereaksi positif.

Peningkatan nilai dan volume perdagangan saham di pasar modal merupakan salah satu indikator penting untuk mempelajari tingkah laku pasar, yaitu investor. Menurut Darwis (2013) naiknya volume perdagangan saham dapat menambah wawasan yang berguna bagi investor secara berkelanjutan dalam periode perdagangan saham, dimana saat volume perdagangan saham dalam jumlah kecil yang menyebabkan harga saham akan jatuh. Menurut penelitian terdahulu variabel volume transaksi dalam penelitian yang dilakukan Yunio dan Tri (2021) menyatakan volume perdagangan tidak memberikan kontribusi pada IHSG. Para investor tidak perlu mempertimbangkan volume perdagangan dikarenakan

volume perdagangan tidak memberikan kontribusi pada IHSG. Sedangkan penelitian yang dilakukan Faizatul, Jeni, dan Afi (2018) menyatakan volume Perdagangan saham menyatakan bahwa volume perdagangan saham tidak berpengaruh signifikan terhadap IHSG.

Saham dengan frekuensi perdagangan diperpengaruhi oleh perdagangan saham yang sangat aktif karena banyak kepentingan investor. Meningkatnya jumlah frekuensi perdagangan transaksi perdagangan, disebabkan oleh permintaan yang kuat, harga saham akan dorong lebih tinggi, sehingga *return* saham juga akan meningkat. Dalam aktivitas di bursa atau pasar modal, aktivitas frekuensi perdagangan saham adalah salah satu elemennya menjadi salah satu komponen dari respon yang diamati pasar untuk informasi yang masuk di pasar modal Silviyani (2014). Frekuensi perdagangan saham mempengaruhi jumlah saham yang beredar, jika jumlah frekuensi perdagangan suatu saham tinggi maka dinyatakan saham tersebut aktif diperdagangkan. Menurut penelitian terdahulu variabel frekuensi perdagangan dalam penelitian yang dilakukan oleh Ari Rian Wibowo, (2019) berpendapat bahwa variabel frekuensi perdagangan berpengaruh signifikan terhadap *return* saham pada perusahaan LQ45 di bursa efek indonesia periode 2013-2017.

Berdasarkan fenomena yang terjadi diatas penulis bermaksud membahas topik dan menguji volume transaksi investor lokal, frekuensi perdagangan investor lokal, dan jumlah investor lokal terhadap return Indeks Harga Saham Gabungan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan data 4 tahun periode 2018-2021. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Volume Transaksi, Frekuensi Perdagangan, dan Jumlah Investor Lokal Terhadap Return Indeks Harga Saham Gabungan”**

Tujuan

1. Menganalisis pengaruh volume transaksi investor lokal terhadap *return* Indeks Harga Saham Gabungan.
2. Menganalisis pengaruh frekuensi perdagangan investor lokal terhadap *return* Indeks Harga Saham Gabungan.
3. Menganalisis pengaruh jumlah investor lokal terhadap *return* Indeks Harga Saham Gabungan.
4. Menganalisis pengaruh volume transaksi investor lokal, frekuensi perdagangan investor lokal, dan jumlah investor lokal secara simultan mempengaruhi *return* Indeks Harga Saham Gabungan.

TINJAUAN PUSTAKA

Pasar Modal

Menurut Undang-Undang Pasar Modal No. 8 Tahun 1995, “Pasar modal adalah kegiatan yang berkaitan dengan penawaran umum dan transaksi Efek dan perusahaan publik yang berkaitan dengan efek yang diterbitkan Institusi dan pekerjaan yang berhubungan dengan sekuritas. Pasar modal berperan strategis dalam pembangunan nasional sebagai salah satu sumber Pembiayaan bagi dunia usaha dan sarana investasi bagi masyarakat”. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa peran pasar modal ialah Menjembatani aliran dana dari pihak yang memiliki dana (investor) kepada pihak yang membutuhkan dana (perusahaan).

Investasi

Investasi adalah penanaman modal, biasanya dilakukan dalam jangka Panjang untuk pengadaan aktiva lengkap atau pembelian saham-saham dan surat berharga lain untuk memperoleh keuntungan. Sadono Sukirno (2015) investasi adalah penanaman modal atau pengeluaran perusahaan untuk membeli barang

modal serta alat-alat produksi untuk meningkatkan kemampuan memproduksi barang dan jasa yang tersedia dalam perekonomian.

Indeks Harga Saham Gabungan

Indeks harga saham gabungan adalah tingkat indeks yang ditetapkan sebagai indikator tingkat kinerja gabungan dari seluruh saham perusahaan yang tercatat dalam pasar modal. Indeks harga pada pasar modal meliputi proses perkembangan indeks saham biasa dan saham preferen yang melibatkan semua perusahaan yang tercatat sebagai bagian dalam perhitungan nilai indeks. BEI berwenang penuh untuk mengelola satu atau beberapa perusahaan yang bergabung dalam perhitungan indeks harga saham gabungan.

Return

Return merupakan perubahan harga atas investasi setelah beberapa periode waktu. Pengembalian investasi atau *return* dapat direpresentasikan dalam bentuk selisih harga atau persentase. *Return* adalah tingkat keuntungan yang akan didapatkan dalam melakukan investasi. Hadi (2013) mengemukakan *return* adalah tingkat keuntungan yang dinikmati oleh pemodal atas suatu investasi yang dilakukannya.

Volume Transaksi

Volume transaksi digunakan sebagai alat ukur kegiatan perdagangan dalam kegiatan pasar modal. Volume transaksi mengacu pada jumlah saham yang diperdagangkan dalam pembukaan dan penutupan harian. Tiya Mardiyati (2015) berpendapat volume perdagangan adalah rasio antara jumlah lembar saham yang diperdagangkan pada waktu tertentu terhadap jumlah saham yang beredar pada waktu tertentu. Semakin tinggi volume perdagangan menandakan bahwa pasar dalam keadaan baik

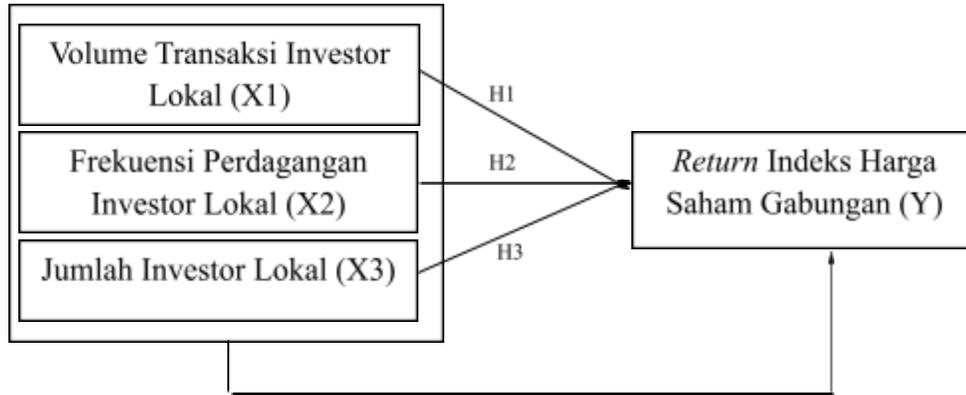
Investor Lokal

Investor ialah seseorang atau setiap entitas yang melakukan penanaman modal dengan harapan akan mendapatkan imbalan berbentuk uang. Aktivitas menanamkan modal tersebut dinamakan investasi. Penanam modal sangat bergantung dengan instrumen keuangan yang berbeda-beda. Kasmir dan Jakfar (2012) berpendapat Investor ialah seseorang yang melakukan penanaman modal dalam kegiatan yang memiliki periode relatif panjang dalam berbagai bidang usaha. Penanaman modal tersebut berupa proyek tertentu yang bersifat fisik atau non fisik.

Frekuensi Perdagangan

Andiani dan Gayatri (2018) mendefinisikan Frekuensi perdagangan transaksi adalah total transaksi yang diperdagangkan pada waktu tertentu. Frekuensi perdagangan menggambarkan berapa kali transaksi saham suatu emiten diperjualbelikan dalam waktu tertentu. Semakin meningkatnya jumlah frekuensi perdagangan suatu saham dapat dikatakan bahwa saham tersebut aktif diperjualbelikan. Frekuensi perdagangan disebabkan oleh tingginya permintaan, tingginya harga saham, dan *return* saham. Oleh karena itu, frekuensi perdagangan saham merupakan faktor yang menjadi salah satu komponen informasi pasar modal yang dapat dipahami investor tentang reaksi pasar atau aktivitas perdagangan saham. Frekuensi perdagangan saham mempengaruhi jumlah saham yang beredar, dan jika jumlah frekuensi perdagangan besar, saham aktif diperdagangkan.

Kerangka Pemikiran



METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data berbentuk angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran hingga penampilan hasil penelitian. Penelitian ini dilakukan untuk menguji variabel-variabel independen faktor fundamental yang diprosikan sebagai Volume transaksi Investor Lokal (X1), Frekuensi perdagangan Investor lokal (X2), dan Jumlah Investor Lokal (X3). Sedangkan variabel dependen menggunakan *Return* Indeks Harga Saham Gabungan.

Objek Penelitian

Objek penelitian ini berfokus kepada Indeks Harga Saham Gabungan dalam periode 2018 hingga 2021 dengan menggunakan data sekunder berupa laporan statistik mingguan yang diambil dari website resmi Otoritas Jasa Keuangan dan Bursa Efek Indonesia periode 2018 hingga 2021. Indeks Harga Saham Gabungan dipilih untuk mengukur kinerja seluruh saham yang terdapat pada pasar modal Indonesia, serta untuk mengukur kinerja dan perekonomian negara.

Metode Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah nilai *return* IHSG yang terdapat di Bursa Efek Indonesia. Adapun sampel penelitian yang digunakan metode *purposive sampling* yang digunakan adalah nilai IHSG yang terdapat di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2021. Metode pengambilan sampel yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS sebagai pengolahan datanya. Regresi linear berganda merupakan model

regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis regresi linier berganda dilakukan apabila jumlah variabel independennya lebih dari dua variabel. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh satu variabel atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	Minimum	Maximum	Mean
Return_IHSG	-0.17	0.08	-0.0002
Volume Transaksi	11545.77	152785.9	51658.28
Investor Lokal	0.25	0.84	0.6858
Frekuensi Investor Lokal	1083.15	7386.67	2246.265

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

		Y
N		207
	Mean	4.7003
Normal Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	1.23081
	Absolute	0.08
Most Extreme Differences	Positive	0.08
	Negative	-0.048
Test Statistic		0.08
Exact Sig. (2-tailed)		0.13
Point Probability		0

Pada table diatas apabila hasil pengujian data memiliki nilai lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa data tersebut terdistribusi secara normal, sedangkan jika nilai kurang dari 0,05 maka dikatakan bahwa data tersebut tidak terdistribusi normal. Seperti yang dapat dilihat dari Tabel pengujian diatas, hasil Uji KolmogorovSmirnov menunjukkan nilai sebesar 0,130 yang dimana $0,130 > 0,05$ yang berarti data tersebut terdistribusi secara normal.

2. Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Volume Transaksi	.647	1.547
Frekuensi Investor Lokal	.657	1.522
Jumlah Investor Lokal	.962	1.040

Dalam Uji Multikolinearitas dapat dikatakan tidak mengalami multikolinearitas apabila memiliki nilai collinearity tolerance lebih dari 0,1 dan memiliki nilai VIF kurang dari 10. Pada tabel menunjukkan hasil uji multikolinearitas untuk ketiga variabel bebas. Variabel volume transaksi investor lokal menunjukkan nilai tolerance sebesar $0,647 > 0,1$ dan nilai VIF $1,547 < 10$. Variabel

frekuensi perdagangan investor lokal menunjukkan nilai tolerance sebesar $0,657 > 0,1$ dan nilai VIF $1,522 < 10$. Variabel investor lokal menunjukkan nilai tolerance sebesar $0,962 > 0,1$ dan nilai VIF $1,040 < 10$. Berdasarkan hasil yang telah diperoleh tersebut maka dapat dikatakan bahwa data diatas tidak terjadi multikolinearitas

3. Uji Auto Korelasi

Model	Durbin-Watson
1	1.458

Berdasarkan tabel Distribusi Durbin Watson didapatkan nilai $d_L = 1.7382$ dan $d_U = 1.7990$, sedangkan nilai Durbin-Watson model regresi adalah sebesar 1,458. Berdasarkan pengambilan keputusan dalam uji durbin watson di atas, jika nilai d (durbin watson) $< d_L$ maka terdapat autokorelasi positif. Pada penelitian ini nilai $d = 1,458 < d_L = 1.7382$ dapat disimpulkan bahwa autokorelasi positif.

KESIMPULAN

1. Volume transaksi investor lokal secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *return* IHSG. Artinya jika terjadi kecenderungan kenaikan volume transaksi investor lokal terhadap *return* IHSG, maka akan tidak akan berpengaruh terhadap *return* IHSG.
2. Frekuensi perdagangan investor lokal secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *return* IHSG. Artinya jika terjadi kecenderungan kenaikan frekuensi perdagangan investor lokal terhadap *return* IHSG, maka akan tidak akan berpengaruh terhadap *return* IHSG.
3. Jumlah investor lokal secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *return* IHSG. Artinya jika terjadi kecenderungan kenaikan jumlah investor lokal terhadap *return* IHSG, maka akan tidak akan berpengaruh terhadap *return* IHSG.
4. Secara simultan volume transaksi investor lokal, frekuensi perdagangan investor lokal, dan jumlah investor lokal berpengaruh signifikan terhadap *return* IHSG.

SARAN

1. Bagi investor
Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi atau referensi sebelum berinvestasi dengan melihat beberapa faktor yang relevan mempengaruhi *return* IHSG. Dari hasil penelitian ini diharapkan para investor dapat melakukan diversifikasi investasinya terhadap portofolio. Tetapi penelitian Ini saja tidak cukup untuk membuat keputusan investasi, jadi untuk dapat berinvestasi dengan bijak, perlu dilakukan analisa teknikal dan fundamental yang lebih luas.
2. Bagi peneliti
Jika ingin mempelajari topik serupa, disarankan perluas ruang lingkup penelitian dengan menggunakan variabel independen tambahan. Hal ini juga terkait dengan mempengaruhi *return* IHSG dan memperpanjang time frame belajar.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Patoni, A. L. (2020). PENGARUH HARGA SAHAM DAN FREKUENSI PERDAGANGAN SAHAM TERHADAP BID-ASK SPREAD (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG MELAKUKAN STOCK SPLIT DI BURSA EFEK INDONESIA SELAMA PERIODE 2009-20140. *JURNAL AKUNIDA ISSN 2442-3033 Volume 1 Nomor 2*.
- Ari Rian Wibowo dan Dr. Hendratno SE, A. M. (2019). e-Proceeding of Management . *Pengaruh Frekuensi Perdagangan Saham, Volume Perdagangan Saham Dan Kapitalisasi Pasar Terhadap Return Saham Perusahaan Yang Berada Pada Indeks LQ45 Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2013-2017*.
- Azizah, I. U. (2017). *Pengaruh Frekuensi Perdagangan Saham, Volume Perdagangan Saham, Dan Inflasi Terhadap Return Saham Perusahaan Subsektor Perkebunan Dalam Indeks Saham Syari'ah Indonesia Tahun 2013-2015*.
- Faizatul Mufidah, e. a. (2016). Pengaruh Volume Perdagangan Saham, Tingkat Inflasi, Suku Bunga, Kurs, Tax Rate Terhadap Indeks Harga Saham . *e – Jurnal Riset Manajemen* .
- Fauzan, F. (2021). ANALISIS PENGARUH NILAI TUKAR RUPIAH DAN INDEKS BURSA EFEK GLOBAL TERHADAP INDEKS HARGA SAHAM GABUNGAN PADA BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2018-2020. *Repository Politeknik Negeri Jakarta*.
- Filbert, R. (2016). *Yuk Nabung Saham*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Hidayat, A. (2012). *Penjelasan Uji Mann Whitney U Test – Lengkap*. Retrieved from Statistikian: <https://www.statistikian.com/2014/04/mann-whitney-u-test.html>
- Jakarta Stock Exchange Composite (JKSE)*. (2022). Retrieved from Investing.com: <https://id.investing.com/indices/idx-composite>
- Maknun et al. (2010). ANALISIS PENGARUH FREKUENSI PERDAGANGAN, VOLUME PERDAGANGAN, KAPITALISASI PASAR, DAN TRADING DAY TERHADAP RETURN SAHAM PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE TAHUN 2006-2008. *E-Journal Undip*.
- Maysie, K. (2021). Pengaruh Frekuensi Perdagangan, Volume Perdagangan, & Kapitalisasi Pasar Terhadap Return Saham Pada Sektor Pariwisata Yang Terdaftar Di BEI. *JURNAL MANAJEMEN SAINS DAN ORGANISASI*.
- MEMAHAMI KOEFISIEN DETERMINASI DALAM REGRESI LINEAR*. (2021, Agustus). Retrieved from BINUS UNIVERSITY: <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-koefisien-determinasi-dalam-regresi-linear/#:~:text=Uji%20koefisien%20determinasi%20dilakukan%20untuk,dari%20model%20penelitian%20yang%20diajukan>.

- Novaliasari, E. (2019). Pengaruh frekuensi perdagangan saham, volume perdagangan saham dan kapitalisasi pasar Terhadap return saham lq45. *Perbanas Institutional Repository*.
- Nurmasari, I. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Perubahan Harga Saham dan Volume Transaksi (Studi Kasus Pada PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk. *Jurna Sekuritas*.
- Pertiwi, Y. R. (2021). *Indeks dow jones, nikkei 225, inflasi dan volume perdagangan: analisis pengaruh terhadap IHSG*.
- Putra, A. S. (2018). *Anak muda miliarder saham*. PT Elex Media Komputindo.
- Rahmawati, e. a. (2019). Pengaruh Frekuensi Perdagangan Saham, Volume Perdagangan Saham, Suku Bunga, dan Kurs terhadap Return Saham (Studi Kasus Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2018). *Repository UMS*.
- Sebo, S. S. (2016). *Management Analysis Journal. Pengaruh Inflasi, Nilai Tukar, Suku Bunga, Dan Volume Transaksi Terhadap Harga Saham Perusahaan Pada Kondisi Pandemi Covid-19*.
- Setiasri, R. (2017). PENGARUH RAMADHAN TERHADAP RETURN DAN VOLUME PERDAGANGAN SAHAM PADA JAKARTA ISLAMIC INDEX (JII). *JURNAL MANAJEMEN DEWANTARA*.
- STATISTIK PASAR MODAL INDONESIA*. (n.d.). Retrieved from Otoritas Jasa Keuangan: <https://www.ojk.go.id/id/kanal/pasar-modal/data-dan-statistik/statistik-pasar-modal/Default.aspx>
- Tahmat et al. (2021). SIKAP. *Pengaruh Nilai Transaksi, Volume Perdagangan Dan Nilai Tukar Rupiah Terhadap Indeks LQ45 Periode 2013 – 2017*.
- taslim, a. (2016). Pengaruh Frekuensi Perdagangan Saham, Volume Perdagangan Saham, Kapitalisasi Pasar dan Jumlah Hari Perdagangan terhadap Return Saham. *Vol 5 No 1 (2016): Management Analysis Journal*.
- Wijayanti, R. I. (2022, Juli 5). *Begini Cara Menghitung Return Saham, Simak Langkahnya!* Retrieved from IDX Channel: <https://www.idxchannel.com/market-news/begini-cara-menghitung-return-saham-simak-langkahnya-1>

Pengaruh Pengungkapan *Environmental, Social, and Governance* (ESG) Terhadap Tingkat Profitabilitas Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Infrastruktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)

Andi Ghazali¹⁾, Zulmaita²⁾

¹⁾ Program Studi Manajemen Keuangan, Politeknik Negeri Jakarta

²⁾ Program Studi Manajemen Keuangan Politeknik Negeri Jakarta
Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, Kota Depok, Jawa Barat 16424

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Environmental, Social, and Governance (ESG) disclosures on company's profitability rate, especially on infrastructure sector companies who are listed in Indonesia Stock Exchange (IDX). The method used for this research is multiple linear regression for data panel. The samples were selected using purposive sampling and compiled data of 36 firm samples for 2018-2021 period. The results of this research show that partially or individually, independent variables stated by environmental, social, and governance disclosures have no effect on profitability rate which are proxy by ROA and ROIC. However, all three variables simultaneously have a moderate effect of significant level on the company's profitability rate.

Keywords: *Infrastructure Sector; Environmental, Social, and Governance (ESG) Disclosures; ROA; ROIC*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengungkapan *Environmental, Social, dan Governance* (ESG) terhadap tingkat profitabilitas perusahaan terkhususnya pada perusahaan sektor infrastruktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Metode analisis yang digunakan regresi linier berganda *data panel*. Pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dan meneliti data sebanyak 36 sampel perusahaan untuk periode pengamatan tahun 2018 hingga 2021. Hasil penelitian menemukan bahwa secara parsial atau secara individual, variabel independen yang dijelaskan oleh pengungkapan *environmental, social, dan governance* tidak pengaruh terhadap profitabilitas yang diprosikan dengan ROA dan ROIC. Tetapi ketiga variabel secara simultan, tersebut berpengaruh signifikansi moderat terhadap tingkat profitabilitas.

Kata-Kata Kunci: Sektor Infrastruktur; Pengungkapan *Environmental, Social, and Governance* (ESG); ROA; ROIC

¹ Corresponding author. E-mail: andi.ghazali.ak18@mhswnj.ac.id

² Corresponding author. E-mail: zulmaita@akuntansi.pnj.ac.id

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dunia keuangan dan investasi, kini telah mengalami keterbaruan terutama pada pendekatan praktiknya. Praktik yang dimaksud adalah investasi dengan keterlibatan pendekatan aspek keberlanjutan atau kini lebih dikenal dengan sebutan *sustainable investing*. *Sustainable investing* menurut Stobierski (2021), adalah investasi dengan mempertimbangkan aspek Lingkungan (*Environmental*), Sosial (*Social*), dan Tata Kelola (*Governance*) atau aspek ESG sebelum memutuskan pemberian dana kepada suatu perusahaan atau usaha bisnis. Pendekatan akan ketiga aspek tersebut disebutkan dapat memberikan dampak positif pada ruang lingkup sosial lingkungan dan perolehan imbal balik yang lebih baik. Penerapan aspek ESG pada pasar luar negeri menunjukkan pengaruh yang menjanjikan. Henisz, Koller, & Nuttall (2019) menyebutkan ESG dapat memberikan value tambahan melalui berbagai cara, salah satunya adalah dengan nilai manfaat (*value proposition*) yang kuat, ESG dapat membawa perusahaan menjangkau pasar yang baru dan memperluas pasar yang sudah ada, di mana hal ini tentu akan mendorong tingkat profitabilitas perusahaan dalam menjalankan bisnisnya.

Perkembangan penerapan ESG pada praktik investasi kini telah menyebarkan ajarannya ke seluruh penjuru dunia. Survei oleh RBC (2018) menemukan 72% responden (berasal dari Amerika, Kanada, Eropa, dan Asia) memasukkan penerapan aspek ESG ke dalam proses pengambilan keputusan investasi mereka. Pergerakan aspek berkelanjutan ini juga telah direspon oleh Indonesia melalui keluarnya *Roadmap Sustainable Finance Roadmap* Tahap II Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Salah satu tujuan dari rencana strategis tersebut adalah untuk mengedepankan penerapan aspek LST atau ESG ke dalam seluruh aktivitas pembangunan dengan fokus menciptakan ekosistem keuangan berkelanjutan yang komprehensif (Otoritas Jasa Keuangan, 2021).

Sektor infrastruktur menjadi salah satu sektor industri yang didukung untuk diterapkannya aspek ESG ke dalam operasional bisnisnya. Menteri Keuangan Indonesia, Sri Mulyani mengatakan akan ditingkatkannya konektivitas dan didukungnya upaya untuk mengadaptasi serta mendorong kinerja ESG dalam pembangunan infrastruktur sebagai upaya pemulihan ekonomi (Winarto & Masitoh, 2022). Meskipun didukung dan didorong implementasi ESG ke dalam lini bisnis perusahaan, masih banyak perusahaan Indonesia yang belum bisa menerapkan konsep berkelanjutan atau mengungkapkan informasi tersebut ke publik. Indonesia sendiri masih dapat digolongkan pada tahap progresif untuk penerapan konsep berkelanjutan. Menurut International Association for Public Participation Indonesia (2022), pergerakan lambatnya Indonesia dalam penerapan konsep berkelanjutan dapat disebabkan akibat adanya tantangan yang harus dihadapi seperti pemahaman yang belum optimal, *resources* yang belum cukup dan besarnya biaya konsultasi untuk pengelolaan aspek ESG.

Dengan adanya pengungkapan ESG serta regulasi dari badan otoritas, pemahaman masyarakat akan investasi keberlanjutan diharapkan akan terus meningkat. Dari sudut pandang perusahaan, dengan adanya pengungkapan informasi ESG tentu dapat menarik investor yang melihat aspek keberlanjutan untuk menanamkan dana kepada perusahaan sebagai tujuan investasi. Pengungkapan ESG juga dapat mendukung citra perusahaan (*corporate identity*) menjadi lebih baik. Peningkatan citra dan meluasnya nama baik perusahaan tentu berkesempatan untuk menarik konsumen sehingga berdampak pada perolehan loyalitas perusahaan itu sendiri.

Permasalahan

Dengan ketertarikan investor kepada perusahaan yang mengimplementasikan dan/atau mengungkapkan aspek ESG serta kesempatan bagi perusahaan untuk meningkatkan performa keuangan

melalui terciptanya reputasi publik yang baik, maka timbul masalah penelitian yaitu apakah adanya pengaruh pengungkapan ESG terhadap tingkat profitabilitas perusahaan?

Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan masalah penelitian, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis pengaruh pengungkapan (*disclosure*) *Environmental* terhadap tingkat profitabilitas pada perusahaan di sektor infrastruktur.
2. Menganalisis pengaruh pengungkapan (*disclosure*) *Social* terhadap tingkat profitabilitas pada perusahaan di sektor infrastruktur.
3. Menganalisis pengaruh pengungkapan (*disclosure*) *Governance* terhadap tingkat profitabilitas pada perusahaan di sektor infrastruktur.
4. Menganalisis pengaruh pengungkapan (*disclosure*) *Environmental, Social, and Governance* terhadap tingkat profitabilitas pada perusahaan di sektor infrastruktur.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* menjelaskan bahwa *stakeholder* atau dikenal sebagai pemangku kepentingan adalah sekelompok orang atau individu yang berpengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap pencapaian tujuan perusahaan (Mulpiani, 2019). Teori ini juga menjadikan landasan strategis mengenai bagaimana cara perusahaan mengelola komunikasi dengan para pemangku kepentingan di mana perusahaan dituntut memperhatikan dan memberikan manfaat kepada para pemangku kepentingannya (Bani Khalid & Reza, 2017). Keberadaan pemangku kepentingan mampu mempengaruhi kebijakan perusahaan yang berdampak pada aktivitas bisnis perusahaan.

Dengan adanya pengaruh dari pemangku kepentingan, maka perusahaan harus mencari dukungan dari setiap *stakeholder* atas aktivitas bisnis yang dilakukan guna menjaga serta menopang keberlangsungan hidup perusahaan. Pencarian dukungan tersebut dapat dilakukan dengan melakukan pengungkapan informasi seputar aktivitas perusahaan baik dari sisi keuangan maupun non keuangan. Dukungan dan perhatian yang diberikan pemangku kepentingan dapat dilakukan dengan beberapa cara seperti dukungan penggunaan produk atau jasa, pernyataan dana atau bentuk investasi lainnya, atau terbangunnya citra baik perusahaan di kalangan pemangku kepentingan. Dengan demikian, perusahaan akan mendapat dukungan dalam menjalankan alur operasional bisnis sehingga meningkatnya kinerja perusahaan yang tentu akan berdampak pada pencapaian tingkat profitabilitas yang lebih baik.

Pengungkapan ESG

Pengungkapan ESG atau *ESG disclosures* adalah alat pengukuran dalam perkembangan pengungkapan informasi atas dampak dari praktik lingkungan, sosial, dan tata kelola yang dilaksanakan oleh perusahaan. Pengungkapan informasi yang bersifat non-finansial ini dapat dijadikan indikator penting dalam menilai dan mengevaluasi kinerja perusahaan selama keberlangsungan aktivitas operasionalnya beserta dampaknya atas ketiga kriteria tersebut.

Pengukuran pengungkapan ESG dapat ditelusuri dengan menggunakan *GRI Standards*. *GRI Standards* atau standar GRI merupakan sebuah upaya praktik terbaik yang dikembangkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI) yang menyusun kerangka kerja dalam hal pelaporan dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial kepada publik melalui standarisasi yang diakui global (*Global Reporting Initiative*, 2016). Pada pendekatan pengungkapan ESG, perusahaan dapat menggunakan GRI 300 untuk topik

lingkungan (*environmental*) dengan total indikator pengungkapan 32 *item*, GRI 400 untuk topik sosial (*social*) dengan total indikator pengungkapan 40 *item*, dan GRI 102 untuk informasi tata kelola (*governance*) dengan total indikator pengungkapan 27 *item*. Teknik perhitungan pengungkapan ESG dapat menggunakan perbandingan jumlah indikator yang berhasil dilaporkan suatu perusahaan dengan jumlah total indikator yang ada di setiap modul GRI untuk setiap aspek ESG. Perhitungan ini menggunakan *dummy variable* dengan pemberian nilai 1 apabila pengungkapan (*disclosure*) *item* diungkapkan dan pemberian nilai 0 apabila *disclosure item* tidak diungkapkan.

$$ESG_j = \frac{\text{Sum of company's disclosure item}}{\text{Total of GRI's disclosure standard item}}$$

Tingkat Profitabilitas Return on Asset (ROA)

Menurut Kasmir (2018), tingkat profitabilitas suatu perusahaan dapat diukur menggunakan rasio keuangan profitabilitas, salah satunya adalah ROA atau *Return on Asset*. Rasio ini salah satu *return ratio* yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan memberdayakan aset yang dimiliki. Rasio ini dapat dihitung dengan membandingkan pendapatan bersih dengan total aset perusahaan.

$$ROA = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Assets}}$$

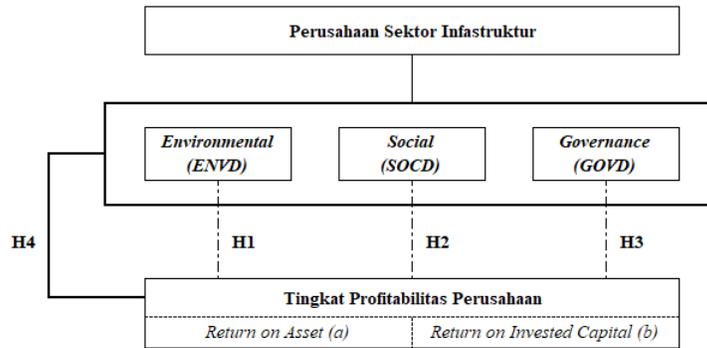
Tingkat Profitabilitas Return on Invested Capital (ROIC)

Rasio keuangan lain yang dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas perusahaan adalah ROIC atau *Return on Invested Capital*. Rasio ini adalah salah satu *return ratio* yang mengukur kemampuan perusahaan dalam memberikan tingkat pengembalian dari laba operasional terhadap investor dengan menggunakan modal penyedia baik dari obligasi, saham, dan modal bentuk lainnya. Rasio ini dapat dihitung dengan membandingkan laba operasional setelah pajak dengan menjumlahkan modal yang diterima oleh perusahaan melalui sumber pendanaan yang dilakukan.

$$ROIC = \frac{\text{EBIT} \times (1 - \text{Tax Rate})}{\text{Debt (Without Bearing Interest)} + \text{Equity}}$$

Kerangka Pemikiran

Meningkatnya investor yang mementingkan aspek berkelanjutan dalam investasi serta regulasi Indonesia yang mendukung pertumbuhan keuangan berkelanjutan menjadikan aspek ESG sebagai aspek yang mulai diperhatikan dalam ruang lingkup perusahaan. Sektor infrastruktur sebagai pioner terdepan turut menerapkan serta mengungkapkan aspek ESG ke dalam lini bisnisnya. Dengan tertariknya banyak investor terhadap perusahaan yang mengungkapkan informasi keberlanjutan berpotensi mendapatkan dukungan investasi dan peningkatan performa keuangan yang kelak akan mempengaruhi tingkat profitabilitas perusahaan. Berdasarkan kerangka pemikiran dikemukakan, maka dibentuk model penelitian untuk pengembangan hipotesis dan penggambaran hubungan pengungkapan ESG dan tingkat profitabilitas perusahaan sebagai berikut.



Gambar 1. Model Penelitian
Sumber: Data diolah

H₁ : Pengungkapan *Environmental* (ENVD) berpengaruh terhadap tingkat profitabilitas perusahaan

H_{1a} : Pengungkapan *Environmental* (ENVD) berpengaruh signifikan positif terhadap *Return on Assets* (ROA)

H_{1b} : Pengungkapan *Environmental* (ENVD) berpengaruh signifikan positif terhadap *Return on Invested Capital* (ROIC)

H₂ : Pengungkapan *Social* (SOCD) berpengaruh terhadap tingkat profitabilitas perusahaan

H_{2a} : Pengungkapan *Social* (SOCD) berpengaruh signifikan positif terhadap *Return on Assets* (ROA)

H_{2b} : Pengungkapan *Social* (SOCD) berpengaruh signifikan positif terhadap *Return on Invested Capital* (ROIC)

H₃ : Pengungkapan *Governance* (GOVD) berpengaruh terhadap tingkat profitabilitas perusahaan

H_{3a} : Pengungkapan *Governance* (GOVD) berpengaruh signifikan positif terhadap *Return on Assets* (ROA)

H_{3b} : Pengungkapan *Governance* (GOVD) berpengaruh signifikan positif terhadap *Return on Invested Capital* (ROIC)

H₄ : Pengungkapan *Environmental*, *Social*, dan *Governance* (ESGD) secara simultan berpengaruh terhadap tingkat profitabilitas perusahaan

H_{4a} : Pengungkapan *Environmental*, *Social*, dan *Governance* (ESGD) secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap *Return on Assets* (ROA)

H_{4b} : Pengungkapan *Environmental*, *Social*, dan *Governance* (ESGD) secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap *Return on Invested Capital* (ROIC)

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi yang menjadi objek penelitian ini adalah perusahaan sektor infrastruktur yang tercatat di BEI dengan periode pengamatan dari tahun 2018 hingga tahun 2021. Metode pemilihan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu pemilihan dengan didasarkan atas kriteria tertentu, di mana kriterianya adalah sebagai berikut.

1. Perusahaan telah terdaftar di BEI sejak akhir tahun 2017 hingga tahun 2021

2. Perusahaan menerbitkan Laporan Keuangan dan Laporan Tahunan untuk tahun 2018, 2019, 2020, dan/atau 2021
3. Perusahaan menerbitkan Laporan Keberlanjutan untuk tahun 2018 hingga tahun 2018, 2019, 2020, dan/atau 2021

Penelitian berhasil mendapatkan 12 perusahaan yang dijadikan sampel penelitian dengan kode saham bursa ADHI, EXCL, IPCM, JSMR, META, POWR, PTPP, TBIG, TLKM, TOWR, WIKA, WSKT. Penelitian ini berhasil menggunakan sampel perusahaan dengan jumlah 36 data selama periode pengamatan.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan untuk penelitian ini adalah data kuantitatif dengan bentuk data sekunder. Data yang digunakan bersumber dari BEI atau situs resmi masing-masing perusahaan sampel di mana data diperoleh dari Laporan Keuangan, Laporan Tahunan, dan Laporan Keberlanjutan.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier. Data yang digunakan untuk metode ini adalah *data panel* yang merupakan gabungan antara data *cross section* dan *time series* dengan menggunakan bentuk data *unbalanced data panel*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Penelitian ini menggunakan pengungkapan *environmental* (ENVD), pengungkapan *social* (SOCD), pengungkapan *governance* (GOVD) sebagai variabel independen; ROA dan ROIC sebagai variabel dependen; serta *financial leverage* (LEV) dan *firm size* (FSZ) sebagai variabel kontrol.

Tabel 1. Hasil Statistik Deskriptif
Sumber: Data diolah

Descriptive Statistics					
	Jumlah	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ENVD	36	0.000	0.750	0.267	0.179
SOCD	36	0.025	0.600	0.342	0.154
GOVD	36	0.074	1.000	0.268	0.264
ROA	36	-0.048	0.123	0.028	0.037
ROIC	36	-0.042	0.134	0.041	0.040
LEV	36	0.185	6.054	2.780	1.498
FSZ	36	27.877	33.260	31.453	1.132
Valid N (listwise)	36				

Berdasarkan Tabel 1, dapat dinyatakan bahwa variabel ENVD, SOCD, GOVD, ROIC, LEV, FSZ memiliki nilai rata-rata (mean) lebih besar daripada nilai standar deviasi, hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut mempunyai sebaran yang kecil sehingga penyimpangan data yang tidak menyebar luas. Sedangkan variabel ROA memiliki nilai mean yang lebih kecil dibandingkan nilai standar deviasi sehingga penyebaran nilainya tidak merata.

Hasil Analisis Regresi

Metode analisis yang dilakukan penelitian ini adalah metode regresi data panel di mana perlu diuji ketepatan model pengujian statistik yang tepat antara *Common Effect Model*, *Fixed Effect Model*, atau *Random Effect Model*.

Tabel 2. Hasil Pemilihan Model Regres
Sumber: Data diolah

	ROA			ROIC		
	Uji Chow	Uji Hausman	Uji Lagrange	Uji Chow	Uji Hausman	Uji Lagrange
Prob.	0.0002	0.9589	0.0005	0.0004	0.9179	0.0026
Keputusan	Tolak H0	Terima H0	Tolak H0	Tolak H0	Terima H0	Tolak H0
Model Terpilih	FEM	REM	REM	FEM	REM	REM
Kesimpulan	<i>Random Effect Model (REM)</i>			<i>Random Effect Model (REM)</i>		

Berdasarkan Tabel 2, kedua model penelitian terhadap tingkat profitabilitas yakni ROA dan ROIC, memiliki hasil keputusan untuk menggunakan *Random Effect Model (REM)* sebagai model regresi terbaik. Dengan terpilihnya model REM didapatkan persamaan regresi untuk kedua model penelitian sebagai berikut.

$$\text{Model ROA} = - 0.1620 - 0.0053 \text{ ENVD} + 0.0227 \text{ SOCD} - 0.0382 \text{ GOVD} - 0.0161 \text{ LEV} + 0.0077 \text{ FSZ} + e$$

$$\text{Model ROIC} = -0.2089 - 0.0154 \text{ ENVD} + 0.0277 \text{ SOCD} - 0.0505 \text{ GOVD} - 0.0139 \text{ LEV} + 0.0096 \text{ FSZ} + e$$

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik pada penelitian ini dilakukan melalui empat tahapan yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, dan uji autokorelasi.

1. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas menghasilkan nilai probabilitas sebesar 0.435 untuk model ROA dan 0.894 untuk model ROIC. Hasil uji ini menunjukkan nilai lebih besar dari alpha (5%), maka dapat dinyatakan bahwa kedua model penelitian berdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan nilai probabilitas lebih besar dari alpha (5%) untuk setiap variabel pada model penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa model penelitian yang diuji terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas

Hasil uji ini nilai korelasi dari setiap variabel bernilai dibawah nilai 0.85. Hal ini menunjukkan bahwa model penelitian yang dilakukan terbebas dari masalah multikolinearitas.

4. Uji Autokorelasi

Dengan terpilihnya model REM sebagai bentuk model penelitian, maka tidak perlu dilakukan uji autokorelasi. Hal ini dikarenakan pengujian dengan model REM yang menggunakan metode

Generalized Least Square (GLS) dapat mengatasi permasalahan autokorelasi (Hadya, Begawati, & Yusra, 2017).

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 3. Model REM (ROA dan ROIC)
Sumber: EViews 9, data diolah

Model ROA					Model ROIC				
Variable	Coefficien t	Std. Error	t-Statisti c	Prob.	Variable	Coefficien t	Std. Error	t-Statisti c	Prob.
C	-0,1620	0,2614	-0,6196	0,5402	C	-0,2089	0,2997	-0,6971	0,4911
ENVD	-0,0053	0,0318	-0,1657	0,8695	ENVD	-0,0154	0,0386	-0,3981	0,6934
SOCD	0,0227	0,0562	0,4034	0,6895	SOCD	0,0277	0,0676	0,4095	0,6851
GOVD	-0,0382	0,0232	-1,6508	0,1092	GOVD	-0,0505	0,0278	-1,8162	0,0794
LEV	-0,0161	0,0046	-3,5119	0,0014	LEV	-0,0139	0,0054	-2,5493	0,0161
FSZ	0,0077	0,0086	0,8978	0,3764	FSZ	0,0096	0,0099	0,9718	0,3389
Weighted Statistics					Weighted Statistics				
R-squared	0,4005	Mean dependent var	0,0087		R-squared	0,3171	Mean dependent var	0,0134	
Adjusted R-squared	0,3006	S.D. dependent var	0,0200		Adjusted R-squared	0,2032	S.D. dependent var	0,0234	
S.E. of regression	0,0162	Sum squared resid	0,0079		S.E. of regression	0,0201	Sum squared resid	0,0121	
F-statistic	4,0086	Durbin-Watson stat	1,7330		F-statistic	2,7854	Durbin-Watson stat	1,8361	
Prob(F-statistic)	0,0066				Prob(F-statistic)	0,0350			

Pengaruh Pengungkapan *Environmental* Terhadap Tingkat Profitabilitas Perusahaan

Berdasarkan Tabel 3, nilai probabilitas ENVD memiliki nilai sebesar 0.869 untuk model ROA dan 0.693 untuk model ROIC. Hal ini menandakan hipotesis H_{1a} dan H_{1b} yang dikemukakan **ditolak**. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan aspek lingkungan tidak berpengaruh terhadap tingkat profitabilitas perusahaan terkhususnya perusahaan sektor infrastruktur.

Hasil temuan ini tidak sejalan dengan teori *Stakeholder* di mana semestinya dengan meningkatnya perhatian perusahaan terhadap hubungan dengan para pemangku kepentingan (*stakeholder*) dapat mendukung keberlangsungan operasional perusahaan sehingga perusahaan kelak dapat memaksimalkan tingkat profitabilitasnya. Hasil penelitian Husada & Handayani (2021) juga menemukan tidak adanya pengaruh signifikansi atas pengungkapan lingkungan terhadap kinerja keuangan yang diprosikan oleh ROA. Perbedaan tersebut bertolak belakang dengan fungsi pengungkapan aspek lingkungan (*environmental*) di mana sepatutnya pengungkapan tersebut dapat mengkomunikasikan harapan atau kebutuhan para pemangku kepentingan bagi perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan dalam mengelola dampak dan kontribusinya terhadap lingkungan. Hasil temuan yang berbeda tersebut dapat diakibatkan karena kurangnya pemahaman aspek lingkungan yang kompleks pada negara Indonesia yang tergolong masih berkembang dalam tren ESG. Hal ini dapat dibuktikan dengan penilaian pengungkapan aspek lingkungan yang didapatkan oleh perusahaan sampel, di mana hanya sebanyak tiga perusahaan dari sampel penelitian yang berhasil mengungkapkan pengungkapan *environmental* lebih 50% dan rata-rata pengungkapan *environmental* pada perusahaan sampel hanya mencapai 26,65% (berdasarkan perhitungan pengungkapan dengan *dummy variable*). Rendahnya pengungkapan pada pengungkapan lingkungan dapat mengindikasikan bahwa perusahaan sektor infrastruktur saat ini belum bisa menerapkan

konsep berkelanjutan atau pengungkapan aspek lingkungan secara keseluruhan atau layak untuk menjadikan pengungkapan aspek lingkungan sebagai suatu faktor yang mempengaruhi tingkat profitabilitasnya.

Pengaruh Pengungkapan *Social* Terhadap Tingkat Profitabilitas Perusahaan

Berdasarkan Tabel 3, nilai probabilitas SOCD memiliki nilai sebesar 0.689 untuk model ROA dan 0.685 untuk model ROIC. Hal ini menandakan hipotesis H_{2a} dan H_{2b} , yang dikemukakan **ditolak**. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan aspek sosial tidak berpengaruh terhadap tingkat profitabilitas perusahaan terkhususnya perusahaan sektor infrastruktur.

Hasil temuan ini berbeda dengan teori *Stakeholder* di mana keberlangsungan perusahaan tidak dapat mengedepankan pemegang saham (*shareholder*) saja, tetapi juga melibatkan kepentingan para pemangku kepentingan (*stakeholder*) seperti masyarakat, karyawan, dan yang lainnya untuk menciptakan ruang lingkup perusahaan yang lebih baik sehingga terdorongnya kinerja perusahaan untuk berkesempatan meningkatkan profitabilitas perusahaan. Perbedaan antara hasil yang ditemukan dengan teori yang digunakan, dapat disebabkan akibat pengungkapan aspek sosial perusahaan yang masih tergolong rendah. Meskipun rendah, nilai rata-rata pengungkapan *social* dari sampel penelitian memiliki nilai tertinggi dari ketiga aspek ESG yakni mencapai 34.24%. Hal ini menunjukkan aspek sosial sudah mulai dipertimbangkan dalam operasional perusahaan, sebagaimana hasil pengaruh positif yang ditemukan oleh Hardiningsih, Januarti, Yuyetta, Srimindarti, & Udin, (2020), tetapi belum bisa dijadikan suatu faktor yang berdiri sendiri dalam mempengaruhi tingkat profitabilitas perusahaan pada ruang lingkup perusahaan terkhususnya pada perusahaan sektor infrastruktur.

Pengaruh Pengungkapan *Governance* Terhadap Tingkat Profitabilitas Perusahaan

Berdasarkan Tabel 3, nilai probabilitas GOVD memiliki nilai sebesar 0.109 untuk model ROA dan 0.079 untuk model ROIC. Hal ini menandakan hipotesis H_{3a} dan H_{4b} , yang dikemukakan **ditolak**. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan aspek tata kelola tidak berpengaruh terhadap tingkat profitabilitas perusahaan terkhususnya perusahaan sektor infrastruktur.

Hasil temuan ini berbeda dengan teori *Stakeholder* di mana semestinya dengan terjalannya hubungan baik antara perusahaan dengan pemangku kepentingan (*stakeholder*) pada ruang lingkup tata kelola seperti badan pengelola tertinggi, dewan komisaris, atau pemerintahan dapat mendukung keberlangsungan perusahaan untuk memaksimalkan nilai perusahaan dan meningkatkan kinerja perusahaan sebagaimana dengan konsep *Good Corporate Governance* (GCG). Temuan ini dapat disebabkan oleh rendahnya jumlah pengungkapan dari perusahaan sektor infrastruktur. Berdasarkan hasil dari penilaian pengungkapan *governance*, menunjukkan hanya enam perusahaan yang berhasil mencapai nilai pengungkapan lebih dari nilai rata-rata keseluruhan yakni 26.85%. Hal ini menunjukkan banyak perusahaan yang belum membahas topik lebih lanjut atau mengungkapkan informasi seputar tata kelola yang lebih menunjang. Pengungkapan topik seperti mekanisme pelaporan pelanggaran (*whistleblower*), evaluasi kinerja badan tata kelola tertinggi, kebijakan remunerasi, dan strategi serta komunikasi anti-korupsi sering kali tidak diungkapkan dalam laporan keberlanjutan. Hal ini juga bisa menjadikan indikasi bahwa perusahaan belum sepenuhnya menerapkan GCG dengan baik. Maka dari itu, pengungkapan aspek tata kelola belum dapat dikaitkan sebagai faktor signifikan yang dapat mempengaruhi tingkat profitabilitas perusahaan.

Pengaruh Pengungkapan *Environmental, Social, and Governance* Terhadap Tingkat Profitabilitas Perusahaan

Berdasarkan Tabel 3, nilai probabilitas *f-statistic* ditunjukkan nilai sebesar 0.006 untuk model ROA dan 0.035 untuk model ROIC. Hal ini menandakan hipotesis H_{4a} dan H_{4b} yang dikemukakan **diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan aspek ESG secara keseluruhan atau simultan berpengaruh terhadap tingkat profitabilitas perusahaan terkhususnya perusahaan sektor infrastruktur.

Hasil penelitian ditemukan keserupaan dengan hasil penelitian Safriani & Utomo (2020) dan Rengganis (2019) yang menggunakan *ESG disclosures* sebagai satu kesatuan. Kedua penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari pengungkapan ESG terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diprosikan dengan ROA. Hasil temuan penelitian terdahulu tersebut dan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan keselarasan dengan teori *Stakeholder* di mana perusahaan dalam menjalankan operasional bisnisnya tidak dapat mengedepankan pemegang saham atau satu pihak semata, tetapi perlu menjalin hubungan bisnis atau kemitraan dengan semua pihak pemangku kepentingan (*stakeholder*) seperti karyawan, masyarakat, asosiasi lingkungan, pemerintah, dan lain-lain. Dengan terjalinnya hubungan baik dengan para pemangku kepentingan, perusahaan dapat menciptakan ekosistem operasional bisnis yang lebih harmonis dan tumbuh secara progresif sehingga meningkatkan kinerja perusahaan yang kemudian akan mendukung tercapainya tujuan perusahaan yaitu untuk dapat menghasilkan laba yang lebih besar pada masa mendatang.

Hal yang sama juga ditemukan pada profitabilitas yang diprosikan oleh ROIC. Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan adanya pengaruh terhadap ROIC dengan diterimanya hipotesis penelitian. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari pengungkapan *environmental*, pengungkapan *social*, dan pengungkapan *governance* secara keseluruhan dan simultan terhadap *Return on Invested Capital* (ROIC) perusahaan. Penemuan ini juga sejalan dengan teori *Stakeholder* di mana dengan perusahaan memperhatikan dan mempertimbangkan para pemangku kepentingan dalam berjalannya perusahaan, maka dapat meningkatkan kinerja perusahaan menjadi lebih baik. Temuan ini dapat mengartikan bahwa dengan bertambahnya jumlah pengungkapan ESG secara keseluruhan dapat meningkatkan laba perusahaan dengan menggunakan pendanaan dari utang dan modal investor. Hal ini juga menunjukkan banyak investor serta pemberi modal mulai mempertimbangkan aspek ESG dalam memilih calon perusahaan untuk keputusan investasinya pada pasar Indonesia.

Berdasarkan nilai *R-Squared* pada Tabel 3, pengungkapan ESG dapat berkontribusi terhadap tingkat profitabilitas sebesar 40% untuk ROA dan 31% untuk ROIC. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh signifikansi pada level rendah hingga moderat terhadap profitabilitas perusahaan. Dengan ditemukannya pengaruh antar variabel, maka dapat dikatakan bahwa dengan berkembangnya praktik *sustainable investing* di Indonesia, aspek ESG mulai dikonsiderasi menjadi suatu konsep pendekatan yang memiliki pengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. Pengungkapan *Environmental* tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat profitabilitas perusahaan sektor infrastruktur.
2. Pengungkapan *Social* tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat profitabilitas perusahaan.
3. Pengungkapan *Governance* tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat profitabilitas perusahaan.

4. Pengungkapan *Environmental, Social, dan Governance* (ESG) secara bersamaan atau simultan berpengaruh positif dalam level signifikansi rendah hingga moderat terhadap tingkat profitabilitas perusahaan.

Dengan ditemukannya pengaruh pengungkapan ESG secara simultan terhadap tingkat profitabilitas perusahaan, maka diharapkan bagi perusahaan Indonesia untuk mulai memperhatikan aspek berkelanjutan terutama ESG dalam operasional bisnisnya. Pengungkapan aspek berkelanjutan tersebut diharapkan dapat menjadi daya tarik dan media komunikasi kepada pemangku kepentingan dan calon investor bahwa perusahaan akan terus berusaha mengimplikasikan ESG ke dalam kinerjanya sehingga diperolehnya dukungan dari para pemangku perusahaan untuk perusahaan mencapai tujuannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bani Khalid, T., & Reza, K. (2017). The Impact of National Contextual Factors on Corporate Social and Environmental Disclosure (CSED): The Perceptions of Jordanian Stakeholders. *International Review of Management and Business Research Vol.6 Issue 2*, 556-578.
- Global Reporting Initiative. (2016). *The Global Standards for Sustainability Reporting*. Diambil kembali dari www.globalreporting.org: <https://www.globalreporting.org/standards/>
- Hadya, R., Begawati, N., & Yusra, I. (2017). ANALISIS EFEKTIVITAS PENGENDALIAN BIAYA, PERPUTARAN MODAL KERJA, DAN RENTABILITAS EKONOMI MENGGUNAKAN REGRESI DATA PANEL. *Jurnal Pundi Vol.01 No.03*, 153-166.
- Hardiningsih, P., Januarti, I., Yuyetta, E. N., Srimindarti, C., & Udin, U. (2020). The Effect of Sustainability Information Disclosure on Financial and Market Performance: Empirical Evidence from Indonesia and Malaysia. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 18-25.
- Henisz, W., Koller, T., & Nuttall, R. (2019, November). *Five ways that ESG creates value*. Diambil kembali dari McKinsey: <https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/five-ways-that-esg-creates-value>
- Husada, E. V., & Handayani, S. (2021). Pengaruh Pengungkapan ESG Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Keuangan yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2019). *Jurnal Bina Akuntansi Vol.8 No.2*, 122-144 .
- International Association for Public Participation Indonesia. (2022, Maret). *Situasi dan Tantangan Perjalanan ESG di Indonesia*. Diambil kembali dari IAP2: <https://iap2.or.id/situasi-dan-tantangan-perjalanan-esg-di-indonesia/>
- Kasmir. (2018). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Lubis, M., & Rokhim, R. (2021). The Effect of Environmental, Social, and Governance (ESG) Disclosure and Competitive Advantage on Companies Performance as An Implementation of Sustainable Economic Growth in Indonesia for Period of Period of 2015-2019. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*.
- Mulpiani, W. (2019). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Kinerja Perusahaan Publik di Indonesia. *Jurnal Studi Akuntansi dan Keuangan Vol.2(2)*, 77-90.

- Otoritas Jasa Keuangan. (2021, Januari). *Roadmap Keuangan Berkelanjutan Tahap II (2021-2025)*. Diambil kembali dari Otoritas Jasa Keuangan: [https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Roadmap-Kuangan-Berkelanjutan-Tahap-II-\(2021-2025\).aspx](https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Roadmap-Kuangan-Berkelanjutan-Tahap-II-(2021-2025).aspx)
- RBC. (2018). *Charting A Sustainable Advantage*. Canada: RBC Global Asset Management.
- Rengganis, M. (2019, Oktober). *Pengaruh Pengungkapan Environmental, Social, dan Governance Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan di Indonesia*. Diambil kembali dari Repository Universitas Atma Jaya Yogyakarta: <https://e-journal.uajy.ac.id/20317/>
- Safriani, M. N., & Utomo, D. C. (2020). Pengaruh Environmental, Social, Governance (ESG) Disclosure Terhadap Kinerja Perusahaan. *Diponegoro Journal of Accounting Volume 9 Nomor 3*, 1-11.
- Stobierski, T. (2021, Mei). *What is Sustainable Investing?* Diambil kembali dari Harvard Business School Online: <https://online.hbs.edu/blog/post/sustainable-investing>
- Winarto, Y., & Masitoh, S. (2022, Maret). *Sri Mulyani Tekankan Prinsip ESG Dalam Pembangunan Berkelanjutan*. Diambil kembali dari Kontan: <https://nasional.kontan.co.id/news/sri-mulyani-tekankan-prinsip-esg-dalam-pembangunan-berkelanjutan>

Dampak Pengelolaan Wakaf Sumur di Lembaga Nazir Wakaf Sukses

Satrio Alif Akbar¹⁾, Ida Syafrida²⁾

¹⁾ Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Jakarta, satrio.alifakbar.ak18@mhs.w.pnj.ac.id, Depok, 16425, Kota Depok, Indonesia.

²⁾ Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Jakarta, ida.syafrida@akuntansi.pnj.ac.id, Depok, 16425, Kota Depok, Indonesia.

ABSTRACT

This study discusses the management of well waqf management and the impact felt by the beneficiaries of the program implemented by Lembaga Nazir Wakaf Sukses. The purpose of this research is to know the management of well waqf and describe the impact felt by the beneficiaries. The methodology used is a descriptive-qualitative method. The objects of this study are the beneficiaries of the well waqf and the employees of the successful waqf nazir institution. The results of this study show that the waqf nazir institution has successfully implemented management functions in the implementation of the well waqf program. For beneficiaries, the waqf wells that are built provide benefits in the form of ease of obtaining clean water; the use of waqf wells for agricultural and fishery activities. The beneficiaries also argue that the communities around them still need waqf well assistance from the government and other social institutions.

Keywords: *water crisis, well waqf, descriptive-qualitatif*

ABSTRAK

Penelitian ini membahas manajemen pengelolaan wakaf sumur dan dampak yang dirasakan oleh penerima manfaat dari program tersebut yang dilaksanakan oleh lembaga nazir wakaf sukses. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengelolaan wakaf sumur dan mendeskripsikan dampak yang dirasakan oleh penerima manfaat. Metodologi yang digunakan adalah metode deskriptif-kualitatif. Objek pada penelitian ini adalah penerima manfaat wakaf sumur dan karyawan lembaga nazir wakaf sukses. Hasil penelitian ini menunjukkan lembaga nazir wakaf sukses menerapkan fungsi-fungsi manajemen dalam pelaksanaan program wakaf sumur. Bagi penerima manfaat sumur wakaf yang dibangun memberikan manfaat berupa kemudahan memperoleh air bersih, pemanfaatan sumur wakaf untuk kegiatan pertanian dan perikanan. Penerima manfaat juga berpendapat bahwa masyarakat di sekitar mereka masih membutuhkan bantuan sumur wakaf dari pemerintah maupun lembaga sosial lainnya.

Kata-Kata Kunci: Krisis Air, Wakaf Sumur, Deskriptif-kualitatif

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Air menjadi instrumen kehidupan yang penting bagi manusia. Penggunaan air bersih juga tidak bisa dilepaskan dalam kegiatan sehari-hari manusia sebagai contoh kita membutuhkan air bersih untuk minum, mandi, dan mencuci. Berdasarkan Data Monitoring Rispam, Direktorat Jendral Cipta Kerja pada tahun 2020, 84,85% masyarakat di Indonesia sudah mampu mengakses layanan air bersih akan tetapi, masih terdapat 15.14% atau 41,4 juta penduduk Indonesia yang belum bisa mengakses air bersih. Bahkan terdapat 2 juta rumah tangga yang masih menggunakan air hujan dan permukaan sebagai sumber air dan minum (Salsabila, 2022). Menurut rancangan pembangunan jangka menengah nasional tahun 2020 – 2024 dibutuhkan dana sebesar 143 triliun Rupiah yang dibutuhkan untuk membangun sarana dan prasarana fasilitas air bersih. Dari total kebutuhan, dana yang disediakan APBN hanya sekitar 26% atau 37 triliun, sisanya harus dapat dipenuhi melalui pembiayaan alternatif. Pembiayaan alternatif meliputi Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah, Dana Alokasi Khusus, Kerjasama Pemerintah dengan Badan Usaha, pinjaman dari sektor perbankan dan lainnya (kencana, 2021).

Lembaga filantropi juga berperan dalam mengupayakan pembangunan infrastruktur air bersih melalui program pembangunan sumur air. Filantropi dimaknai sebagai kegiatan yang menunjukkan sikap ‘kedermawanan’ dan ‘cinta kasih’ kepada sesama (Wibowo dkk, 2016). Wakaf menjadi salah satu program dari lembaga filantropi yang dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat di bidang sosial dan ekonomi (Pramesti, 2016). Mayoritas penduduk di Indonesia memeluk agama Islam, hal ini menjadi sebuah potensi yang besar untuk pengumpulan dana wakaf. Lahirnya Undang-Undang No. 41 Tahun 2004 tentang wakaf, menyebutkan wakaf adalah perbuatan wakif untuk memisahkan dan/atau menyerahkan sebagian harta benda miliknya untuk dimanfaatkan selamanya atau untuk jangka waktu tertentu sesuai dengan kepentingannya guna keperluan ibadah dan/atau kesejahteraan umum. Dalam Fiqih Islam, air yang diperoleh dari sumur dapat dijadikan benda wakaf yang sah, namun perlu digaribawahi yang diwakafkan bukan air tetapi sumber air atau sumur.

Permasalahan

Sarana dan prasarana untuk mengakses sumber air bersih belum terbangun rata di Indonesia. Pada tahun 2020, terdapat 41,4 juta masyarakat di Indonesia kesulitan memperoleh air bersih. Air bersih sangat dibutuhkan untuk keberlangsungan hidup masyarakat. Krisis air bersih cenderung meningkat ketika musim kemarau dikarenakan mengurangnya volume debit air sungai yang dijadikan sumber utama air bersih sebagian masyarakat. Sumur wakaf yang merupakan program dari lembaga filantropi bisa menjadi salah satu solusi dari sulitnya mengakses sumber air bersih dan juga dapat mengembangkan perekonomian masyarakat di sekitar sumur wakaf.

Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka pertanyaan penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana manajemen program wakaf sumur untuk pemberdayaan sektor sosial yang dilakukan oleh Lembaga Nazir Wakaf Sukses?
2. Bagaimana dampak sosial dan ekonomi yang dirasakan oleh penerima manfaat wakaf sumur yang dilakukan oleh Lembaga Nazir Wakaf Sukses?

Tujuan

Berdasarkan pertanyaan penelitian, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Mengetahui manajemen program wakaf sumur untuk pemberdayaan sektor sosial yang dilakukan oleh Lembaga Nazir Wakaf Sukses.
2. Menganalisis dampak sosial dan ekonomi yang dirasakan oleh penerima manfaat program wakaf sumur yang dilakukan oleh Lembaga Nazir Wakaf Sukses.

TINJAUAN PUSTAKA

Wakaf

Wakaf berasal dari bahasa Arab yakni *Waqafa*. yang berarti menahan atau berhenti atau diam di tempat. Kata *al-Waqf* dalam bahasa Arab mengandung pengertian beberapa pengertian yakni, menahan, menahan harta untuk diwakafkan, tidak dipindahmilikan (Salleh, 2015). Menurut UU Nomor 41 Tahun 2004 Tentang Wakaf, wakaf merupakan hukum wakif untuk memisahkan dan/atau menyerahkan sebagian harta benda miliknya untuk dimanfaatkan selamanya atau untuk jangka waktu tertentu sesuai dengan kepentingannya guna keperluan ibadah dan/atau kesejahteraan umum menurut syariah.

Definisi wakaf berdasarkan Mazhab Hanafi adalah menahan benda wakif dan menyerahkan manfaatnya untuk kebaikan. Donatur (wakif) boleh saja menarik wakafnya kembali kapan saja ketikan dikendehakinya dan asetnya diperjualbelikannya. Definisi wakaf menurut Mazhab Maliki adalah memaksimalkan manfaat dari harta wakif dengan cara menyewakannya kepada yang berhak secara berjangka waktu sesuai dengan kehendak wakif. Jadi kepemilikan harta wakaf tetap pada wakif dan masa berlakunya wakaf tidak untuk selama-lamanya. Definisi wakaf menurut Mazhab Syafi'i, wakaf merupakan harta yang dimanfaatkan tanpa adanya pengurangan harta tersebut dan kepemilikan harta tersebut sudah menjadi barang milik Allah SWT dan harus dapat dimanfaatkan untuk kesejahteraan umat. Menurut mazhab imam Syafi'i Ketika donatur (wakif) melakukan wakaf maka putuslah hubungan antara wakif dengan hartanya. Putusnya hubungan tersebut sekaligus timbul hubungan baru dengan pahala dari Allah SWT sebab wakif sudah berwakaf. Definisi wakaf menurut Mazhab Hambali adalah menahan harta secara mutlak kebebasan pemilik harta dalam menjalankan harta yang bermanfaat dengan tetap utuh hartanya dan memutuskan seluruh hak penguasaan terhadap harta, sedangkan manfaat harta adalah untuk kebaikan dalam mendekatkan diri kepada Allah SWT. (Qusthoniah, 2015).

Wakaf Uang

Menurut fatwa MUI, yang dimaksud wakaf uang adalah wakaf yang ditunaikan seseorang, sekelompok orang, lembaga atau badan hukum dalam bentuk uang tunai. Termasuk ke dalam pengertian uang adalah surat-surat berharga. wakaf tunai atau wakaf uang hanya boleh disalurkan dan digunakan untuk hal-hal yang dibolehkan secara syar'i. Adapun nilai pokok wakaf tunai dan wakaf uang harus dijamin kelestariannya, tidak boleh dijual, dihibahkan dan atau diwariskan (Badan Wakaf Indonesia, 2019). Wakaf uang merupakan perbuatan hukum wakif untuk memisahkan dan/atau menyerahkan sebagian uang miliknya dalam jangka waktu tertentu atau selamanya untuk dikelola secara produktif yang hasilnya dimanfaatkan untuk keperluan dan/atau kesejahteraan umat (Qolbi, 2021).

Manajemen

Kata manajemen diartikan sebagai proses pelaksanaan koordinasi terhadap berbagai kegiatan pekerjaan secara efektif dan efisien dengan memanfaatkan orang lain. Manajemen juga diartikan sebagai seni untuk mencapai suatu tujuan melalui orang. Seni dalam manajemen diartikan sebagai kemampuan atau keterampilan seseorang atau kelompok orang untuk menghasilkan suatu kemajuan. Manajemen dibutuhkan untuk mencapai tujuan organisasi dan tujuan dari setiap individu, menghubungkan berbagai kepentingan yang bertolak belakang, dan mencapai efektivitas dan efisiensi dalam suatu kegiatan (Krisnandi, 2019). James A.F. Stoner seorang professor bidang manajemen menjelaskan, "*Management is the process of planning, organizing, leading, and controlling the effort of organization member and using all other organizational resources to achieve stated organizational goals*". Manajemen ialah proses perencanaan, organisasi, kepemimpinan dan pengawasan terhadap usaha-usaha anggota organisasi dan penggunaan semua sumber-sumber organisasi lainnya untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Kemudian, Luther Gulick Manajemen menjadi suatu bidang pengetahuan (ilmu) yang secara sistematis berusaha memahami mengapa dan bagaimana orang bekerja sama.

Fungsi dalam proses manajemen dibedakan menjadi empat fungsi yakni, perencanaan, pengorganisasian, pergerakan, dan pengendalian (Alfiah, 2020).

a. Perencanaan

Fungsi perencanaan diartikan sebagai penentuan tujuan dan cara bagaimana mencapai tujuan tersebut. Untuk mencapai tujuan yang ditargetkan, suatu organisasi perlu meningkatkan kualitas penerapan fungsi perencanaan di organisasinya. Perencanaan menjadi poin yang krusial karena akan menjadi dasar pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen lainnya dalam mencapai tujuan yang diharapkan.

b. Pengorganisasian

Pengorganisasian merupakan suatu proses penugasan, pengalokasian sumber daya, serta pengaturan dan pengorganisasian kegiatan berdasarkan peran. pengorganisasian meliputi masing-masing pihak diberikan tugas terpisah, membentuk bagian, mendelegasikan dan menetapkan sistem komunikasi, serta setiap karyawan dikoordinasikan dalam satu tim yang solid dan terorganisir. Pengorganisasian bertujuan untuk mengelompokkan sumber daya yang

dimiliki suatu organisasi agar dapat dimanfaatkan secara maksimal demi tujuan dari organisasi tersebut.

c. Pergerakan

Pergerakan merupakan suatu proses untuk mengarahkan, membimbing dan menyemangati anggota organisasi untuk melakukan rencana yang sudah dibuat untuk mencapai suatu tujuan. pergerakan merupakan realisasi dari sebuah rencana, berbeda dari perencanaan dan pengorganisasian. Pergerakan juga memiliki sebuah tahapan-tahapan untuk menjadikan sebuah rencana itu berhasil. Tanpa tindakan nyata, rencana akan menjadi imajinasi atau impian yang tidak pernah menjadi kenyataan.

d. Pengawasan

Pengawasan merupakan suatu proses untuk mengarahkan, membimbing dan menyemangati anggota organisasi untuk melakukan rencana yang sudah dibuat untuk mencapai suatu tujuan. pergerakan merupakan realisasi dari sebuah rencana, berbeda dari perencanaan dan pengorganisasian. Pergerakan juga memiliki sebuah tahapan-tahapan untuk menjadikan sebuah rencana itu berhasil.

Metodelogi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif-kualitatif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif-kualitatif didasari atas tujuan untuk mendeskripsikan keadaan secara komprehensif dalam konteks yang sesungguhnya. Penelitian deskriptif-kualitatif pada penelitian ini dilakukan untuk menggambarkan dampak program wakaf sumur di wakaf sukses dengan mengumpulkan data aktual yang dimiliki oleh Lembaga Nazir Wakaf Sukses dan melalui pengamatan terhadap objek wakaf. Objek yang akan diteliti pada penelitian ini adalah program wakaf sumur lembaga nazir wakaf sukses. Program wakaf sumur merupakan salah satu program penyaluran wakaf di Lembaga Nazir Wakaf Sukses. program wakaf sumur dipilih karena air dari sumur wakaf tersebut dapat memberikan dampak sosial dan ekonomi kepada masyarakat di sekitar lokasi wakaf sumur. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara dan dokumentasi. Wawancara mendalam (*indepth interview*) dengan penanggung jawab program wakaf sumur dan perwakilan dari penerima manfaat wakaf sumur. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif-kualitatif. Tujuan analisis data adalah untuk memperoleh data yang baik, sistematis, dan terstruktur.

Hasil dan Pembahasan

Manajemen program wakaf sumur untuk pemberdayaan sektor sosial yang dilakukan oleh wakaf sukses

Manajemen program wakaf sumur bertujuan untuk memaksimalkan dampak sosial dari dana wakaf yang sudah dihimpun. Teori manajemen yang digunakan adalah teori fungsi-fungsi manajemen yang meliputi *Planning, Organizing, Actuating, and Controlling*. Fungsi manajemen tersebut digunakan untuk memastikan suatu program wakaf sumur dapat berjalan dengan baik.

1. Perencanaan (*Planning*)

Pada fase perencanaan, lembaga nazir wakaf sukses melakukan perencanaan pengumpulan dana dari masyarakat. Strategi pertama dilakukan dengan memaksimalkan donatur yang sudah terdaftar dalam database donatur wakaf sukses dan zakat sukses. Strategi kedua adalah dengan melakukan pengumpulan dana melalui platform digital seperti, tokopedia, shopee, kitabisa.com, indonesia dermawan.id dan *campaign* di web wakaf sukses. Di setiap platform digital donatur diberikan kebebasan untuk memberikan dana wakafnya ke berbagai program wakaf yang ditawarkan oleh lembaga wakaf sukses. Dalam implementasi program wakaf sumur, perencanaan meliputi target wilayah implementasi wakaf sumur, menentukan capaian program dari wakaf sumur, dan melakukan pembuatan formulir bagi masyarakat yang ingin melakukan pengajuan wakaf sumur. Untuk menentukan wilayah-wilayah yang menerima wakaf sumur lembaga wakaf sukses juga melakukan kerja sama dengan lembaga-lembaga filantropi.

Dalam menentukan penerima manfaat sumur wakaf di lembaga wakaf sukses belum memiliki kriteria khusus. Namun, implementasi wakaf sumur difokuskan di daerah Jabodetabek dikarenakan mayoritas wakif yang berasal dari Jabodetabek. Untuk proyeksi implementasi kedepannya lembaga wakaf sukses menargetkan lebih banyak sumur wakaf yang dibangun karena air merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia. Dalam menentukan anggaran dana sumur wakaf, lembaga wakaf sukses melakukan pendataan sumur di sekitar tempat implementasi, melakukan survei pengecekan tanah di wilayah tersebut, dan memberikan rincian dana yang diajukan dari penerima manfaat ke pada tim teknis untuk dilakukan analisis apakah dana yang diajukan sudah sesuai dengan dana yang diestimasikan. Hal ini bertujuan untuk mengetahui estimasi dana untuk pembangunan sumur wakaf.

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian merupakan pengaturan sumber daya manusia maupun fisik agar tersusun secara terstruktur atau sistematis berdasarkan fungsi masing-masing. Untuk *job description* tim program adalah melakukan pengecekan dokumen, melakukan kerja sama dalam hal program wakaf dengan donatur maupun penerima manfaat, melakukan pemetaan wilayah yang membutuhkan air bersih dan melakukan pengawasan aset sumur wakaf. Untuk *job description* penanggung jawab (PIC) adalah melakukan pengecekan secara langsung terkait wilayah yang sudah ditentukan oleh tim program. PIC juga bertugas untuk mendampingi proses pembangunan sumur wakaf. PIC bisa berasal dari internal wakaf sukses atau dari relawan warga sekitar tempat implementasi sumur wakaf. Dalam pelaksanaan program wakaf sumur, lembaga wakaf sukses melakukan kerja sama dengan relawan, dan warga sekitar menentukan penanggung jawab program dari program wakaf sumur di daerah yang akan dilakukan pembangunan wakaf sumur. Sebagai contoh penanggung jawab program wakaf sumur di Semarang adalah seorang relawan kemanusiaan yang sering mendata wilayah-wilayah yang masih sulit mengakses air bersih di wilayah Semarang. Untuk penanggung jawab internal lembaga dipegang oleh tim program dari wakaf sukses. Lembaga juga mempunyai tim teknis yang bertujuan untuk mengecek apakah dana yang diajukan untuk melakukan implementasi sudah sesuai dengan harga pasar atau belum. Dalam proses pembangunan wakaf sumur lembaga wakaf sukses juga bekerja sama dengan kontraktor yang berpengalaman dan bekerja sama dengan lembaga sosial dalam membuat sumur

wakaf. Namun jika implementasi sumur wakaf di daerah JABODETABEK lembaga wakaf sukses akan mendelegasikan tim teknisnya.

3. Realisasi (*Actuating*)

Dalam proses implementasi sumur wakaf, langkah pertama adalah melakukan pengisian formulir permintaan sumur wakaf. Formulir berisi tentang data diri penerima manfaat, estimasi dana yang diajukan, lampiran-lampiran yang dibutuhkan sebagai dokumen tambahan seperti slip gaji dan surat keterangan miskin. Langkah selanjutnya adalah melakukan pengecekan lokasi implementasi wakaf sumur. Pengecekan lokasi oleh tim program bertujuan untuk mengecek apakah data yang dilampirkan sudah sesuai dengan data di lapangan. Tim program juga melakukan wawancara kepada calon penerima manfaat sumur wakaf. Langkah selanjutnya adalah melakukan kegiatan *budgeting* oleh tim teknis yang bertujuan untuk mengetahui apakah rincian dana yang diajukan sudah sesuai dengan harga-harga di pasaran. Jika rincian dana sudah disetujui langkah berikutnya adalah proses pembangunan sumur wakaf. Bentuk bantuan yang diterima oleh penerima manfaat adalah sumur dengan kedalaman rata-rata di wilayah tersebut, mesin pompa air listrik, tempat penampungan air, dan pipa-pipa yang akan digunakan untuk saluran air. Selama proses pembangunan penanggung jawab harus melakukan kegiatan dokumentasi sebelum pembangunan, saat pembangunan, dan pasca pembangunan. Dokumentasi sebelum pembangunan meliputi dokumentasi saat kunjungan wawancara dan survei lokasi, pada saat pembangunan dokumentasi meliputi proses pengeboran dan pemasangan pompa air. Saat pasca pembangunan, dokumentasi meliputi foto dengan penerima manfaat sambil memegang banner bertuliskan terima kasih kepada para donatur wakaf. Dokumentasi video juga diperlukan saat pasca pembangunan sumur wakaf. Hal ini bertujuan untuk memastikan air yang mengalir dari sumur wakaf dapat dimanfaatkan secara maksimal. Berkaitan dengan dana program pembangunan sumur wakaf, dana yang diperlukan langsung disalurkan kepada kontraktor yang bertanggung jawab untuk membangun wakaf sumur. Dana program juga dapat dititipkan kepada para penanggung jawab program di lokasi sekitar sumur wakaf kemudian dibayarkan kepada kontraktor yang disewa oleh penanggung jawab sumur wakaf.

4. Pengawasan (*Controlling*)

Pengawasan ialah fungsi akhir yang diterapkan oleh manajer dalam suatu organisasi. Pengawasan merupakan proses pengamatan atau pemantauan terhadap pelaksanaan kegiatan suatu organisasi untuk menjamin agar supaya semua pekerjaan yang dijalankan berjalan dengan baik dan sesuai dengan rencana yang telah direncanakan. Pengawasan sumur wakaf sendiri tidak ada pengawas khusus. Hal ini dikarenakan sumur wakaf merupakan aset semi permanen yang tidak perlu dilakukan pengecekan atau pendampingan setiap waktu. Pengawasan sumur wakaf dilakukan oleh penanggung jawab dari wilayah implementasi. Lembaga hanya melakukan komunikasi berkala untuk memastikan apakah sumur wakaf dimanfaatkan dengan baik atau tidak.

Bentuk Pertanggung jawaban dari wakaf sukses kepada para wakif adalah dengan melakukan publikasi terkait wakaf sumur melalui sosial media wakaf sukses. Untuk pengawas anggaran

dana, setiap pembangunan wakaf sumur yang sudah selesai penanggung jawab atau kontraktor wakaf sumur harus memberikan nota-nota yang berkaitan dengan program implementasi.

Dampak sosial dan ekonomi yang dirasakan oleh masyarakat yang menerima wakaf sumur yang dilakukan oleh Wakaf Sukses

1. Dampak sosial dan ekonomi wakaf sumur di rumah Ibu Sri Kartini.

Dampak yang dirasakan oleh penerima manfaat

Manfaat yang dirasakan oleh Ibu Kartini setelah menerima bantuan sumur wakaf adalah terpenuhinya kebutuhan air bersih yang selama ini menjadi kebutuhan pokok dari keluarga Ibu Kartini. Air bersih yang dihasilkan oleh sumur wakaf digunakan untuk kebutuhan mandi, mencuci, keperluan memasak dan keperluan untuk mengurus mertua yang sedang sakit. Terkadang sumur wakaf tersebut juga dimanfaatkan untuk warga sekitar yang mengalami kekeringan air. Ibu Kartini sangat berterima kasih kepada lembaga wakaf sukses yang sudah mengamanahkan program wakaf sumur untuk memenuhi kebutuhan air sehari-hari.

Dampak sosial yang dirasakan, Ibu Kartini dapat menggunakan air bersih secara maksimal untuk kebutuhan sehari-hari seperti mencuci, mandi, dan masak. Dampak selanjutnya adalah masyarakat di sekitar Ibu Kartini juga dapat mengambil air ketika terjadi penurunan kualitas air di wilayah tersebut. Dampak ekonomi yang dirasakan oleh Ibu Kartini adalah lebih hemat waktu dalam mendapatkan sumber air bersih. Sebelumnya Ibu Kartini harus menunggu selama 2 hari untuk mendapatkan air bersih. Namun, setelah menerima bantuan wakaf sumur ini Ibu Kartini dapat mendapatkan air bersih setiap saat.

2. Dampak sosial dan ekonomi wakaf sumur di Kabupaten Serang

Dampak sosial yang dirasakan dari sumur yang dibangun di tengah pemukiman warga adalah terpenuhinya kebutuhan air bersih sehari-hari untuk warga sekitar. Sumur tersebut memberikan dampak kepada 50 orang warga sekitar. Saat ini warga dapat memperoleh air bersih melalui sumur tersebut tanpa harus takut mengalami krisis air saat masa kekeringan. Sumur wakaf kedua yang dibangun di musala memberikan dampak kemudahan untuk masyarakat dalam melakukan kegiatan peribadahan di wilayah tersebut. Saat dilakukannya wawancara, bapak Fathoni juga bercerita bahwa terjadi penurunan kualitas air bersih dari sumur wakaf di musala. Air yang dihasilkan dari sumur tersebut sedikit menguning dan berbau karat. Hal ini tidak menjadi masalah besar karena ketika air tersebut sudah diendapkan selama 2 sampai 3 hari di penampungan air, air tersebut kembali bersih dan dapat digunakan.

Dampak ekonomi yang dirasakan adalah penghematan waktu untuk memperoleh air bersih. Sebelum adanya sumur wakaf masyarakat sekitar hanya bergantung kepada sungai untuk memenuhi kebutuhan air bersihnya. Dengan dibangunnya sumur di daerah tersebut mengakibatkan warga tidak perlu mengambil air dari sungai. Sumur wakaf di musala juga menghemat biaya pembangunan sumur untuk keperluan musala.

Bapak Fathoni selaku penanggung jawab program wakaf sumur di wilayah serang berharap bahwa lebih banyak program wakaf yang dapat diterima di sekitar wilayahnya. Hal ini dikarenakan masyarakat belum banyak yang mempunyai sumur bor. Bapak Fatnoni juga mengatakan, bahwa dari pemerintah setempat belum banyak memberikan bantuan mengenai

akses untuk memperoleh air bersih di sekitar wilayah tersebut. Namun demikian, bapak Fathoni tetap mengajukan permohonan pembangunan sumur kepada pemerintah setempat. Masyarakat di sekitar wilayah tempat tinggal bapak Fathoni juga sering kali bertanya mengenai apakah terdapat program serupa yang dilakukan oleh lembaga sosial lainnya karena masyarakat berhadapan dengan adanya sumur bor mereka dapat lebih tenang untuk pemenuhan kebutuhan air bersih sehari-hari.

3. Dampak sosial dan ekonomi wakaf sumur di Kabupaten Grobogan, Semarang

Dampak sosial yang dirasakan oleh warga adalah terpenuhinya kebutuhan air bersih untuk kegiatan sehari-hari. Dari kelima titik implementasi sumur sudah dapat membantu 50 kepala keluarga di kecamatan Grobogan. Dampak yang terjadi masih dirasa kurang karena satu sumur dimanfaatkan untuk 10 kepala keluarga. Hal ini mengakibatkan masyarakat mengantre untuk memperoleh air bersih dari sumur wakaf.

Dampak ekonomi juga dirasakan oleh warga sekitar. Sumur wakaf yang sudah dibangun juga dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar yang berprofesi sebagai petani untuk memenuhi kebutuhan pengairan sawah ketika musim kering. Proses pengairan ke sawah yang butuh banyak air mengakibatkan mesin bekerja terlalu lama dan mengakibatkan mesin cepat panas. Selain digunakan untuk mengairi sawah warga juga memanfaatkan air sumur wakaf untuk memenuhi kebutuhan air di kolam ikan milik warga. Ikan-ikan tersebut akan dijual sehingga dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari warga di desa tersebut.

Implementasi Hasil Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dampak yang dirasakan penerima manfaat dari program wakaf sumur adalah kemudahan untuk memenuhi kebutuhan air bersih dan membantu mengairi persawahan milik warga ketika terjadi musim kemarau. Karena memiliki dampak sosial dan ekonomi program wakaf sumur bisa dijadikan salah satu pilihan untuk wakif ketika ingin mewakafkan sejumlah hartanya. Selain memberikan dampak langsung, wakaf sumur juga dapat membantu perekonomian di sekitar masyarakat penerima wakaf sumur jika sumur wakaf di produktifkan. Program wakaf sumur ini juga menjadi variasi wakaf sosial yang sebelumnya hanya meliputi masjid, makam, dan madrasah. Program sertifikasi nazir yang digencarkan oleh badan wakaf Indonesia juga menjadi salah satu bentuk usaha yang dilakukan oleh regulator wakaf di Indonesia untuk memastikan keberhasilan pengelolaan aset wakaf yang sudah dihimpun oleh lembaga wakaf. Dengan adanya sertifikasi yang dipegang oleh nazir lembaga filantropi diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan wakif terhadap penyaluran wakaf di lembaga tersebut.

Pemerintah dan lembaga filantropi harus tetap melakukan kerja sama untuk membangun infrastruktur air bersih. Ketika pemerintah melakukan pemetaan wilayah mana saja yang mengalami krisis sumber air bersih, maka selanjutnya pemerintah harus dapat menentukan kebijakan wilayah yang akan diprioritaskan untuk menerima bantuan pembuatan sumber air bersih dan wilayah yang belum diprioritaskan menerima bantuan sumber air bersih. Untuk wilayah yang belum diprioritaskan menerima bantuan pembuatan sumber air bersih, pemerintah

dapat memberikan data wilayah tersebut ke lembaga filantropi sehingga wilayah tersebut dapat dijadikan tempat pembuatan sumur untuk sumber air bersih oleh lembaga filantropi.

Lembaga filantropi yang mempunyai peran untuk membantu masyarakat perlu mengembangkan dan melakukan analisis kembali tentang fokus wilayah implementasi program sosial. Hal ini bertujuan untuk memaksimalkan manfaat dari program sosial. Untuk program wakaf sumur lembaga juga bisa membangun sumur wakaf produktif untuk memberikan dampak yang berkepanjangan. Sumur wakaf produktif juga dapat membantu menambah donasi program wakaf sosial dengan keuntungan yang diperoleh dari pemanfaatan sumur wakaf.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, sebagai berikut:

1. Program manajemen program wakaf sumur yang dilakukan oleh lembaga wakaf sukses sudah sesuai dengan fungsi-fungsi manajemen. Fungsi-fungsi manajemen antara lain, *planning*, yakni menentukan rencana-rencana untuk keberhasilan program wakaf sumur. *Organizing*, yakni menentukan pihak-pihak yang terlibat dalam program wakaf sumur. *Actuating*, yakni melakukan implementasi wakaf sumur sesuai dengan ketentuan yang sudah direncanakan, *Controlling*, yakni dengan melakukan pengawasan terhadap sumur wakaf yang sudah dibangun.
2. Dampak sosial yang dirasakan oleh penerima manfaat wakaf sumur adalah seluruh penerima manfaat mengalami kemudahan untuk mengakses air bersih di wilayah masing-masing. Kesulitan mengakses air bersih disebabkan oleh beberapa faktor yakni, musim kemarau berkepanjangan, minimnya sumur bor di wilayah tersebut, kurangnya kualitas air dari sumur yang sudah dibangun, dan mengeringnya sungai yang merupakan sumber utama masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan air bersih.

Dampak ekonomi yang bisa dirasakan, sumur wakaf juga digunakan untuk mengairi sawah penduduk yang mengalami kekeringan akibat surutnya volume air sungai. Hal tersebut mengakibatkan petani tidak mengalami kerugian akibat gagal panen. Sumur wakaf juga dimanfaatkan untuk mengisi kolam-kolam warga yang berisi ikan air tawar. Ikan tersebut nantinya akan dijual kepada konsumen sehingga sumur wakaf juga mempunyai peran untuk membantu menstabilkan perekonomian di sekitar sumur wakaf.

Dari dampak yang sudah dipaparkan wakaf sumur sudah menjawab salah satu permasalahan di Indonesia yakni kurangnya akses memperoleh air bersih dan membantu mengembangkan perekonomian di desa.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiah, Esti. Dkk. (2020). Manajemen POAC Wakaf Di Indonesia). ZISWAF :Jurnal Zakat dan Wakaf; Vol.7 No. 2
- Badan Wakaf Indonesia. (2019). Fatwa MUI tentang wakaf uang. Diakses dari <https://www.bwi.go.id/3636/2019/09/17/fatwa-mui-tentang-wakaf-uang/>. Diakses pada 04 Agustus 19.45

- Ditjen Cipta Karya.(2021). Air Minum Layak Tahun 2020. Diakses dari <https://data.pu.go.id/dataset/air-minum-layak> Diakses pada 01 Agustus 2022 pukul 19.30
- Herdianto, Dendy. (2022). Perbedaan Wakaf Ahli dan Wakaf Khairi. Diakses dari <https://www.wakafsukses.or.id/perbedaan-wakaf-ahli-dan-wakaf-khairi-dalam-islam/>. Diakses pada 01 agustus 19.30
- Krisnandi, Herry, Dkk. (2019). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: LPU-UNAS
- Pramesti, Ghina. (2020). Pengelolaan Wakaf Produktif Melalui Program Sumur Wakaf Untuk Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus Global Wakaf Aksi Cepat Tanggap Yogyakarta). Skripsi Thesis. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Qolbi, R. N. (2021). Gerakan Wakaf Kampus: Optimalisasi Gerakan Nasional Wakaf Uang (Gnwu) Di Lingkungan Kampus Menuju Sdgs . *Al-Awqaf*, 65-86.
- Qusthoniah. (2015). Wakaf Tunai (Konsep, Perkembangan, Potensi Serta Optimalisasinya). *Jurnal Syariah*; Vol. Iii, 1-28.
- Salleh, N. B. (2015). Istibdal Harta Wakaf (Studi Komperatif Antara Pendapat Imam Al -Sarkhasi Dan Imam Al-Nawawi. Skripsi Thesis, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Salsabila. (2022).Pengelolaan Wakaf Uang Untuk Pemberdayaan Sektor Sosial (Studi Pada Pembangunan Wakaf Sumur Oleh Global Wakaf). Skripsi Thesis. Uin Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Wibowo, Wildan Rahmat, Dkk. (2021). Pendayagunaan Dana Wakaf Tunai Dalam Upaya Mengentaskan Krisis Air Bersih Di Yayasan Minajus Sunnah Surabaya. *Likuid*, Vol 1, No.2, 102 – 116

Analisis Pengaruh *Herding Behavior*, *Overconfidence Bias*, dan *Regret Aversion Bias* Terhadap Keputusan Investasi *Cryptocurrency*

Rifqa Afifah¹⁾, Ratna Juwita²⁾

¹⁾ Politeknik Negeri Jakarta, rifqa.afifah.ak18@mhswn.pnj.ac.id, Jl. Prof. Dr. G. A. Siwabessy, 16425, Depok, Indonesia

²⁾ Politeknik Negeri Jakarta, ratna.juwita@akuntansi.pnj.ac.id, Jl. Prof. Dr. G. A. Siwabessy, 16425, Depok, Indonesia

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the effect of Herding Behavior, Overconfidence Bias, and Regret Aversion Bias on Cryptocurrency Investment Decisions. It was discovered that there was a gap in the results of research on these variables, which could be investigated further, and no regret aversion bias research on cryptocurrency investment decisions was discovered, which could be used as a research update. This study uses a sample of 150 Indonesian cryptocurrency investors. The results of the questionnaire data obtained will be analyzed using the SmartPLS statistical software partially with the SEM-PLS analysis technique and simultaneously with SPSS. The results of this study indicate that herding behavior and overconfidence bias have a significant influence on cryptocurrency investment decisions, whereas regret aversion bias has no significant influence; together, herding behavior, overconfidence bias, and regret aversion bias have a significant effect on cryptocurrency investment decisions.

Keywords: *Herding Behavior; Overconfidence Bias; Regret Aversion Bias; Cryptocurrency Investment Decision.*

ABSTRAK

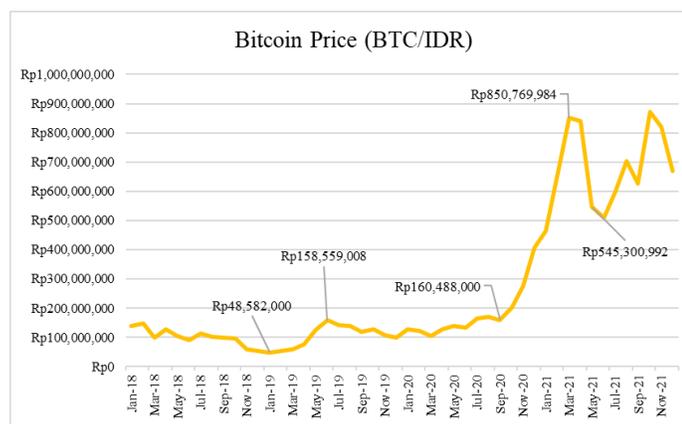
Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis Pengaruh *Herding Behavior*, *Overconfidence Bias*, dan *Regret Aversion Bias* Terhadap Keputusan Investasi *Cryptocurrency*. Ditemukan adanya gap perbedaan hasil penelitian mengenai variabel-variabel tersebut sehingga bisa diteliti lebih lanjut serta belum ditemukannya penelitian *regret aversion bias* terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* sehingga dapat dijadikan pembaharuan penelitian. Penelitian ini menggunakan sampel 150 investor *cryptocurrency* di Indonesia. Hasil data kuesioner yang diperoleh akan dianalisis menggunakan software statistik SmartPLS secara parsial dengan Teknik analisis SEM-PLS dan secara simultan dengan SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *herding behavior* dan *overconfidence bias* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* sementara *Regret aversion bias* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi *cryptocurrency*; secara bersama, *herding behavior*, *overconfidence bias*, dan *regret aversion bias* berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi *cryptocurrency*.

Kata-Kata Kunci: *Herding Behavior; Overconfidence Bias; Regret Aversion Bias; Keputusan Investasi Cryptocurrency.*

¹ Corresponding author. E-mail: rifqa.afifah.ak18@mhswn.pnj.ac.id

PENDAHULUAN

Cryptocurrency merupakan mata uang digital yang diwujudkan dan didistribusikan dengan proses kriptografi (Nugraha, 2018). Salah satu koin yang terkenal, menjadi koin yang dibuat pertama kali menggunakan kriptografi, dan menjadi koin dengan nilai tertinggi yaitu Bitcoin. Sejak pandemi *Covid-19*, harga Bitcoin meningkat sehingga banyak membuat manusia tergiur dengan nilainya.



Gambar 1. Grafik Harga Bitcoin

Dapat dilihat pada Gambar 1 yang merupakan grafik harga Bitcoin dalam Rupiah, 1 keping koin pada bulan Juni 2019 seharga Rp160,488,000 meningkat hingga 430% dalam waktu 6 bulan hingga Rp850,769,984 dan anjlok hanya dalam waktu 4 bulan menjadi Rp545,300,992. *Cryptocurrency* memiliki harga yang fluktuatif, mampu naik secara cepat dengan penurunan yang juga secara cepat sehingga akan menimbulkan kerugian bagi investor yang tidak memahami *cryptocurrency*.

Sebelum kita berinvestasi, tentunya kita akan melakukan penentuan keputusan terhadap hal yang ingin kita investasikan. Kapoor dan Prosad (2017) dalam Khanza, Tanuwijaya, & Fianto (2022) menyatakan, investor cenderung mengambil keputusan yang menimbulkan kerugian karena keputusannya yang tidak rasional. Kelompok panutan mampu memberikan pengaruh atau referensi terhadap seseorang pada keputusan pembelian yang akan membentuk sikap atau perilaku (Subianto, 2007). Hal tersebut berkaitan dengan salah satu bias pada *behavioral finance*, yaitu *Herding Behavior*. Sari & Nugraha (2016) menyatakan bahwa hal utama yang mendorong seorang investor melakukan keputusan berinvestasi disebabkan adanya rasa kepercayaan diri berlebihan atau *overconfidence* terhadap keputusan investasi. Hal tersebut merupakan salah satu *bias* dari *behavioral finance*, yaitu *overconfidence bias*. Zeelenberg & Pieters (2007) dalam Umayana (2015) menyatakan bahwa rasa menyesal akan muncul pada seseorang setelah mengambil keputusan yang salah atau menimbulkan kerugian. Hal tersebut berkaitan dengan salah satu *bias* pada *behavioral finance*, yaitu *Regret Aversion Bias*. *Regret aversion bias*.

Mutawally & Asandimitra (2019), Addinpujoartanto & Darmawan (2020), dan Al-Mansour (2020) membuktikan bahwa *herding behavior* menunjukkan hasil pengaruh yang signifikan terhadap keputusan investasi *cryptocurrency*. Nurbarani & Soepriyanto (2021) menunjukkan perbedaan hasil penelitian, *herding behavior* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Addinpujoartanto & Darmawan (2020) dan Nurbarani & Soepriyanto (2022) telah menunjukkan hasil pengaruh signifikan pada penelitian *overconfidence bias* terhadap keputusan investasi, namun Khanza, Tanuwijaya, & Fianto (2022) membuktikan bahwa *overconfidence bias* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Mahadevi & Asandimitra (2021) dan Addinpujoartanto & Darmawan (2020) menunjukkan bahwa *regret aversion bias* berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi,

namun penelitian yang dilakukan Johnson (2008) menunjukkan *regret aversion* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, ditemukan adanya gap perbedaan hasil penelitian sehingga bisa diteliti lebih lanjut serta belum ditemukannya penelitian *regret aversion bias* terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* sehingga dapat dijadikan pembaharuan penelitian.

TINJAUAN PUSTAKA

Cryptocurrency

Cryptocurrency merupakan mata uang digital atau virtual terbuat dari sistem *cryptography* yang tersimpan dalam jaringan *blockchain* yang diatur oleh aturan algoritma (Härdle, Harvey, & Reule, 2019). *Cryptocurrency* sendiri pertama kali diperbincangkan pada tahun 1980-an hingga peluncuran pertama kalinya koin *cryptocurrency* pada tahun 2009 bernama Bitcoin yang diciptakan oleh seseorang dengan nama samaran yang disebut Satoshi Nakamoto. Sejak akhir tahun 2017, Bitcoin mulai menunjukkan pertumbuhannya yang sangat pesat hingga saat ini. Selain dari Bitcoin, terdapat koin *crypto* jenis lain yang mulai muncul setelah 2 tahun Bitcoin diciptakan, yang disebut sebagai altcoin atau *alternative coin*, yaitu jenis-jenis koin lain sebagai alternatif Bitcoin (Huda & Hambali, 2020). Pada situs coinmarketcap.com, tercatat 10.048 koin yang tersebar di seluruh dunia pada bulan Mei 2022.

Keputusan Investasi

Keputusan investasi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh investor pada saat menentukan investasi terhadap suatu aset untuk mendapatkan timbal balik di masa depan yang berupa keuntungan (Armansyah, 2021). Terdapat dua aspek sebagai pertimbangan investor melakukan keputusan investasi, yaitu *return* yang diharapkan dan *risk* yang dihadapi (Budiarto & Susanti, 2017). *Return* merupakan hal yang dijadikan motivasi oleh investor dalam melakukan investasi sebagai imbalan atas pengorbanan pada modal yang digunakan. Terdapat perbedaan antara *return* yang diharapkan dengan *return* yang diterima. Perbedaan dari tingkat *return* tersebut merupakan faktor yang harus dipertimbangkan saat melakukan keputusan investasi (Safelia, 2012). Dasar keputusan kedua yaitu *risiko* yang dihadapi. Saat melakukan keputusan investasi, investor akan mempertimbangkan dan berusaha untuk meminimalkan risiko yang dapat ditoleransi. Investor memiliki tingkat toleransi risiko yang berbeda-beda, yaitu risiko yang mampu dihadapi dan diterima investor untuk mencapai tujuan dalam berinvestasi (Adielyani & Mawardi, 2020).

Melalui BAPPEBTI, Pemerintah Indonesia memberikan jaminan keamanan para investor dengan cara meregulasi dan mendata perusahaan serta jenis koin yang legal beredar di Indonesia (Huda & Hambali, 2020). Dari jumlah keseluruhan koin yang tersebar di dunia, terdapat 229 jenis koin yang dapat diperdagangkan di Pasar Fisik Aset kripto di Indonesia yang ditetapkan oleh Kementerian Perdagangan melalui Bappebti. Koin-koin tersebut diperdagangkan pada *market exchange crypto* yang terdaftar secara resmi di Indonesia, yaitu tempat dimana investor *crypto* melakukan transaksi investasi. Ada 11 perusahaan *market exchange crypto* yang memperoleh tanda daftar, diatur, dan diawasi oleh Bappebti.

Behavioral Finance Theory

Behavioral finance merupakan salah satu teori mengenai keuangan yang membahas tentang perilaku manusia yang bersikap acuh dan melakukan perbedaan dalam melakukan pengambilan keputusan (Bodie, Kane, & Marcus, 2016). Psikologi dalam manusia sebagai salah satu dari faktor yang mempengaruhi keputusan investasi yang ditetapkan dan cenderung untuk melakukan hal yang tidak rasional saat berinvestasi (Pradikasari & Isbanah, 2018). Pada *behavioral finance*, terdapat keterlibatan

antara emosi, sifat, kesukaan, dan hal-hal yang dimiliki oleh manusia sekaligus menjadi makhluk intelektual dan sosial yang membutuhkan adanya interaksi yang akan berpengaruh terhadap keputusan saat bertindak (Wiryaningtyas, 2016).

Behavioral finance terbagi menjadi dua kategori, yang pertama adalah *cognitive bias* yaitu adanya perilaku menyimpang pada saat memahami, mengolah, dan mengambil keputusan terkait suatu informasi atau fakta. Yang kedua adalah *emotional bias* yaitu adanya perilaku menyimpang dengan menggunakan perasaan dan spontanitas dalam merespon suatu informasi atau fakta (Pompian, 2006). Bias tipe *cognitive* antara lain adalah *herding behavior* dan *overconfidence bias*, sementara bias tipe *emotional* adalah *regret aversion bias*.

Herding behavior

Herding behavior merupakan penyimpangan yang dilakukan oleh investor yang lebih memilih untuk mengikuti investor lain atau kelompok yang dianggap lebih baik dalam mengambil keputusan (Leković, 2020). Hal tersebut disebabkan oleh investor yang kurang percaya diri terhadap kemampuannya dalam menganalisis yang menjadi penyebab dilakukannya keputusan investasi yang tidak wajar. *Herding behavior* juga disebabkan oleh terpengaruhnya pada investor lain sebagai pengaruh sosial yang dianggap memiliki analisis yang lebih baik dibandingkan dengan dirinya sebagai acuan pada saat melakukan keputusan investasi (Rahayu, Rohman, & Harto, 2021).

Overconfidence bias

Overconfidence bias adalah penyimpangan yang dilakukan oleh manusia yang menganggap lebih atau *overestimate* mengenai pengetahuan, kemampuan dan optimis secara berlebihan pada diri sendiri (Leković, 2020). Investor yang memiliki sikap *overconfidence* tersebut memiliki pemikiran terlalu tinggi pada ekspektasi keuntungan yang didapatkan dan merasa lebih pintar sehingga akan lebih agresif dalam berinvestasi. Tingkat *return* yang telah didapatkan oleh investor dapat menyebabkan rasa percaya diri yang lebih tinggi sehingga melebih-lebihkan diri mereka untuk menjamin keuntungan besar yang akan didapatkan (Khan, Azeem, & Sarwar, 2017).

Regret aversion bias

Regret aversion bias merupakan penyimpangan yang dilakukan oleh investor yang diakibatkan oleh kegagalan pada saat mengambil keputusan (Leković, 2020). Investor tersebut akan merasa setiap hal yang akan dilakukan bukanlah merupakan hal yang tepat. Hal tersebut menjadikan seorang investor menahan investasinya terlalu lama akibat merasa ketakutan menghadapi rasa penyesalan setelah mengambil tindakan, namun yang sebenarnya terjadi investor mampu mendapatkan keuntungan lebih besar jika menjual investasinya (Budiartha & Susanti, 2017).

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian kuantitatif ini menggunakan data primer dimana menggunakan keusioner untuk pengumpulan data penelitian. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *non-probability sampling* dengan penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* yaitu menggunakan pertimbangan sebagai penentuan sampel. Populasi dalam penelitian ini adalah investor *cryptocurrency*, dimana investor tersebut merupakan Warga Negara Indonesia dan berinvestasi di *market exchange crypto* yang terdaftar oleh Bappebti. Jumlah sampel pada penelitian ini yaitu 150 responden mengisi kuesioner yang diterima. Teknik analisis data yang digunakan yaitu *Structural Equation Modeling – Partial Least Square* (SEM-PLS) menggunakan aplikasi statistik SmartPLS yang dibagi menjadi dua model, yaitu *outer model*

dan *inner model*. *Outer model* menggunakan uji validitas konvergen, uji validitas diskriminan, dan uji reliabilitas. Pada *inner model*, uji yang dilakukan yaitu uji *goodness of fit (r-square)*, uji signifikansi, dan uji T parsial. Penelitian ini juga melakukan uji simultan, yaitu uji secara bersamaan menggunakan aplikasi statistik SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

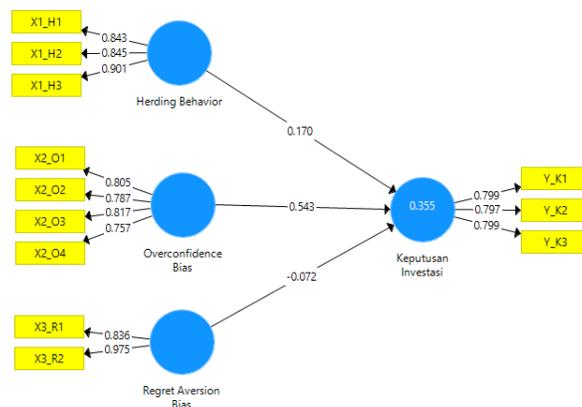
Analisis Karakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden Penelitian

Kategori	Keterangan	Persentase	Kategori	Keterangan	Persentase	Kategori	Keterangan	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	76%	Pendidikan	D3	10%	Domisili	Sulawesi	2%
	Perempuan	24%		D1	2%		Lainnya	1%
Usia	18-20 tahun	16%		Lainnya	1%	Pengalaman Investasi Cryptocurrency	<6 bulan	49%
	21-30 tahun	76%	Jabodetabek	63%	1-2 tahun		17%	
	31-40 tahun	5%	Jawa Selain Jabodetabek	22%	>4 tahun		14%	
	>41 tahun	3%	Sumatera	5%	6 bln - 1 thn		14%	
Pendidikan	S1/D4	64%	Kalimantan	4%	2-3 tahun		5%	
	SMA/SMK	23%	Bali	3%	3-4 tahun		1%	

Dapat dilihat pada Tabel. 1, kategori usia dengan nilai tertinggi pada usia 21-30 mengartikan bahwa mayoritas investor *cryptocurrency* merupakan Gen Z dan Millenials yang berumur 18 hingga 30 tahun. Investor *cryptocurrency* dengan berjenis kelamin laki-laki yang mencapai 76%. Sedangkan investor *cryptocurrency* berjenis kelamin perempuan hanya 24%. Kategori S1/D4 merupakan kategori dengan nilai yang paling tinggi, yaitu 64%. Jabodetabek menjadi domisili investor *cryptocurrency* Indonesia dengan persentase tertinggi yaitu 63%. Investor dengan pengalaman <6 bulan menjadi mayoritas dengan persentase 49%.

Analisis Data



Gambar 2. Diagram Loading Factor

Uji Validitas Konvergen

Tabel 2. Nilai *Outer Loading*

Indikator	<i>Herding Behavior</i> (X1)	<i>Overconfidence Bias</i> (X2)	<i>Regret Aversion Bias</i> (X3)	Keputusan Investasi (Y)
X1_H1	0.843			
X1_H2	0.845			
X1_H3	0.901			
X2_O1		0.805		
X2_O2		0.787		
X2_O3		0.817		
X2_O4		0.757		
X3_R1			0.836	
X3_R2			0.975	
Y_K1				0.799
Y_K2				0.797
Y_K3				0.799

Dapat dilihat pada Tabel. 2, masing-masing indikator pada variabel herding behavior, overconfidence bias, regret aversion, dan keputusan investasi memiliki nilai yang melebihi batas minimal dari outer loading yaitu 0,6. Hal tersebut menunjukkan seluruh indikator pada variabel penelitian telah memenuhi syarat pada outer loading.

Uji Validitas Diskriminan

Tabel 3. Nilai *Average Variance Expected*

Variabel	<i>Average Variance Expected</i> (AVE)
<i>Herding Behavior</i> (X1)	0.745
<i>Overconfidence Bias</i> (X2)	0.637
<i>Regret Aversion Bias</i> (X3)	0.627
Keputusan Investasi (Y)	0.824

Dapat dilihat pada Tabel. 3, hasil dari uji AVE pada setiap variabel memiliki nilai yang melebihi 0,5 sebagai nilai kriteria minimal pada yang menunjukkan bahwa variabel penelitian telah memenuhi kriteria pada *average variance expected*. Hasil dari nilai *outer loading* dan AVE yang telah memenuhi batas minimal mengartikan penelitian telah lolos dalam uji validitas konvergen.

Uji Validitas Diskriminan

Tabel 4. Nilai *Cross Loading*

Indikator	<i>Herding Behavior</i> (X1)	<i>Overconfidence Bias</i> (X2)	<i>Regret Aversion Bias</i> (X3)	Keputusan Investasi (Y)
X1_H1	0.751	-0.074	0.096	0.015
X1_H2	0.857	0.014	0.120	0.123
X1_H3	0.942	0.040	0.099	0.200
X2_O1	0.009	0.814	-0.142	0.475
X2_O2	-0.138	0.780	-0.048	0.391
X2_O3	0.188	0.830	-0.025	0.573

X2_O4	-0.075	0.755	-0.171	0.264
X3_R1	0.065	-0.058	0.867	-0.073
X3_R2	0.135	-0.121	0.958	-0.128
Y_K1	0.211	0.450	-0.094	0.793
Y_K2	0.180	0.422	0.045	0.791
Y_K3	0.042	0.475	-0.217	0.791

Dapat dilihat pada Tabel. 4, item *herding behavior*, *overconfidence bias*, *regret aversion bias*, dan keputusan investasi memiliki nilai korelasi lebih kecil yang dibangun dengan variabel lainnya. Nilai *cross loading* membuktikan korelasi setiap item dengan variabel induk memiliki nilai yang lebih besar dari pada korelasi yang dibangun dengan variabel lainnya. Hal tersebut mengartikan setiap variabel lolos uji validitas diskriminan.

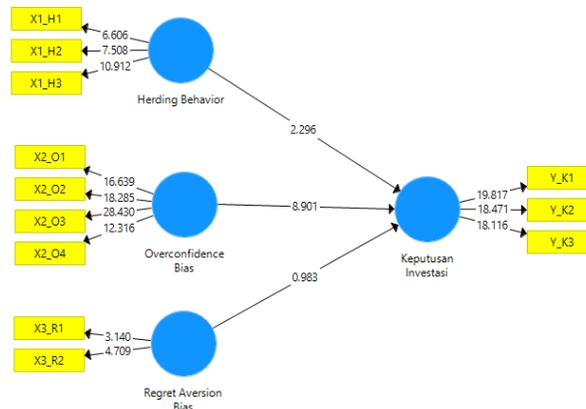
Uji Reliabilitas

Tabel 5. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
<i>Herding Behavior</i> (X1)	0.840	0.898
<i>Overconfidence Bias</i> (X2)	0.716	0.841
<i>Regret Aversion Bias</i> (X3)	0.806	0.870
Keputusan Investasi (Y)	0.818	0.903

Dapat dilihat pada Tabel. 5, nilai *croncach's Alpha* dan *composite reliability* setiap variabel memiliki nilai diatas 0,6 sebagai nilai kriteria minimum. Hal tersebut menunjukkan item kuesioner yang digunakan dapat mengukur variabel tersebut dalam waktu ke waktu. Responden memiliki jawaban yang konsisten akibat pemahaman baik pada item yang digunakan pada variabel keputusan investasi.

Uji inner model



Gambar 3. Diagram *Bootstrapping*

Uji Signifikansi

Tabel 6. Nilai *Path Coefficient*

Indikator	<i>Herding Behavior</i>	<i>Overconfidence Bias</i>	<i>Regret Aversion Bias</i>	Keputusan Investasi
<i>Herding Behavior</i>				0.170
<i>Overconfidence Bias</i>				0.543
<i>Regret Aversion Bias</i>				-0.072
Keputusan Investasi				

Dapat dilihat pada Tabel. 6, hasil dari *path coefficient* variabel *herding behavior* menunjukkan hasil pengaruh sebesar 0,170 terhadap keputusan investasi. Hasil tersebut lebih mendekati nilai 0 dibandingkan 1, maka pengaruh sikap *herding* tidak memiliki efek atau kontribusi yang besar terhadap prediksi *return* dan *risk* saat mengambil keputusan investasi. Pada variabel *overconfidence bias*, menunjukkan hasil pengaruh sebesar 0,543 terhadap keputusan investasi. Hasil tersebut mendekati angka 1, maka sikap *overconfidence bias* pada investor memiliki efek atau kontribusi yang cukup besar terhadap kemampuan prediksi *return* dan *risk* saat mengambil keputusan investasi. Pada variabel *regret aversion bias*, menunjukkan hasil pengaruh sebesar -0,072 terhadap keputusan investasi. Hasil nilai tersebut sangat mendekati nilai 0, maka sikap *regret aversion* pada investor memiliki efek atau kontribusi yang kecil terhadap prediksi *return* dan *risk* saat mengambil keputusan investasi.

Uji Goodness of Fit

Tabel 7. Nilai *Goodness of Fit (R-Square)*

Variabel	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>
Keputusan Investasi (Y)	0.355	0.342

Dapat dilihat pada Tabel. 7, hasil nilai R-square variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 0,355 dengan *R-Square Adjusted* sebesar 0,342. Hal tersebut menunjukkan bahwa variasi *herding behavior*, *overconfidence bias*, dan *regret aversion bias* mampu menjelaskan variasi variabel keputusan investasi sebesar 36% yang termasuk dalam nilai 0,33 – 0,67 dengan kategori “moderat” yang menunjukkan variabel independen penelitian cukup dapat menjelaskan variabel dependen.

Uji T (Parsial)

Tabel 8. Uji T

Variabel	Original Sample (O)	T Statistics ((O/STDEV))	P Values	Hasil
X1 → Y	0.170	2.296	0.022	Signifikan
X2 → Y	0.543	8.901	0.000	Signifikan
X3 → Y	-0.072	0.983	0.326	Tidak Signifikan

Dapat dilihat pada Tabel. 8, hasil dari uji hipotesis T menunjukkan bahwa variabel *herding behavior* (X1) memiliki $T_{statistik}$ sebesar 2,296 dengan nilai *p values* sebesar 0,022 atau 2,2%. Hal tersebut menunjukkan bahwa *herding behavior* memiliki hasil yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan investasi *cryptocurrency*. Hasil uji pada variabel *herding behavior* menolak H_0 dan menerima H_a . Variabel *overconfidence bias* (X2) memiliki $T_{statistik}$ sebesar 8,901 dengan nilai *p values* sebesar 0.000 atau 0%. Nilai tersebut melewati kriteria dalam uji T yang menunjukkan bahwa *overconfidence bias* memiliki hasil berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan investasi *cryptocurrency*. Hasil uji pada

variabel *overconfidence bias* menolak H_0 dan menerima H_a . variabel *regret aversion bias* (X3) memiliki nilai $T_{statistik}$ sebesar 0,983 dengan nilai p values sebesar 0,326 atau 32,6%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *regret aversion bias* memiliki hasil tidak signifikan akibat tidak memenuhi kriteria uji hipotesis sehingga sehingga tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi *cryptocurrency*. Hasil uji pada variabel *regret aversion bias* menolak H_a dan menerima H_0 .

Uji F (Simultan)

Tabel 9. Uji F ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	277.364	3	92.455	24.017	.000 ^b
Residual	562.030	146	3.850		
Total	839.393	149			

a. Dependent Variable: Y

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

Dapat dilihat pada Tabel. 9, hasil dari uji hipotesis F menunjukkan bahwa hasil uji simultan variabel independen terhadap variabel dependen memiliki nilai F hitung sebesar 24,017 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 atau 0%. Hal tersebut menunjukkan bahwa *herding behavior*, *overconfidence bias*, dan *regret aversion bias* secara simultan memiliki hasil yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Pengaruh Herding Behavior Terhadap Keputusan Investasi Cryptocurrency

Berdasarkan penelitian yang dilakukan diperoleh nilai $T_{statistik}$ pada *herding behavior* sebesar 1,665 dan *probability value* sebesar 0,097. Hasil tersebut menunjukkan variabel *herding behavior* berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* sehingga menolak H_0 . Ketika melakukan investasi, investor *cryptocurrency* Indonesia cenderung kurang mempercayai hasil analisis dan keputusan yang dilakukannya dan terpengaruh oleh keputusan investasi dari investor lain atau suatu kelompok yang memiliki pengalaman dan pemahaman lebih banyak pada investasi *crypto*. Saat investor mendapatkan informasi untuk menjual atau membeli dari investor lain atau suatu kelompok, investor terpengaruh untuk melakukan penjualan atau pembelian sehingga risiko dan keuntungannya akan sama dengan yang diperoleh investor lain. Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Mutawally dan Asandimitra (2019) dan Addinpujoartanto & Darmawan (2020) yang membuktikan adanya *herding behavior* terhadap keputusan investasi di Indonesia. Penelitian ini juga mendukung penelitian Al-Mansour (2020) yang menemukan adanya *herding* pada investor yang melakukan keputusan investasi *cryptocurrency*. Hal tersebut menunjukkan *herding behavior* salah satu penyebab investor *cryptocurrency* Indonesia berperilaku tidak rasional dalam melakukan keputusan investasi.

Pengaruh Overconfidence Bias Terhadap Keputusan Investasi Cryptocurrency

Berdasarkan penelitian yang dilakukan diperoleh nilai $T_{statistik}$ pada *overconfidence bias* sebesar 9,010 dan *probability value* sebesar 0,000. Hasil tersebut menunjukkan variabel *overconfidence bias* berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* sehingga menolak H_0 . Investor *cryptocurrency* Indonesia menganggap cukup lebih dirinya dalam hal pengetahuan serta kemampuan yang dimiliki dalam melakukan keputusan investasi. Investor merasa memiliki pengetahuan dan kemampuan tinggi sehingga lebih agresif saat berinvestasi dengan ekspektasi tinggi terhadap keuntungan yang dapat diperoleh. Terlebih lagi saat investor tersebut mendapatkan keuntungan dari keputusan investasi

cryptocurrency di masa lalu yang menyebabkan investor sangat percaya diri terhadap analisis dan keputusan yang dilakukan akan menghasilkan keuntungan seperti yang pernah terjadi. Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Addinpujoartanto & Darmawan (2020) bahwa adanya pengaruh *overconfidence* pada keputusan investasi akibat *overestimate* terhadap kemampuan yang dimiliki. Penelitian ini juga mendukung penelitian Nurbarani & Soepriyanto (2021)

Pengaruh Regret Aversion Bias Terhadap Keputusan Investasi Cryptocurrency

Berdasarkan penelitian yang dilakukan diperoleh nilai $T_{\text{statistik}}$ pada *regret aversion bias* sebesar 0,930 dan *probability value* sebesar 0,353. Hasil tersebut menunjukkan variabel *regret aversion bias* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* sehingga menolak hipotesis penelitian ketiga. Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Johnson (2008) yang menyatakan *regret aversion* tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi. Investor Indonesia memiliki beberapa karakter unik yaitu mengabaikan rasa penyesalan, keputusan investasi yang dipengaruhi oleh kerabat, memiliki harapan besar saat berinvestasi, dan sikap hedonisme yang tinggi. Menurut Harischandra, Suidarma, & Marsudiana (2020), terdapat faktor lain yang relevan terhadap pengabaian *regret aversion* atau rasa penyesalan, yaitu harapan terhadap situasi ekonomi. Saat ini perekonomian dunia sedang menghadapi ketidakpastian dan berdampak terhadap nilai *cryptocurrency*, yaitu perang antara Russia-Ukraina dan krisis ekonomi di US sehingga nilai *cryptocurrency* menurun. Menuju pertengahan tahun 2022, nilai *cryptocurrency* mulai naik kembali sehingga investor memiliki harapan keuntungan yang akan didapatkan dan mengabaikan kerugian yang pernah dialami sebelumnya.

Pengaruh Herding Behavior, Overconfidence Bias, dan Regret Aversion Bias Secara Simultan Terhadap Keputusan Investasi Cryptocurrency

Berdasarkan penelitian yang dilakukan diperoleh nilai F hitung pada uji simultan sebesar 24,017 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hasil tersebut menunjukkan variabel *herding behavior*, *overconfidence bias*, dan *regret aversion bias* secara bersamaan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* sehingga menolak H_0 . Uji *r-square* memiliki nilai 0.355 yang menunjukkan *herding behavior*, *overconfidence bias*, dan *regret aversion bias* secara bersamaan dapat menjelaskan keputusan investasi *cryptocurrency* sebesar 36% yang termasuk ke dalam kategori moderat.

KESIMPULAN

Berdasarkan pengujian yang dilakukan menggunakan metode SEM-PLS dengan aplikasi statistik SmartPLS dan SPSS, kesimpulan yang dapat diperoleh yaitu: *herding behavior* berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* yang dilakukan oleh investor Indonesia; *overconfidence bias* berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* yang dilakukan oleh investor Indonesia; *regret aversion bias* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* yang dilakukan oleh investor Indonesia; secara bersamaan, *herding behavior*, *overconfidence bias*, dan *regret aversion bias* berpengaruh terhadap keputusan investasi *cryptocurrency*.

DAFTAR PUSTAKA

Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). Partial Least Square (PLS). Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis. Yogyakarta: Andi.

- Addinpujoartanto, N. A., & Darmawan, S. (2020). Pengaruh Overconfidence, Regret Aversion, Loss Aversion, dan Herding Bias Terhadap Keputusan Investasi di Indonesia. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 175-187.
- Adielyani, D., & Mawardi, W. (2020). The Influence of Overconfidence, Herding Behavior, and Risk Tolerance on Stock Investment Decisions: The Empirical Study of Millennial Investors in Semarang City. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 89 – 101.
- Al-Mansour, B. Y. (2020). Cryptocurrency Market: Behavioral Finance Perspective. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 159-168.
- Armansyah, R. F. (2021). Over Confidence, Mental Accounting, and Loss Aversion In Investment Decision. *Journal of Auditing, Finance, and Forensic Accounting*, 44-53.
- Bodie, Z., Kane, A., & Marcus, A. (2016). *Manajemen Portofolio dan Investasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Budhi, S. (2018). *Analisis Statistik Multivariate Dengan Aplikasi SEM PLS SmartPls 3.2.6*. Yogyakarta: Expert.
- Budhiasa, S. (2016). *Analisis Statistik Multivariate dengan Aplikasi SEM PLS SmartPLS 3.2.6*. Denpasar: Udayana University Press.
- Budiarto, A., & Susanti. (2017). Pengaruh Financial Literacy, Overconfidence, Regret Aversion Bias, dan Risk Tolerance Terhadap Keputusan Investasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reabilitas, Regresi Linear Sederhana, Regresi Linear Berganda, Uji T, Uji F, R2)*. GUEPEDIA.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris (Edisi 2)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hala, Y., Abdullah, M. W., & Andayani, W. (2020). The Financial Behavior of Investment Decision Making Between Real and Financial Assets Sectors. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 635–645.
- Härdle, W. K., Harvey, C., & Reule, R. (2019). *Understanding*. International Research Training Group 1792.
- Harischandra, K. R., Suidarma, I., & Marsudiana, I. N. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Illusion of Control, Regret Aversion Bias, dan Risk Tolerance Terhadap Keputusan Investasi di Pasar Modal (Studi Kasus pada Kantor Perwakilan Bursa Efek Indonesia Denpasar). *Majalah Ilmiah Widycakara*, 91-108.
- Hartono, J., & Abdillah, W. (2014). *Konsep & Aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk Penelitian Empiris*. Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi dan Bisnis UGM.
- Haryono, S. (2017). *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen Dengan AMOS LISREL PLS*. Jakarta: Luxima Metro Media.
- Huda, N., & Hambali, R. (2020). Risiko dan Tingkat Keuntungan Investasi Cryptocurrency. *Jurnal Manajemen dan Bisnis: Performa*, Vol. 17, No.1.

- Khan, A. R., Azeem, M., & Sarwar, S. (2017). Impact of Overconfidence and Loss Aversion Biases on Investment Decision: Moderating role of Risk Perception . *International Journal of Transformation in Accounting, Auditing & Taxation*, 23-35.
- Khanza, P. R., Tanuwijaya, H., & Fianto, A. Y. (2022). Pengaruh cognitive Dissonance Bias, Hindsight Bias, Overconfidence Bias, dan Self-Control Bias Terhadap Keputusan Investasi Cryptocurrency. *Jurnal Ilmu Manajemen Indonesia*.
- Leković, M. (2020). Cognitive Biases as an Integral Part of Behavioral Finance. *Economic Themes*, 75-96.
- Mahadevi, S. A., & Asandimitra, N. (2021). Pengaruh Status Quo, Herding, Behavior, Representativeness Bias, Mental Accounting, Serta Regret Aversion Bias Terhadap Keputusan Investasi Investor Milenial di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 779-793.
- Marita, W. E. (2015). Pengaruh Struktur Organisasi dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penelrapan Business Entity Concept. *Akrual: Jurnal Akuntansi*, 18-40.
- Mutawally, F. W., & Asandimitra, N. (2019). Pengaruh Financial Literacy, Risk Perception, Behavioral Finance, dan Pengalaman Investasi Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 7 No.4, 942-953.
- Nugraha, G. K. (2018). Pengaruh Respon IMF Terkait Penggunaan Cryptocurrency Terhadap Kebijakan Pemerintah Indoensia.
- Nurbarani, B. S., & Soepriyanto, G. (2021). Determinants of Investment Decision in Cryptocurrency: Evidence from Indonesian Investors. *Universal Journal of Accounting and Finance*.
- Pompian, M. M. (2006). *Behavioral Finance and Wealth Management*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Pradikasari, E., & Isbanah, Y. (2018). Pengaruh Financial Literacy, Illusion of Control, Overconfidence, Risk Tolerance, dan Risk Perception Terhadap Keputusan Investasi Pada Mahasiswa di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 6 Nomor 4*.
- Rahayu, S., Rohman, A., & Harto, P. (2021). Herding Behavior Model in Investment Decision on Emerging Markets: Experimental in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, Vol. 8(No.1), 053-059.
- Safelia, N. (2012). Konsep Dasar Keputusan Investasi dan Portofolio. *Jurnal Online Universitas Jambi*, 217-226.
- Sari, M., & Nugraha. (2016). Cognitive Bias and Risk Preferences Analysis of Ponzi Scheme Investors. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 134-137.
- Sarwono, J., & Narimawati, U. (2015). *Membuat Skripsi, Tesis, dan Disertasi Dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*. Yogyakarta: ANDI .
- Subianto, T. (2007). Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*.
- Toguan, Z. (2020). *Hukum Pasar Modal*. TAMAN KARYA.
- Umaya, F. (2015). Penyesalan Keputusan Konsumen Berdasarkan Faktor Rekomendasi dan Kredibilitas Informasi. *Jurnal Psikologi*, 217-230.

- Wiryaningtyas, D. P. (2016). Behavioral Finance Dalam Pengambilan Keputusan. UNEJ E-Proceeding, 339-344.
- Yohnson. (2008). Regret Aversion Bias dan Risk Tolerance Investor Muda Jakarta dan Surabaya . Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 163-168.
- Zeelenberg, M. &. (2007). A theory of regret regulation 1.0. Journal of Consumer Psychology, 3-18.

PENGARUH TATA KELOLA PERUSAHAAN TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN *ACCOUNTING BASED* DAN *MARKET BASED*

**(Studi Kasus Pada Perusahaan Perbankan Persero yang Terdaftar
di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021)**

Ridwan Toyyibun¹,
ridwan.toyyibun.ak18@mhs.wpnj.ac.id
Lini Ingriyani²,
lini.ingriyani@akuntansi.pnj.ac.id

Program Studi Manajemen Keuangan Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of corporate governance as proxied by the Board of Commissioners, the Board of Directors, and the Audit Committee as an independent variable on company performance as measured by Return on Assets (ROA) and Stock Return (ROS). The population of this study consists of state-owned banking companies listed on the Indonesia Stock Exchange between 2019 and 2021. The website www.idx.co.id provides access to company data. Purposive sampling was used in this study to collect data for each company, namely Bank Rakyat Indonesia, Bank Negara Indonesia, Mandiri Bank, and Bank Tabungan Negara. The data analysis methodology of this research includes classical assumption test, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing.

Keywords: *Good Corporate Governance, Company Performance, ROA, ROS.*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh tata Kelola perusahaan yang diprosikan oleh Dewan Komisaris, Dewan Direksi, dan Komite Audit sebagai variabel independen terhadap kinerja perusahaan yang diukur dengan Return on Assets (ROA) dan *Stock Return* (ROS). Populasi penelitian ini terdiri dari perusahaan perbankan persero yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019 sampai dengan tahun 2021. Website www.idx.co.id menyediakan akses ke data perusahaan. Purposive sampling digunakan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data masing masing perusahaan yaitu bank rakyat Indonesia, bank negeri Indonesia, bank mandiri, dan bank tabungan negara. Metodologi analisis data penelitian ini meliputi uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan pengujian hipotesis.

Kata-Kata Kunci: *Tata kelola perusahaan yang baik, Kinerja Perusahaan, ROA, ROS*

¹ Ridwan Toyyibun. E-mail: ridwan.toyyibun.ak18@mhs.wpnj.ac.id

² Lini Ingriyani. E-mail: lini.ingriyani@akuntansi.pnj.ac.id

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di era globalisasi dan persaingan ekonomi yang ketat, kinerja perusahaan dalam mendorong kesejahteraan dan kemakmuran pemegang saham menjadi salah satu penunjang kinerja perusahaan. Meningkatkan sistem tata Kelola perusahaan yang baik akan meningkatkan pula kinerja suatu perusahaan. Investor sendiri adalah salah satu faktor penting untuk suatu bisnis yaitu salah satu contoh seperti perusahaan perbankan karena pertumbuhan investasi modal saham investor memberikan untuk perusahaan tidak hanya ingin keuntungan, tetapi juga dapat mempercepat laju pertumbuhan sektor perbankan agar bisnis dapat bersaing secara lebih efektif baik domestik maupun internasional.

Menurut otoritas jasa keuangan atau OJK, total aset bank-bank BUMN menurun signifikan pada Januari 2020, sebesar 111.546 miliar, kemudian meningkat pada Februari 2020. Dengan berbagai tantangan yang mereka hadapi, bank harus memperhatikan kesehatan. Kesehatan bank menjadi kepentingan semua pihak yang terlibat, baik pemilik dan pengelola bank, konsumen atau pengguna bank, maupun Bank Indonesia sebagai pengawas dan pengawas bank. Pusat Kesehatan Manajemen bank harus menjaga kesadaran akan kepercayaan nasabah secara konstan. Karena kepercayaan masyarakat terhadap perbankan dapat mencegah terjadinya krisis yang diakibatkan oleh kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap perbankan dengan menarik uang secara bersamaan, sehingga mengakibatkan risiko likuiditas yang dihadapi bank dan merugikan system keuangan secara keseluruhan. Kesehatan bank dapat dievaluasi dari berbagai sisi diantaranya yaitu berdasarkan *accounting based* dan *market. Based*.

Menurut laporan dari Indonesia Corruption Watch (ICW) Korupsi BUMN adalah yang paling sering terjadi di sektor perbankan, dengan setidaknya 38 kejadian yang tercatat selama periode ini. Bank BUMN yang tersandung kasus korupsi paling banyak adalah PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) dengan total 15 kasus, dalam industri ini biasanya melibatkan penggunaan dana konsumen dan dana kredit. Pada 22 Mei 2022, PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) dilaporkan adanya masalah terkait hilangnya dana nasabah atas nama Vira Vazria. Korban kehilangan uang Rp. 1,6 miliar tabungan di BRI dan hanya tersisa Rp. 24 juta setelah tiga bulan. Dan kasus lainnya yaitu dugaan bilyet deposito fiktif yang dilaporkan PT Bank Negara Indonesia Tbk (BNI) terhadap karyawannya pada 1 april 2021 lalu. Maizal Walfajri (2021) Menggunakan kasus hal ini menunjukkan bahwa penerapan tata kelola perusahaan masih sangat kurang memadai, karena praktik pengubahan laporan keuangan terus berlanjut, meskipun masa krisis, khususnya 1997-1998, telah berlalu. Bukti menunjukkan bahwa di indonesia, standar tata kelola perusahaan yang buruk berkontribusi terhadap kelemahan dalam pengambilan keputusan dan aktivitas perusahaan.

Beberapa penelitian sebelumnya yang menunjukkan berbagai hasil studi (research gap) dalam menguji pengaruh komisaris independen, dewan direksi, komite audit terhadap kinerja perusahaan. Menurut Omar Al Farooque W. B., (2019), Menjelaskan bahwa yang memiliki kekuasaan kompensasi eksekutif yang sangat berbeda, hubungan timbal balik antara gaji eksekutif, kinerja perusahaan, dan tata kelola perusahaan akan sebanding dengan yang terlihat di negara-negara Barat. Adanya bukti yang menjelaskan hubungan timbal balik substansial yang positif antara remunerasi dan kinerja, serta antara tata kelola perusahaan dan kinerja. Namun, tidak ada hubungan timbal balik antara tata kelola perusahaan dan remunerasi, menunjukkan hubungan signifikan positif satu arah yang bergerak dari tata kelola perusahaan ke kompensasi. Berbeda dengan temuan penelitian menurut (Waleed M. Al-ahdala, 2020), Temuan menunjukkan bahwa akuntabilitas dewan (BA) dan komite audit (AC) memiliki dampak yang dapat diabaikan terhadap kinerja perusahaan yang diukur dengan ROE dan Tobin's Q. Transparansi dan pengungkapan (TD) memiliki pengaruh negatif yang dapat diabaikan terhadap kinerja perusahaan yang dinilai oleh Tobin's Q. Selanjutnya, temuan dummy negara menunjukkan bahwa perusahaan India

mengungguli perusahaan Teluk dalam hal norma tata kelola perusahaan dan kinerja keuangan. Dalam studi ini, keberhasilan unit bisnis diukur dengan menggunakan dua metrik yaitu *return on assets (ROA)* dan *Stock Return (ROS)*. Berdasarkan latar belakang yang masih menunjukkan ketidakkonsistenan pengaruh antar variabel dewan komisaris, dewan direksi, komite audit, dan ukuran perusahaan berdasarkan *accounting based* dan *market based*.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh ROA dan ROS terhadap kinerja perusahaan perbankan persero yang terdaftar pada BEI untuk periode 2019 – 2021.

1. Untuk mengetahui dampak penerapan tata kelola perusahaan yang terdiri dari indikator komposisi dewan komisaris terhadap kinerja perusahaan perbankan persero Indonesia berdasarkan *accounting based* dan *market based*.
2. Untuk mengetahui dampak penerapan tata kelola perusahaan yang terdiri dari indikator dewan direksi terhadap kinerja perusahaan perbankan persero Indonesia berdasarkan *accounting based* dan *market based*.
3. Untuk mengetahui dampak penerapan tata kelola perusahaan yang terdiri dari indikator komite audit terhadap kinerja perusahaan perbankan persero Indonesia berdasarkan *accounting based* dan *market based*.

TINJAUAN PUSTAKA

Tata Kelola Perusahaan

Tata kelola perusahaan adalah struktur yang tidak hanya meningkatkan hubungan di antara berbagai pihak (pemilik perusahaan, manajer, dan investor), tetapi juga memastikan alokasi sumber daya yang optimal di antara pengguna yang bersaing. Ini juga menyediakan kerangka kerja untuk membentuk tujuan perusahaan, mencapai tujuan tersebut, dan menentukan apakah kinerja dilakukan atau tidak. Standard & Poor's mendefinisikan indeks tata kelola perusahaan sebagai evaluasi gabungan dari berbagai teknik tata kelola perusahaan yang digunakan oleh perusahaan. Untuk menganalisis dan menggabungkan CG dalam kerangka struktural perusahaan dan membandingkan skor tata kelola perusahaan individual dengan norma yang dapat diterima oleh badan pengatur. Banyak indeks tata kelola perusahaan telah dihasilkan dalam literatur sebelumnya; mayoritas indeks ini didasarkan pada negara-negara industri.

Prinsip – Prinsip Tata Kelola Perusahaan

1. Transparansi (*Transparansi*)

Keterbukaan kepada pemangku kepentingan dalam *pROSeS* pengambilan keputusan dan pengambilan keputusan dalam menyajikan informasi yang material dan relevan tentang organisasi dengan lima kualitas, yaitu komprehensif, relevan, ramah, dapat diandalkan, dan komparatif. Laporan keuangan, kinerja keuangan, kepemilikan, dan informasi manajemen harus dapat diterima dan benar sehingga pemegang saham dan pihak lain dapat mengetahui status perusahaan.

2. Akuntabilitas (*Accountability*)

Kejelasan fungsi, struktur, sistem pengendalian, dan akuntabilitas organ perusahaan untuk menjamin keberhasilan pengelolaan dan keseimbangan kekuasaan di antara para pemangku kepentingan. Anggota eksekutif, seperti komisaris, anggota, dan karyawan, harus jujur untuk menjalankan perusahaan sesuai dengan aturan dan peraturan yang berlaku.

3. Pertanggungjawaban (*Responsibility*)

Kesesuaian pengelolaan perusahaan dengan prinsip-prinsip korporasi yang sehat dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Konsep ini menuntut seluruh jajaran organisasi untuk bertindak dengan baik dan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang ada.

4. *Kemadirian (Independence)*

Skenario di mana perusahaan ditangani secara profesional tanpa kepentingan dan pengaruh manajemen yang tidak sesuai dengan hukum yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi yang kokoh.

5. *Keadilan (Fairness)*

Perlakuan yang adil dan merata terhadap pemangku kepentingan dalam memenuhi hak-hak yang timbul sebagai akibat dari kesepakatan dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Setiap pilihan yang memperhitungkan kepentingan pemegang saham minoritas. Melindungi seluruh pemegang saham, baik mayoritas maupun minoritas, dalam rekayasa dan transaksi yang tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Komposisi Dewan Komisaris

Dewan komisaris adalah organ perusahaan yang bertugas melakukan pengawasan secara umum dan/atau secara tegas sesuai dengan anggaran dasar dan memberikan rekomendasi kepada direksi. Jumlah anggota dewan dapat berdampak pada manajemen. Manajer bertanggung jawab untuk mengelola manajemen, menurut teori keagenan, sehingga ukuran dewan harus ditentukan agar efisien dan menghasilkan kinerja perusahaan yang lebih tinggi. Dewan komisaris adalah organ perusahaan yang bertugas melakukan pengawasan secara umum dan/atau secara tegas sesuai dengan anggaran dasar dan memberikan rekomendasi kepada direksi. Jumlah anggota dewan dapat berdampak pada manajemen. Manajer bertanggung jawab untuk mengelola manajemen, menurut teori keagenan, sehingga ukuran dewan harus ditentukan agar efisien dan menghasilkan kinerja perusahaan yang lebih tinggi.

Ukuran Dewan Direksi

Dewan Direksi adalah seseorang yang harus menentukan atau secara umum memutuskan, bersama dengan anggota dewan dan orang lain, tentang kegiatan yang sesuai. Papan Direksi bertugas melaksanakan kebijakan dan inisiatif yang disepakati oleh Dewan Komisaris, serta memelihara struktur organisasi dan memastikan keberhasilan pendelegasian tanggung jawab.

Ukuran Komite Audit

Suatu komite yang dibentuk oleh dewan komisaris yang bekerja secara profesional dan independen untuk membantu dan memperkuat fungsi dewan komisaris (atau dewan pengawas) dalam melaksanakan fungsi pengawasan (*oversight*) atas pelaksanaan pelaporan keuangan, manajemen risiko, audit, dan tata kelola perusahaan di perusahaan. Tanggung jawab utama komite audit termasuk mengawasi proses pelaporan keuangan, memantau pengendalian internal (seperti berapa banyak otoritas pengeluaran yang dimiliki seorang eksekutif), memantau pemilihan kebijakan dan Prosedur akuntansi, dan mengawasi perekrutan dan kinerja auditor eksternal dalam menghasilkan laporan keuangan perusahaan.

Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan merupakan gambaran keadaan perusahaan secara keseluruhan selama periode waktu tertentu, dan merupakan hasil atau pencapaian yang dipengaruhi oleh indakan operasional organisasi dalam menggunakan sumber daya yang tersedia. Penilaian keberhasilan perusahaan dapat diukur dengan menggunakan laporan keuangan” yang dikeluarkan secara berkala. Laporan keuangan berupa neraca, laporan laba rugi, laporan arus kas saat ini, dan perubahan modal yang secara kolektif memberikan gambaran tentang status keuangan perusahaan.

Market Based

Market based adalah Penetapan harga berbasis pasar adalah pendekatan penetapan harga di mana perusahaan mendasarkan harganya pada lingkungan pasar. Dengan kata lain, korporasi memperhatikan

klien (permintaan) dan para pesaingnya. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode *Stock Return (ROS)*.

$$ROS = (\% \text{ Nilai Saham Saat Ini} + \text{Deviden}) / (\text{Nilai Awal Saham})$$

Accounting Based

Accounting based adalah Sebuah model akuntansi biaya digunakan untuk mendistribusikan semua pengeluaran berdasarkan sumber daya yang digunakan untuk melakukan aktivitas yang terkait dengan produk dan layanan yang diberikan kepada konsumen. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode *return on assets (ROA)*.

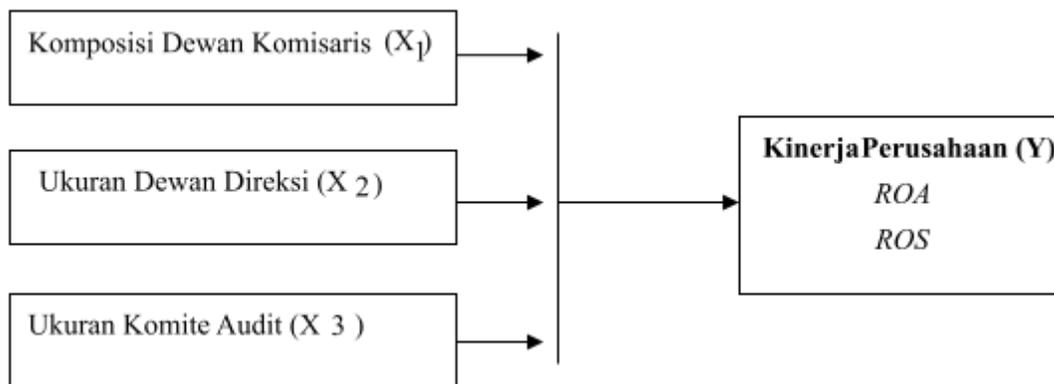
$$\text{Return on assets (ROA)} = \frac{\text{Net Income atau Earning after tax}}{\text{Total Asset}}$$

Kerangka Pemikiran

"kerangka" konseptual adalah "model konseptual tentang bagaimana teori menghubungkan banyak aspek yang telah diakui sebagai kesulitan yang signifikan, perusahaan Kerangka konseptual atau cara berpikir penelitian ini adalah seperti yang ditunjukkan di bawah ini:

Tata Kelola Perusahaan

METODOLOGI PENELITIAN



Jenis Penelitian

Penelitian ini ada penelitian kuantitatif. Penulis menggunakan pendekatan kuantitatif karena memiliki sifat umum penelitian kuantitatif, diantaranya yaitu: kejelasan unsur: tujuan, subyek, sumber data telah konsisten dan rinci sejak awal, sampel dapat digunakan, kejelasan desain penelitian, dan analisis data dilakukan setelah semua data terkumpul.

Objek Penelitian

Penelitian ini memilih perusahaan yang melakukan Initial Public Offering (IPO) pada jangka waktu tahun 2019-2021 sebagai objek penelitian. Pada penelitian ini akan dibagi dalam dua periode yaitu periode jangka pendek dan jangka panjang. Periode jangka pendek terdiri atas hari pertama, sebulan, tiga bulan, dan enam bulan setelah perusahaan melakukan IPO. Kemudian untuk periode jangka panjang yaitu setahun setelah perusahaan melakukan IPO. Objek penelitian yang dipertimbangkan dalam penelitian ini adalah perusahaan subsektor perbankan persero yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) antara tahun 2019 sampai 2021. Terdapat 4 perusahaan subsektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang akan dianalisis. menggunakan data harga penutupan akhir kuartal dari 2019 hingga 2021.

Metode Pengumpulan Sample

Pemilihan sampel diambil berdasarkan pada penilaian ciri-ciri tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian yang akan dilakukan. Jadi tidak semuanya. Adapun kriteria sampel yang dikategorikan dalam penelitian ini adalah:

1. Tercatat sebagai perusahaan perbankan persero di Bursa Efek Indonesia, dan mempublikasikan laporan keuangan yang telah diaudit dan laporan tahunan (annual report) secara lengkap yang relevan dengan variabel penelitian.
2. Perusahaan perbankan persero yang telah menghasilkan laba selama empat tahun berturut-turut (2019-2021).
3. Yang memaparkan *annual report* dan laporan keuangan secara lengkap pada periode 2019-2021

Metode Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan menggunakan software SPSS V.20 for Windows. Sebelumnya, uji yang pertama yaitu uji asumsi klasik, yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Uji yang kedua yaitu uji deskriptif. Dan yang ketiga ada uji Hipotesis dihitung dengan menggunakan Uji F dan Uji T.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 4.1 Statistik deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>ROA</i>	12	0	0.02	0.0126	0.00761
<i>ROS</i>	12	-0.01	0.1	0.0274	0.03419
Dewan_Komisaris	12	6	13	9.25	2.0505
Dewan_Direksi	12	8	13	11.3333	1.37069
Komite_Audit	12	4	9	6	1.70561
Valid N (listwise)	12				

Pada tabel di atas dapat diketahui bahwa pengaruh kinerja perusahaan berdasarkan accounting based dan market based terhadap kinerja perusahaan. Seluruh variabel memiliki nilai rata-rata yang lebih besar dari standar deviasi, artinya dapat dijelaskan bahwa seluruh data pada variabel bersifat Homogen.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 4.2 Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	12
Test Statistic (ROA)	0.172
Asymp. Sig. (2-tailed) (ROA)	.200 ^{e,d}
Test Statistic (ROS)	0.151
Asymp. Sig. (2-tailed) (ROS)	.200 ^{e,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 dari dua uji statistik Kolmogorov Smirnov (K-S) mengungkapkan bahwa variabel independen dan dependen dalam penelitian telah mendistribusikan data secara teratur. Nilai Asymp Sig menunjukkan hal ini. Nilai kolmogorov-smirnov (2-tailed) variabel penelitian ini lebih dari 0,05 yaitu 0,200. Nilai signifikansi variabel lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa ke dua data tersebut yaitu *ROA* dan *ROS* data penelitian berdistribusi normal. Selain uji statistik Kolmogorov-Smirnov (K-S).

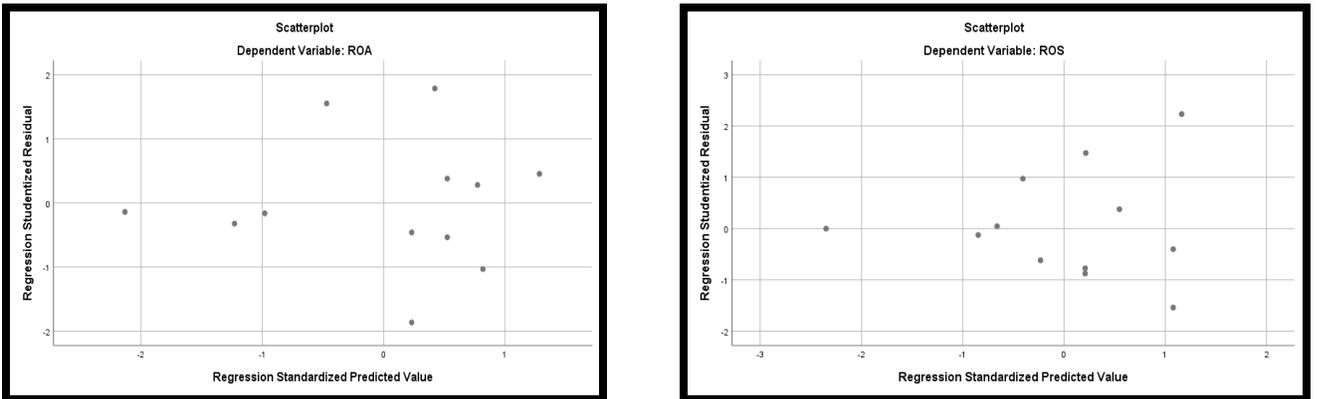
Uji Multikolinearitas

Tabel 4.3 Uji Multikolinearitas

Model <i>ROA</i> dan <i>ROS</i>	Collinearity Statistics		Sig	
	Tolerance	VIF	<i>ROA</i>	<i>ROS</i>
Dewan_Komisaris	0.175	5.71	0.806	0.995
Dewan_Direksi	0.171	5.859	0.481	0.518
Komite_Audit	0.548	1.823	0.607	0.519

Berdasarkan tabel di atas, tidak ada tanda multikolinearitas. Jika nilai toleransi lebih besar dari 0,1 dan VIF lebih besar dari 10, sistem dianggap multikolinear. Untuk Variabel *dependen Return on Assets (ROA)* yaitu Dewan Komisaris memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,175 dan VIF sebesar 5.710; variabel Dewan Direksi memiliki nilai toleransi 0,171 dan VIF 5.859; variabel Komite Audit memiliki nilai toleransi sebesar 0,548 dan VIF sebesar 1,823. Dan untuk Variabel *dependen Stock Return (ROS)* yaitu Dewan Komisaris memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,175 dan VIF sebesar 5.710; variabel Dewan Direksi memiliki nilai toleransi 0,171 dan VIF 5.859; variabel Komite Audit memiliki nilai toleransi sebesar 0,548 dan VIF sebesar 1,823. Setiap variabel memenuhi syarat nilai *tolerance* dan VIF, sehingga semua variabel independen tidak memiliki kolerasi diantara satu sama lain.

Uji Heterokedastisita



Gambar 1.1 Grafik Uji Heterokedastisitas

Dari hasil uji heteroskedastisitas di atas, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini. Hal ini dapat dilihat pada gambar scatterplot di atas, pada gambar terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu atau tidak teratur serta titik menyebar di bawah angka 0 pada sumbu Y.

Uji Autokorelasi

Tabel 4.4 Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson n
ROA	2.450
ROS	2.467
Predictors: (Constant), Komite_Audit, Dewan_Komisaris, Dewan_Direksi	

Dari tabel di atas menjelaskan bahwa nilai D-W diperoleh sebesar 2.450 untuk ROA dan 2.467 untuk ROS. Nilai ini lebih besar dari 2 dan lebih kecil dari -2, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi positif maupun autokorelasi negatif.

Uji Hipotesis

Uji koefisien Determinan (R²)

Model Summary	
Model	Adjusted R Square
ROA	0.326
ROS	0.156
Predictors: (Constant), Komite_Audit, Dewan_Komisaris, Dewan_Direksi	

Tabel 4.5 Uji koefisien Determinan

Pada tabel di atas nilai koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat dari nilai *Adjusted R Square* yaitu 0.326 untuk ROA dan 0.156 untuk ROS yang berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen adalah sebesar 32,6% dan 15,6%. Maka dapat disimpulkan bahwa *return on asset* (ROA) yaitu sebesar 32,6% kinerja perusahaan dipengaruhi oleh Dewan komisaris, dewan direksi, komite audit. Sedangkan sisanya sebesar 67,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang digunakan

dalam penelitian ini. Begitupun dengan *Stock Return (ROS)* dimana menjelaskan bahwa 15,6% kinerja perusahaan dipengaruhi oleh Dewan komisaris, dewan direksi, komite audit. Sedangkan sisanya sebesar 84,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Uji Simultan (uji-F)

Tabel 4.6 Uji Simultan (Uji-F)

ANOVA ^a						
Model		F		Sig		
1	ROA	2.777		.110 ^b		
	ROS	0.504		.690 ^b		

Berdasarkan tabel 4.6 dapat disimpulkan bahwa H1 ditolak dan H0 disetujui. Hal ini terlihat dari nilai F hitung pada *ROA* sebesar 2.77. Sedangkan nilai signifikansi akhir adalah 0,110 lebih besar dari 0,05. Artinya, semua variabel independent/bebas tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen/terikat. variabel independen, yang terdiri dari Dewan Komisaris, Dewan Direksi dan komite audit, semuanya tidak memiliki pengaruh simultan terhadap variabel kinerja perusahaan. Sedangkan untuk data *Stock Return (ROS)* terlihat dari nilai F hitung pada *ROS* sebesar 0.054. Sedangkan nilai signifikansi akhir adalah 0,690 lebih besar dari 0,05. Artinya, semua variabel independent/bebas tidak memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.

Uji Parsial (uji-t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.	
		B (ROA)	B (ROS)		ROA	ROS
1	(Constant)	-0.025	-0.086	-1.215	0.259	0.498
	Dewan_Komisaris	0.001	-8.32E-05	0.254	0.806	0.995
	Dewan_Direksi	0.002	0.013	0.738	0.481	0.518
	Komite_Audit	0.001	-0.006	0.535	0.607	0.519

a. Dependent Variable: ROA dan ROS

Tabel 4.7 Uji Parsial (Uji -T)

Berdasarkan hasil uji parsial (uji-t) untuk Return On Assets (*ROA*) sebagai berikut:

1. pada hasil tabel diatas menjelaskan bahwa nilai signifikansi variabel untuk dewan komisaris (X1) yaitu sebesar 0,806 yang dimana lebih besar dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel komisaris independent tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan (Y). Jika dewan komisaris ditingkatkan, maka akan memberikan dampak menurun pada kinerja perusahaan, sebaliknya jika dewan komisaris dikurangi, maka kinerja perusahaan akan meningkat.
2. Variabel dari dewan direksi (X₂) secara uji parsial atau uji-T tidak memiliki pengaruh positif yang signifikan dengan kinerja perusahaan (Y). karena nilai sig nya lebih besar yaitu 0.481 > 0.05. Jika dewan direksi ditingkatkan, maka akan memberikan dampak menurun pada kinerja perusahaan, sebaliknya jika dewan direksi dikurangi, maka kinerja perusahaan akan meningkat.

3. Variabel Komite Audit (X_3) secara uji parsial atau uji-T tidak memiliki pengaruh positif yang signifikan dengan kinerja perusahaan (Y). karena nilai sig nya lebih besar yaitu $0.607 > 0.05$. Jika komite audit ditingkatkan, maka akan memberikan dampak menurun pada kinerja perusahaan, sebaliknya jika komite audit dikurangi, maka kinerja perusahaan akan meningkat.

Adapun hasil uji parsial (uji-t) untuk *Stock Return (ROS)* sebagai berikut:

1. pada hasil tabel diatas menjelaskan bahwa nilai signifikansi variabel untuk dewan komisaris (X_1) yaitu sebesar 0,995 yang dimana lebih besar dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel komisaris independent tidak memiliki pengaruh negative signifikan terhadap kinerja perusahaan (Y). Artinya Jika dewan komisaris ditingkatkan, maka akan memberikan dampak menurun pada kinerja perusahaan, sebaliknya jika dewan komisaris dikurangi, maka kinerja perusahaan akan meningkat.
2. Variabel dari dewan direksi (X_2) secara uji parsial atau uji-T tidak memiliki pengaruh positif yang signifikan dengan kinerja perusahaan (Y). karena nilai sig nya lebih besar yaitu $0.518 > 0.05$. Jika dewan direksi ditingkatkan, maka akan memberikan dampak menurun pada kinerja perusahaan, sebaliknya jika dewan direksi dikurangi, maka kinerja perusahaan akan meningkat.
3. Variabel Komite Audit (X_3) secara uji parsial atau uji-T tidak memiliki pengaruh negative yang signifikan dengan kinerja perusahaan (Y). karena nilai sig nya lebih besar yaitu $0.519 > 0.05$. Jika komite audit ditingkatkan, maka akan memberikan dampak menurun pada kinerja perusahaan, sebaliknya jika komite audit dikurangi, maka kinerja perusahaan akan meningkat.

KESIMPULAN

1. Tidak terdapat pengaruh parsial variabel dewan komisaris terhadap kinerja perusahaan secara *accounting based* dan *market based*. Hal ini menunjukkan bahwa ada atau tidaknya komisaris independen dalam suatu perusahaan tidak menjamin kinerja perusahaan akan meningkat.
2. Variabel dewan direksi tidak signifikan berdampak minimal terhadap kinerja perusahaan secara *accounting based* dan *market based*, Ini menunjukkan bahwa memperluas jumlah dewan di perusahaan tidak berpengaruh pada keberhasilan kinerja suatu perusahaan.
3. Variabel komite audit tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan secara *accounting based* dan *market based*. Hal ini menunjukkan bahwa banyak atau dikit nya komite audit dalam suatu perusahaan tidak dapat menjamin peningkatan dari suatu kinerja perusahaan. kurangnya kepercayaan dan pengawasan komite audit dalam pelaporan keuangan dan pengendalian internal tidak dapat diperbaiki. Independensi dan pengawasan komite audit dalam pelaporan keuangan dan pengendalian internal tidak menjamin peningkatan kinerja perusahaan.

Saran

1. Untuk penelitian selanjutnya, supaya dapat menambahkan variable independent dalam penelitian tata kelola perusahaan yang baik seperti jumlah pemegang saham, direktur independen, dan sekretaris perusahaan.
2. Peneliti selanjutnya juga diharapkan menambah atau mengganti indikator selain *return on asset (ROA)* dan *Stock Return(ROS)* seperti dengan *return on equity (ROE)* *economic value added (EVA)*, *Tobin's Q* dan lain-lain dalam indikator pengukuran kinerja perusahaan.

3. Untuk Penelitian selanjutnya dapat menggunakan sampel perusahaan yang tidak hanya berfokus pada perusahaan perbankan persero saja, tetapi dapat menggunakan sampel dari kelompok perusahaan lain yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, seperti dibidang sektor pertambangan dan emas, dimana sector ini menjadi salah satu sektor yang memberikan masukan penghasilan besar di Indonesia dan banyak perusahaan yang melakukan Tbk pada sektor ini.
4. Dan masukan selanjutnya untuk penelitian selanjutnya supaya menambah rentang waktu penelitian untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprianingsih, A. (2016). Pengaruh Penerapan *Good Corporate Governance*, Struktur Kepemilikan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode. *Lambung Pustaka Universitas Negeri Yogyakarta*.
- christina verawaty situmorang, a. s. (2019). pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap kinerja keuangan perusahaan perbankan yang terdaftar di bursa efek indonesia.
- Mallin, C. A. (2015). *Corporate Governance 4th edition*. United Kingdom oxford: Online Resource Centre.
- Melia Agustina Tertius, Y. J. (2015). Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Kinerja Perusahaan pada Sektor Keuangan. *Business Accounting Review Vol. 3*, 223-232.
- Omar Al Farooque, W. B. (2019). Board, audit committee, ownership and financial performance – emerging trends from Thailand.
- Omar Al Farooque, W. B. (2019). Interactive effects of executive compensation, firm performance and corporate governance: Evidence from an Asian market. *Asia Pacific Journal of Management*, 36:1111–1164.
- Shoeyb Rostamia, *. Z. (2015). The Effect of Corporate Governance Components on Return on. *1st International Conference on Applied Economics and Business*.
- shoeyb rostamia, z. r. (2015). the effect of corporate governance components on return on assets and *Stock Return* of companies listed in tehran stock exchange.
- Waleed M. Al-ahdala, M. H. (2020). The impact of corporate governance on financial performance of Indian and GCC listed firms: An empirical investigation. *Research in International Business and Finance*.

Analisis Uji Beda Pengumuman *Buyback* Saham terhadap Reaksi Pasar dalam *Industry Wise Analysis* (Studi Kasus Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2018-2020)

Ramadhina Dea Ananda¹⁾, Lini Ingriyani²⁾

¹⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Ramadhina.deaannada.ak18@mhs.wpnj.ac.id, Jl.Prof. Dr. Siwabessy Kampus UI, 16425, Depok, Indonesia

²⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Lini.ingriyani@akuntansi.pnj.ac.id, Jl.Prof. Dr. Siwabessy Kampus UI, 16425, Depok, Indonesia Depok

ABSTRACT

This study aims to analyze whether there are differences in the average abnormal return before and after the announcement of the 2018-2020 shares buyback in general or the entire industrial sector and industry wise analysis or each industrial sector, namely the financial sector, infrastructure sector and other sectors. The research method used is an event study to study the reaction of the capital market in Indonesia based on the average abnormal return. The observation period is 11 days. The sample was selected using a purposive sampling method and obtained as many as 41 companies broadly or as a whole industry and industry wise analysis, namely 10 companies in the financial sector, 7 companies in the infrastructure sector and 24 other sector companies listed on IDX. The secondary data used in this study are daily data of closing price for each stock, closing price IHSG. The market adjustment model is used to predict the expected return. The results of the study found that there was no difference in the average abnormal return before and after the general stock buyback announcement or the entire industry, financial sector, infrastructure sector and other sectors.

Keywords: *Shares Buyback; Average Abnormal Return; Industry Wise Analysis.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah terdapat perbedaan *average abnormal return* sebelum dan sesudah pengumuman pengembalian (*buyback*) saham tahun 2018-2020 keseluruhan sektor industri dan *industry wise analysis* atau masing-masing sektor industri yaitu sektor keuangan, sektor infrastruktur dan sektor lainnya. Metode studi peristiwa digunakan dalam penelitian ini untuk mempelajari reaksi pasar modal Indonesia berdasarkan *average abnormal return* selama periode pengamatan. Periode pengamatan dalam jangka waktu selama 11 hari Sampel dipilih menggunakan metode *purposive sampling* dan didapatkan sebanyak 41 perusahaan keseluruhan industri dan *industry wise analysis* yaitu 10 perusahaan sektor keuangan, 7 perusahaan sektor infrastruktur dan 24 perusahaan sektor lainnya yang terdaftar di BEI. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yaitu harga penutupan saham harian dan harga penutupan IHSG harian, Model penyesuaian pasar digunakan untuk

¹ Corresponding author. E-mail: Ramadhina.deaannada.ak18@mhs.wpnj.ac.id

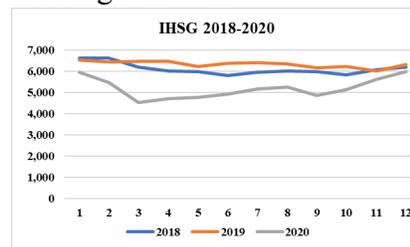
memprediksi tingkat pengembalian yang diharapkan. Hasil penelitian menemukan bahwa tidak terdapat perbedaan *average abnormal return* sebelum dan sesudah pengumuman *buyback* saham secara luas atau keseluruhan industri, sektor keuangan, sektor infrastruktur dan sektor lainnya.

Kata Kunci: *Buyback* saham; *Average Abnormal Return*; *industry wise analysis*.

PENDAHULUAN

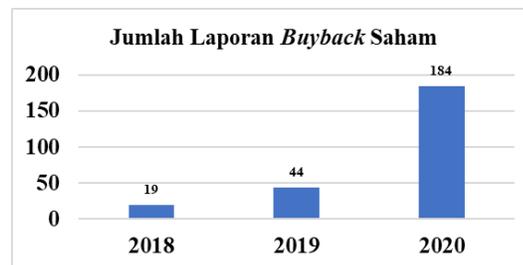
Latar Belakang

Pembelian kembali saham atau *buyback* saham merupakan salah satu aksi korporasi yang ada dalam pasar modal dengan melakukan pembelian kembali saham yang telah beredar di publik. Menurunnya kinerja perusahaan akibat dari kondisi ekonomi yang memburuk menyebabkan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) turut menurun. Kondisi pasar saat ini dapat mempengaruhi perusahaan melakukan kebijakan *buyback* saham yang tercermin dari IHSG yang ada di Bursa Efek Indonesia sebagai berikut



Gambar 1 Pergerakan IHSG Tahun 2018-2020

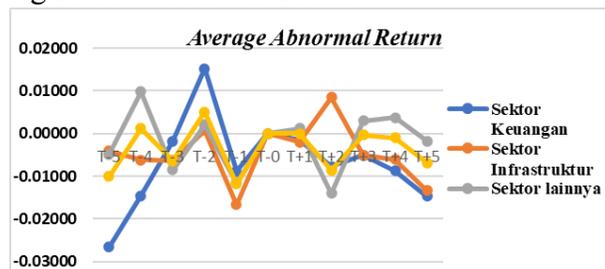
Penurunan harga saham yang terus menurun menyebabkan kekhawatiran bagi pemegang saham karena akan berpengaruh terhadap keuntungan yang mereka peroleh. Untuk menjaga kepercayaan pemegang saham, *buyback* saham merupakan salah satunya cara yang dilakukan perusahaan untuk menjaga kestabilan harga saham dan sebagai sinyal positif atas kinerja perusahaan.



Gambar 2 Jumlah Laporan *Buyback* Saham

Dengan adanya kondisi pasar modal yang berfluktuatif untuk menyikapi hal tersebut perusahaan melakukan *buyback* saham yang dapat dilihat dari perkembangan laporan *buyback* saham tahun 2018-2020 bersumber dari laporan Otoritas Jasa Keuangan. Tujuan utama perusahaan melakukan pengumuman *buyback* saham yaitu untuk meningkatkan harga saham perusahaan serta reaksi positif dari pasar. Chang dkk. (2010) menyelidiki pengumuman *buyback* saham terhadap reaksi pasar bereaksi positif dan juga menyarankan agar perusahaan memberikan kinerja saham yang lebih baik setelah pengumuman *buyback* saham dalam reaksi pasar positif. Pengaruh pengumuman *buyback* saham terhadap harga saham perusahaan dengan menggunakan metodologi *event study*. Reaksi pasar dapat diukur dengan melalui perubahan harga saham yang

diukur dengan menggunakan *abnormal return* selama hari pengamatan (Hartono J. , 2017). Berdasarkan hasil dari yang dijelaskan penelitian sebelumnya dan kondisi yang terjadi pada tahun pengamatan dijelaskan bahwa investor memandang pengumuman *buyback* saham sebagai berita baik, dan akan bereaksi positif dengan membeli saham perusahaan yang ditawarkan melalui bursa efek, namun masih ditemukan ketidak konsistenan hasil penelitian terdahulu, maka dari penelitian ini dapat di kaji ulang dengan mempertimbangkan kondisi situasi terkini. Selain itu, pengumuman *buyback* saham terhadap reaksi pasar yang diukur dengan *average abnormal return* akan berbeda disetiap sektor industri, sehingga investor dapat mengetahui apakah *buyback* saham memberikan *abnormal return* lebih banyak dalam sektor industri tertentu. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gupta (2017) dan Pradhan & Kasilingam, (2019) dengan masing-masing sektor industri atau disebut dengan *industry wise analysis* berdasarkan BSE India. Dengan adanya perbedaan penelitian ini di Indonesia sehingga berbeda kondisi pasar modal maka peneliti tertarik untuk menguji hubungan *average abnormal return* dengan masing-masing sektor industri atau *industry wise analysis* yang merupakan metode atau cara untuk menganalisa dengan mengelompokan masing-masing sektor industri, untuk melihat perbedaan dari masing-masing sektor industri tersebut.



Gambar 3 Average Abnormal Return

Berdasarkan pergerakan *average abnormal return* perusahaan yang melakukan *buyback* saham terdapat *average abnormal return* yang berbeda-beda pada keseluruhan sektor industri, sektor keuangan, sektor infrastruktur dan sektor lainnya. Dengan adanya perbedaan lokasi penelitian di India sedangkan penelitian ini di Indonesia, sehingga kondisi pasar modal yang berbeda, Hal tersebut dapat terlihat dari pergerakan IHSG berfluktuatif dan *average abnormal return* yang berbeda-beda maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut hubungan *average abnormal return* dengan keseluruhan sektor industri dan masing-masing sektor atau *industry wise analysis* yaitu sektor keuangan, sektor infrastruktur dan sektor lainnya dengan mempertimbangkan kondisi terkini di Indonesia.

Sehingga, dalam penelitian ini penulis akan memberikan pandangan dari dua sisi, mengenai keseluruhan sektor industri dan masing-masing sektor industri berdasarkan sektor, atau dikenal dengan istilah *industry wise analysis* yaitu sektor keuangan, sektor infrastruktur dan sektor lainnya. Hal tersebut terinspirasi oleh penelitian terdahulu yang dilakukan di India oleh Gupta (2017) dan Pradhan & Kasilingam (2019). Hasil yang bervariasi dari penelitian-penelitian sebelumnya dan analisa reaksi pasar berdasarkan *industry wise analysis* yang masih jarang dianalisa di Indonesia dan dengan adanya pergerakan IHSG yang berfluktuatif dan *average abnormal return* yang berbeda-beda membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut terkait pengumuman *buyback* saham.

Permasalahan

Dalam melakukan aktivitas investasi saham, para investor akan mengharapkan keuntungan *return* saham yang besar, pergerakan harga saham merupakan salah satu cara untuk menentukan besarnya keuntungan yang akan didapat dalam berinvestasi. Dengan adanya *buyback* saham, maka saham perusahaan yang beredar di pasar bursa akan berkurang dan secara tidak langsung permintaan atas saham perusahaan tersebut akan mengalami kenaikan. Berdasarkan penjelasan penelitian terdahulu terdapat perbedaan hasil dari kebijakan *buyback* saham yang dilakukan oleh perusahaan. Adanya hasil penelitian yang bertolak belakang membuktikan adanya risiko kegagalan dari kebijakan *buyback* saham. Dalam kondisi pasar yang berfluktuatif kebijakan *buyback* saham diharapkan memberikan reaksi pasar yang baik ke publik dengan meningkatkan nilai perusahaan yang sebelumnya lebih rendah dari nilai intrinstik (*undervalued*). Penelitian ini memberikan pandangan pengumuman *buyback* terhadap *average abnormal return* pada keseluruhan sektor industri dan masing-masing industri, atau dikenal dengan istilah *industry wise*. Hasil yang bervariasi dari penelitian-penelitian sebelumnya, adanya perbedaan dari *average abnormal return* dari masing-masing sektor industri serta analisa reaksi pasar berdasarkan *industry wise analysis* yang masih jarang dianalisa di Indonesia. Penelitian terkait *buyback* saham dilakukan sebelum dan sesudah perusahaan melakukan kebijakan *buyback* saham untuk melihat apakah adanya reaksi pasar yang diukur dengan *average abnormal return*.

Berdasarkan rumusan masalah dan latar belakang maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara sebelum dan sesudah pengumuman *buyback* saham terhadap reaksi pasar yang diukur dengan *average abnormal return* (AAR) keseluruhan sektor industri?
2. Apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara sebelum dan sesudah pengumuman *buyback* saham terhadap terhadap reaksi pasar yang diukur dengan *average abnormal return* (AAR) dalam *industry wise analysis* yaitu sektor industri yaitu, sektor keuangan, sektor infrastruktur, dan sektor lainnya?

Tujuan

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan pertanyaan penelitian, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara sebelum dan sesudah pengumuman *buyback* saham terhadap reaksi pasar yang diukur dengan *average abnormal return* (AAR) keseluruhan sektor industri?
2. Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara sebelum dan sesudah pengumuman *buyback* saham terhadap terhadap reaksi pasar yang diukur dengan *average abnormal return* (AAR) dalam *industry wise analysis* yaitu sektor industri yaitu, sektor keuangan, sektor infrastruktur, dan sektor lainnya?

TINJAUAN PUSTAKA

Definisi pasar modal menurut Undang-undang Nomor 8 Tahun 1995 tentang pasar modal (UUPM) adalah kegiatan yang bersangkutan dengan penawaran umum dan perdagangan efek, perusahaan publik yang berkaitan dengan Efek yang diterbitkannya, serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan Efek.

Menurut Basir & Fakhrudin (2005) Saham atau *stock* merupakan surat berharga yang menunjukkan kepemilikan seorang investor di dalam suatu perusahaan, jika seseorang membeli saham suatu perusahaan, berarti telah menyertakan modal ke dalam perusahaan tersebut sebanyak jumlah saham yang dibeli.

Menurut Shidarta (2018) aksi korporasi (*Corporate Action*) adalah kegiatan strategis perusahaan publik yang memiliki pengaruh terhadap kepentingan investor, dengan dilakukannya kegiatan strategis tersebut berpengaruh terhadap jumlah saham yang beredar di pegang oleh para investor, pergerakan harga saham, likuiditas perdagangan saham, selain itu hal-hal lain yang berdampak terhadap perusahaan publik.

MNC sekuritas (2022) Pembelian kembali (*buyback*) saham adalah salah satu aksi korporasi yang dilakukan oleh perusahaan dalam bentuk pembelian kembali saham yang telah beredar ke publik. Pembelian kembali saham, mayoritas perusahaan akan membelinya pada harga di atas harga pasar. Dengan adanya kelebihan atas harga pasar inilah yang menjadi keuntungan *capital gain* bagi investor (Natania, 2018).

Signalling theory menurut Hartono J (2017), menitikberatkan kepada pentingnya informasi yang disampaikan oleh perusahaan terhadap keputusan investor di luar perusahaan. Informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi

Menurut Tandelilin, E (2017) konsep pasar modal efisien dapat didefinisikan sebagai pasar yang harga sekuritasnya telah mencerminkan semua informasi yang relevan. Dalam klasifikasi bentuk utama dalam pasar efisien menurut Fama (1970), pengumuman *buyback* saham masuk kedalam klasifikasi Pasar efisien dikatakan bentuk setengah kuat jika harga-harga sekuritas mencerminkan semua informasi yang dipublikasikan (*all publicly available information*) Informasi ini dapat berupa pengumuman. Menurut Fama (1991) pengujian pasar efisien bentuk semi-kuat dapat dilakukan dengan studi peristiwa (*event studies*) dikarenakan harga mencerminkan semua informasi publik yang relevan. Jika pengumuman mengandung informasi, maka diharapkan pasar akan bereaksi pada waktu yang diterima oleh pasar, reaksi pasar tersebut dapat diukur dengan perubahan harga menggunakan *abnormal return*.

Abnormal return adalah selisih antara *return* realisasi yang terjadi dengan *return* ekspektasi. Apabila *return* realisasi terjadi lebih tinggi daripada *return* ekspektasi akan positif dan sebaliknya akan negatif jika *return* yang didapat lebih kecil dari *return* yang diharapkan. *Return* realisasi atau *return* normal merupakan *return* yang didapat saat kondisi normal, sedangkan *abnormal return* terjadi sebagai akibat adanya informasi atau peristiwa baru yang mengubah nilai perusahaan dan reaksi investor berupa kenaikan atau penurunan harga saham (Hartono, 2017).

Pada penelitian ini akan dilakukan pengujian untuk mengetahui apakah *buyback* saham mempengaruhi *abnormal return* dengan menghitung rata-rata *abnormal return* atau *average abnormal return* sebelum dan sesudah pengumuman *buyback* saham. Menurut Hartono J. (2017) perhitungan *abnormal return* saham sebagai berikut:

$$\text{Abnormal Return} = AR_{it} = R_{it} - R_{mt} \quad (1)$$

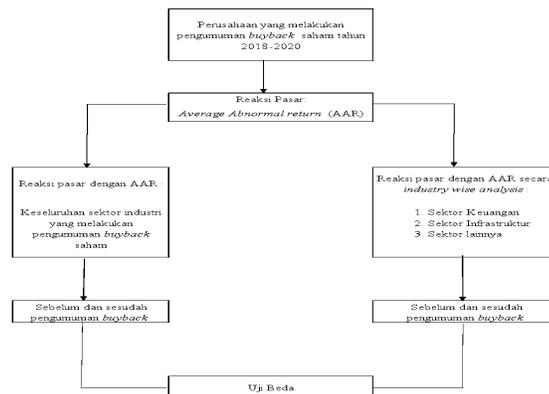
Keterangan:

R_{it} = *Actual return* sekuritas ke-i pada hari ke t

R_{mt} = *Expected Return* pasar pada hari ke

Industry wise analysis merupakan metode atau cara untuk menganalisa dengan mengelompokkan masing-masing sektor industri, untuk melihat perbedaan dari masing-masing sektor industri tersebut. Metode *industry wise analysis* telah diteliti terlebih dahulu di India oleh Gupta (2017) dan Pradhan & Kasilingam (2019) berdasarkan dengan klasifikasi sektor industri yang ada di BSE India. Dalam penelitian ini klasifikasi sektor industri berdasarkan yang ada di Bursa Efek Indonesia (2018) yaitu sektor energi, bahan baku, perindustrian, barang konsumen primer, barang konsumen non-primer, Kesehatan, property & real estat, teknologi, infrastruktur dan transportasi & logistik.

Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan *average abnormal return* sebelum dan sesudah pengumuman *buyback* saham keseluruhan sektor industri dan *industry wise analysis* berdasarkan kriteria yang telah ditentukan



Gambar 4 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pengembangan hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

1. H1 = Terdapat perbedaan yang signifikan antara *Average Abnormal Return (AAR)* sebelum dan sesudah pengumuman *buyback* saham keseluruhan sektor industri.
2. H2 = Terdapat perbedaan yang signifikan antara *Average Abnormal Return (AAR)* sebelum dan sesudah pengumuman *buyback* saham sektor keuangan.
3. H3 = Terdapat perbedaan yang signifikan antara *Average Abnormal Return (AAR)* sebelum dan sesudah pengumuman *buyback* saham sektor infrastruktur.
4. H4 = Terdapat perbedaan yang signifikan antara *Average Abnormal Return (AAR)* sebelum dan sesudah pengumuman *buyback* saham sektor lainnya.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini dalam bersifat *event study* dengan periode pengamatan 11 hari yaitu lima hari sebelum pengumuman *buyback* saham, satu hari pada pengumuman *buyback* saham. Data dokumentasi melalui yaitu *website* Bursa Efek Indonesia (BEI) (www.idx.co.id), (www.finance.yahoo.com). metode analisis data yaitu statistika deskriptif, uji normalitas dan uji beda. Keseluruhan uji metode analisis data menggunakan SPSS 25. Populasi penelitian ini perusahaan yang melakukan pengumuman *buyback* saham terdaftar di BEI tahun 2018-2020. Penentuan sampel dalam keseluruhan sektor industri dan *industry wise analysis* dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, kriteria pengambilan sampel sebagai berikut:

Tabel 1 Hasil Kriteria Pemilihan Sampel Perusahaan Yang Melakukan *Buyback* Saham Berdasarkan Keseluruhan Sektor industri

No	Kriteria Sampel	Jumlah Sampel
1	Perusahaan yang melakukan pengumuman buyback saham terdaftar di BEI pada tahun 2018-2020.	69
2	Perusahaan yang tidak mencantumkan tanggal pengumuman buyback saham dengan jelas.	(13)
3	Perusahaan yang tidak merealisasikan buyback saham.	(13)
4	Perusahaan yang melakukan aksi korporasi selain buyback saham selama periode pengamatan, karena dapat berpengaruh terhadap reaksi pasar.	(2)
5	Perusahaan yang melakukan delisting tahun 2018-2020.	0
Jumlah perusahaan yang memenuhi kriteria penelitian		41

Pengambilan sampel lain dari penelitian ini untuk *buyback* saham berdasarkan masing-masing sektor industri atau *industry wise analysis* sebagai berikut:

1. Minimal 5 perusahaan di setiap sektor yang sama.
2. Minimal 5 pengumuman *buyback* saham di setiap sektor yang sama.
3. Sektor yang tidak masuk dalam kriteria pengambilan sampel diklasifikasikan ke sektor lainnya.

Dari 41 sampel perusahaan yang melakukan *buyback* saham keseluruhan sektor industri akan dipilih sampel yang memenuhi kriteria *buyback* saham berdasarkan *industry wise analysis*. Pada penelitian ini kategori sektor industri berdasarkan sektor industri yang ada di Bursa Efek Indonesia. Pengambilan kriteria *industry wise analysis* berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pradhan & Kasilingam (2019) Berikut merupakan hasil kriteria pemilihan sampel perusahaan yang melakukan *buyback* berdasarkan masing-masing sektor industri atau *industry wise analysis* tahun 2018-2020 pada tabel

Tabel 2 Hasil Kriteria Pemilihan Sampel Perusahaan Yang Melakukan *Buyback* Saham Berdasarkan *industry wise analysis* Sektor Industri Tahun 2018-2020

No	Sektor	Jumlah Perusahaan	Jumlah pengumuman buyback
1	Keuangan	6	10
2	Infrastruktur	5	7
3	Bahan Baku	3	4
4	Energi	4	4
5	Barang Konsumen Primer	4	4
6	Barang Konsumen Non-Primer	3	4
7	Properti & Real Estat	3	3
8	Kesehatan	2	2
9	Perindustrian	1	2
10	Teknologi	1	1
Total		32	41

Dari hasil kriteria pemilihan sampel tersebut sektor industri yang memenuhi kriteria yaitu sektor keuangan dan sektor infrastruktur. Sektor yang tidak memenuhi kriteria diklasifikasikan ke sektor lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN
Statistika Deskriptif

Tabel 3 Statistika deskriptif *buyback* saham keseluruhan sektor industri

<i>Descriptive Statistics</i>				
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
AAR_Sebelum Keseluruhan Sektor Industri	-.03489	.03363	-.0044073	.01682513
AAR_Sesudah Keseluruhan Sektor Industri	-.06878	.04652	-.0033527	.02106655

Hasil analisis statistika deskriptif nilai minimum AAR sebelum pengumuman *buyback* bernilai negatif, yaitu -0.03489. Nilai maksimum AAR Sebelum pengumuman *buyback* saham bernilai positif, yaitu 0.03363 dan nilai rata-rata -0.0044073. Nilai minimum sesudah perusahaan melakukan pengumuman *buyback* diperoleh dari saham AAR yang bernilai -0.06878. Nilai maksimum yang bernilai positif, yaitu 0.04652, nilai rata-rata -0.0033527 dan nilai standar deviasi AAR sesudah pengumuman lebih besar dibandingkan dengan sesudah pengumuman *buyback* saham (0.02106655.> .01682513)

Tabel 4 Rangkuman Hasil Statistika Deskriptif *Industry Wise Analysis*

<i>Descriptive Statistics</i>				
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
AAR Sebelum Sektor Keuangan	-.03099	.00895	-.0072872	.01337065
AAR Sesudah Sektor Keuangan	-.04909	.00766	-.0075182	.01873607
AAR Sebelum Sektor Infrastruktur	-.03144	.03363	-.0064986	.02117099
AAR Sesudah Sektor Infrastruktur	-.01921	.00902	-.0035823	.01011778
AAR Sebelum Sektor Lainnya	-.03489	.02891	-.0025974	.01723620
AAR Sesudah Sektor Lainnya	-.06878	.04652	-.0013942	.02443919

Hasil analisis statistika deskriptif AAR sektor keuangan nilai minimum AAR sebelum pengumuman *buyback* saham sektor keuangan bernilai negatif, yaitu -0.03099 diperoleh dari saham BBNI. Saham SRTG pada tanggal 18 mei 2018 melakukan pengumuman *buyback* saham memperoleh nilai maksimum AAR sebelum pengumuman *buyback* saham sektor keuangan, yaitu 0.00895 dan nilai rata-rata -0.0072872. Sesudah perusahaan melakukan pengumuman *buyback* saham sektor keuangan AAR. Nilai minimum AAR, yaitu -0.04909 diperoleh dari saham BBMD yang melakukan pengumuman *buyback* saham tanggal 18 maret 2020 dan nilai maksimum AAR, yaitu 0.00766 diperoleh dari saham BBMD yang melakukan pengumuman *buyback* saham tanggal 18 april 2018 dan nilai rata-rata -.0075182. Nilai standar deviasi AAR sesudah pengumuman saham sektor keuangan lebih besar dibandingkan dengan sesudah pengumuman *buyback* saham sektor keuangan (0.01873607> 0.1337065).

AAR sektor infrastruktur dengan nilai minimum AAR sebelum pengumuman *buyback* saham sektor infrastruktur bernilai negatif, yaitu -0.03144 diperoleh dari saham PTPP. Nilai maksimum AAR sebelum pengumuman *buyback* saham sektor infrastruktur, yaitu 0.0336 diperoleh dari saham EXCL dan nilai rata-rata -0.0064986. Sesudah perusahaan melakukan pengumuman *buyback* saham sektor infastruktur. Sama seperti sebelumnya, nilai minimum AAR, yaitu -0.01921 diperoleh dari saham PTPP dan nilai maksimum AAR, yaitu 0.00902 diperoleh oleh saham IPCM yang melakukan pengumuman *buyback* saham pada tanggal 4 agustus 2020 dan nilai rata-rata -0.0035823. Berbeda dengan nilai standar deviasa sektor keuangan, sektor infrastruktur memperoleh nilai AAR sesudah pengumuman saham sektor infrastruktur lebih kecil dibandingkan dengan sesudah pengumuman *buyback* saham sektor infratraktur ($0.01011778 < 0.02117099$).

Nilai minimum AAR sebelum pengumuman *buyback* saham sektor lainnya bernilai negatif, yaitu -0.03489 diperoleh dari saham KREN. Nilai maksimum AAR sebelum pengumuman *buyback* saham sektor lainnya, yaitu 0.02891 diperoleh dari saham LPFF dengan nilai rata-rata -0.0025974. Adapun, sesudah perusahaan melakukan pengumuman *buyback* saham sektor lainnya, Nilai minimum AAR, yaitu -0.06878 diperoleh dari saham KIJA. Nilai maksimum AAR sektor lainnya, yaitu, 0.04652 diperoleh saham BRPT yang melakukan pengumuman *buyback* saham pada tanggal 29 september 2020 dan nilai rata-rata -0.00139. Nilai standar deviasi AAR sesudah pengumuman saham sektor lainnya lebih besar dibandingkan dengan sesudah pengumuman *buyback* saham sektor lainnya ($0.02443919 > 0.01723620$).

Uji Normalitas

Tabel 5 Rangkuman Hasil Uji Normalitas

	Shapiro- Wilk	Df	α	Keputusan	Uji Hipotesis
	Sig		(0.05)		
AAR_Sebelum	0.138	41	> 0.05	Terdistribusi Normal	<i>Wilcoxon Signed Rank Test</i>
AAR_Sesudah	0.002	41	< 0.05	Tidak Terdistribusi Normal	
AAR_Sebelum Sektor Keuangan	0.088	10	> 0.05	Terdistribusi Normal	<i>Wilcoxon Signed Rank Test</i>
AAR_Sesudah Sektor Keuangan	0.009	10	< 0.05	Tidak Terdistribusi Normal	
AAR_Sebelum Sektor Infrastruktur	0.224	7	> 0.05	Terdistribusi Normal	<i>Paired Sample T- test</i>
AAR_Sesudah Sektor Infrastruktur	0.711	7	> 0.05	Terdistribusi Normal	
AAR_Sebelum Sektor Lainnya	0.460	24	> 0.05	Terdistribusi Normal	<i>Paired Sample T- test</i>
AAR_Sesudah Sektor Lainnya	0.058	24	> 0.05	Terdistribusi Normal	

Rangkuman hasil uji normalitas terdapat AAR sebelum dan sesudah *buyback* saham keseluruhan sektor industri dan AAR sebelum dan sesudah sektor keuangan memiliki data tidak terdistribusi normal sehingga menggunakan uji hipotesis *Wilcoxon Signed Rank Test*. Sementara, AAR sektor infrastruktur sebelum dan sesudah dan AAR sebelum dan sesudah sektor lainnya memliki sepasang set berdistribusi normal sehingga uji hipotesis yang digunakan uji *Paired Sample T-test*.

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 6 Rangkuman Hasil Uji Hipotesis

<i>Wilcoxon Signed Ranks Test</i>				
	Data	Mean	z	Asymp. Sig. (2-tailed)
Hipotesis 1	AAR_Sebelum Keseluruhan Sektor Industri	-0.0044073	-.965 ^b	0.334
	AAR_Sesudah Keseluruhan Sektor	-0.0033527		
Hipotesis 2	AAR_Sebelum Sektor Keuangan	-0.0072872	-.965 ^b	0.878
	AAR_Sesudah Sektor Keuangan	-0.0075182		
<i>Paired Samples Test</i>				
	Data	Mean	T	Sig. (2-tailed)
Hipotesis 3	AAR_Sebelum Sektor Infrastruktur	-0.0064986	-0.408	0.697
	AAR_Sesudah Sektor Infrastruktur	-0.0035823		
Hipotesis 4	AAR_Sebelum Sektor lainnya	-0.0025974	-0.238	0.814
	AAR_Sesudah Sektor Lainnya	-0.0013942		

Hipotesis 1

Berdasarkan hasil uji *Wilcoxon Signed Ranks Test* memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 yaitu $0.334 > 0.05$. Maka, keputusan yang diambil yaitu H0 diterima. Artinya, tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara *Average Abnormal Return* (AAR) sebelum dan sesudah pengumuman *buyback* keseluruhan sektor industri.

Hipotesis 2

Berdasarkan hasil uji *Wilcoxon Signed Ranks Test* memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 yaitu $0.878 > 0.05$. Maka, keputusan yang diambil yaitu H0 diterima. Artinya, tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara *Average Abnormal Return* (AAR) sebelum dan sesudah pengumuman *buyback* saham sektor keuangan.

Hipotesis 3

Pengujian hipotesis ketiga dilakukan dengan menggunakan uji *paired sample t-test* dan taraf kepercayaan 95%. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *average abnormal return* memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0.005 ($0.697 > 0.05$). Maka, keputusan yang diambil yaitu H0 diterima. Artinya, tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara *Average Abnormal Return* (AAR) sebelum dan sesudah pengumuman *buyback* saham sektor infrastruktur.

Hipotesis 4

Pengujian hipotesis keempat dilakukan dengan menggunakan uji *paired sample t-test* dan taraf kepercayaan 95%. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *average abnormal return* memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0.005 ($0.697 > 0.05$). Maka, keputusan yang diambil yaitu H0 diterima. Artinya, tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara *Average Abnormal Return* (AAR) sebelum dan sesudah pengumuman *buyback* saham sektor lainnya.

PEMBAHASAN

Pembahasan Hasil Average Abnormal Return Sebelum Dan Sesudah Pengumuman Buyback Saham Keseluruhan Sektor Industri

Pada hasil pengujian hipotesis dengan uji beda diketahui bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara *Average Abnormal Return* (AAR) sebelum dan sesudah pengumuman *buyback* saham keseluruhan sektor industri. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pengumuman

buyback saham yang dilakukan perusahaan tidak memberikan reaksi pasar secara signifikan. Hal lainnya yang dapat mendukung hasil tidak terdapat perbedaan yang disignifikan *Average Abnormal Return* (AAR) sebelum dan sesudah pengumuman *buyback* saham keseluruhan sektor industri dapat dilihat pergerakan AAR harian keseluruhan sektor industri.



Gambar 5 Average Abnormal Return Hari-hari Keseluruhan Sektor Industri
Sumber: Data diolah 2022

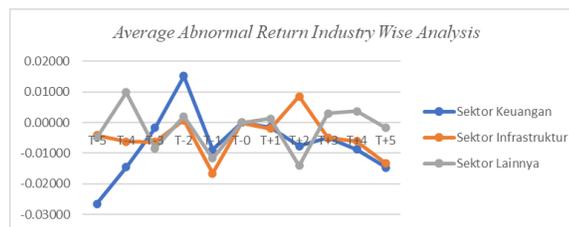
AAR harian sesudah pengumuman *buyback* saham mengalami penurunan terendah saat T+2. Namun, AAR terbesar terjadi saat T-2 sebelum pengumuman *buyback* saham. Hal tersebut mengindikasikan bahwa investor telah menyerap kandungan informasi terkait pengumuman *buyback* saham yang akan dilakukan sebelum dipublikasikan. Sehingga, sesudah terjadinya peristiwa pengumuman *buyback* saham tersebut, para investor mulai mempertimbangkan informasi lain dalam pengambilan keputusan investasi. Dari hasil pergerakan AAR harian sejalan dengan hasil penelitian ini yaitu tidak terdapat perbedaan yang signifikan sebelum dan sesudah pengumuman *buyback* saham.

Terdapat faktor yang menyebabkan hasil pengujian hipotesis dengan uji beda tidak terdapat perbedaan yang signifikan sebelum dan sesudah *buyback* saham keseluruhan sektor industri, Dalam pengambilan keputusan, terdapat beberapa tipe investor yaitu *tipe risk taker* dan *Tipe risk averter*. Dalam teori pasar efisien secara keputusan (*decisionally efficient market*) yang menyatakan bahwa tidak semua informasi yang diterima oleh pasar akan secara langsung digunakan untuk mengambil keputusan, sebelumnya informasi tersebut akan diinterpretasikan terlebih dahulu, sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor terpenting dalam penerimaan informasi baru yang relevan diterima pasar adalah kecanggihan para pelaku pasar dalam menginterpretasikan informasi baru tersebut sebagai *good news* ataupun *bad news*. Walaupun informasi yang ada terkait pengumuman *buyback* saham telah relevan, dalam pengambilan keputusan jika investor tidak tepat dalam menginterpretasikan informasi atau pengetahuan yang benar tentang suatu peristiwa akan tidak tepat dalam mengambil keputusan. Hasil Penelitian ini sejalan dengan didukung oleh penelitian terdahulu yang sama seperti Delphinea & Suhandak (2016), Laili (2020) dan Endhiarto, Rahmawati, & Puspitasari (2021)

Pembahasan Hasil Average Abnormal Return Sebelum Dan Sesudah Pengumuman Buyback Saham Industry Wise Analysis

Pada hasil pengujian hipotesis *average abnormal return industry wise analysis* hasil pengujian hipotesis memperoleh hasil yang sama dengan hipotesis keseluruhan sektor industri yaitu tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara Average Abnormal Return (AAR) sebelum dan sesudah pengumuman *buyback* saham sektor keuangan, sektor infrastruktur dan sektor lainnya. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pengumuman *buyback* saham yang dilakukan perusahaan tidak memberikan reaksi pasar secara signifikan, sesuai dengan faktor yang menyebabkan hasil pengujian hipotesis dengan uji beda tidak terdapat perbedaan yang signifikan sebelum dan sesudah *buyback* saham keseluruhan sektor industri, Dalam pengambilan

keputusan, tipe-tipe investor yang menjadi pengaruh seperti tipe risk taker dan Tipe *risk averter*. Selain itu, dalam teori pasar efisien secara keputusan (*decisionally efficient market*) yang menyatakan bahwa tidak semua informasi yang diterima oleh pasar akan secara langsung digunakan untuk mengambil keputusan, sebelumnya informasi tersebut akan diinterpretasikan terlebih dahulu. Sehingga, walaupun informasi yang ada terkait pengumuman buyback saham telah relevan, dalam pengambilan keputusan jika investor tidak tepat dalam menginterpretasikan informasi atau pengetahuan yang benar tentang suatu peristiwa akan tidak tepat dalam mengambil keputusan. Hal lainnya yang dapat mendukung hasil tidak terdapat perbedaan yang disignifikan antara *Average Abnormal Return* (AAR) sebelum dan sesudah pengumuman *buyback* saham *industry wise analysis* yaitu sektor keuangan, sektor infrastruktur dan sektor lainnya dapat dilihat pada pergerakan AAR harian *industry wise analysis*.



Gambar 6 Average Abnormal Return Industry Wise Analysis
Sumber: Data diolah 2022

Berdasarkan pergerakan AAR harian masing-masing sektor industri, AAR sesudah pengumuman *buyback* saham diperoleh dari sektor keuangan dan sektor lainnya mendapatkan AAR terendah saat T+5 dan T+2. Sementara, AAR terbesar diperoleh dari sektor infrastruktur yaitu sesudah pengumuman buyback saham T+2, hal tersebut dikarenakan terdapat 2 perusahaan dalam sektor infrastruktur yaitu PTPP dan EXCL masuk kedalam indeks LQ-45 mengindikasikan bahwa informasi yang terkait pengumuman buyback saham cukup kuat untuk mempengaruhi investor dalam pengambilan keputusan yang diterima oleh investor, sehingga investor dengan cepat bereaksi sesudah adanya pengumuman *buyback* saham sektor infrastruktur. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Gupta (2017) dan Pradhan & Kasilingam (2019) dengan hasil terdapat perbedaan signifikan sebelum dan sesudah pada sektor industri tertentu.

KESIMPULAN

1. Hasil uji hipotesis keseluruhan sektor industri menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara *average abnormal return* sebelum dan sesudah pengumuman *buyback* keseluruhan sektor industri.
2. Hasil uji hipotesis masing-masing sektor industri atau *industry wise analysis* menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara *average abnormal return* sebelum dan sesudah pengumuman *buyback* saham sektor keuangan, sektor infrastruktur dan sektor lainnya.

SARAN

1. Bagi emiten, kebijakan *buyback* saham yang dilakukan memperhatikan informasi yang akan dipublikasikan kepada investor sehingga dapat memberikan reaksi pasar positif sesuai dengan tujuan dilakukannya kebijakan *buyback* saham tersebut. Sehingga, dalam pelaksanaan *buyback*

saham sebagai salah satu cara untuk meningkatkan kembali harga saham yang turun dapat untuk memulihkan kembali minat kepercayaan investor.

2. Bagi investor kebijakan yang dipublikasikan oleh perusahaan yaitu pengumuman *buyback* saham dengan cermat karena dalam pengumuman *buyback* tersebut mengandung suatu informasi yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan pengambilan keputusan investasi dengan tepat.
3. Bagi penelitian selanjutnya, menambah variabel reaksi pasar lainnya yaitu *trading volume activity* (TVA) selain itu, disarankan untuk memperluas sektor-sektor lainnya dengan periode waktu lebih dari 3 tahun dengan tujuan agar investor dapat memiliki referensi sektor-sektor industri lainnya.

KETERBATASAN

Berdasarkan dari penelitian yang sudah dilakukan terdapat keterbatasan penelitian yaitu pada penelitian ini hanya menggunakan *average abnormal return* untuk mengukur reaksi pasar terhadap pengumuman *buyback* saham yang dipublikasikan. Selain itu, periode waktu yang digunakan hanya 3 tahun, dalam mengklasifikasikan *industry wise analysis* sektor industri hanya sektor keuangan, sektor infrastruktur serta sektor lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Basir, S., & Fakhruddin, M. H. (2005). *Aksi Korporasi*. Jakarta: Salemba Empat .
- Bursa Efek Indonesia. (2018). *IDX.CO.ID*. Retrieved August 20, 2022, from Saham: <https://www.idx.co.id/produk/saham/#Klasifikasi%20Sektor%20dan%20Subsektor>
- Delphinea, N., & Suhandak. (2016). Pengaruh Pengumuman Pembelian Kembali Saham (Buyback). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 106-114.
- Endhiarto, T., Rahmawati, A., & Puspitasari, N. (2021). Analisis Reaksi Pasar Sebelum Dan Sesudah Pengumuman Buyback Saham Perusahaan Terdaftar Di BEI 2020. *Bisma: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 15, 214-221.
- Fama, E. F. (1970, Mei). Efficient market: A review of theory and empirical. *The Journal of Finance*, 25(2), 383-417.
- Fama, E. F. (1991, Desember). Efficient Capital Markets: II. *The Journal of Finance*, 46(5), 1575-1617.
- Gupta, M. (2017). Share Buyback and Announcement Effects: An Industry Wise Analysis. *FIIB Business Review*, 6(2), 43-50.
- Hartono, J. (2017). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi* (2 ed.). Yogyakarta: BPPE.
- Laili, C. N. (2020). Analisis Buyback Saham Tanpa Rapat Umum Pemegang Saham pada PT Bank Mandiri, Tbk. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 13, 71-82.
- MNC Sekuritas. (2022). *Kenalan dengan Istilah Saham Ini: Buyback Saham*. Retrieved from MNC Sekuritas: <https://www.mncsekuritas.id/pages/kenalan-dengan-istilah-saham-ini-buyback-saham>
- Natania, C. (2018). *Analisis Perbedaan Kinerja Saham Sebelum dan Sesudah Pengumuman Buyback*. Malang.
- Pradhan, S. K., & Kasilingam, R. (2019). Buyback Announcement and Its Impact on Shareholders' Wealth: A Study on Bombay Stock Exchange. *Asia-Pacific Journal of Management Research and Innovatio*, 14(3-4), 111-119.
- Shidarta, A. R. (2018). *Aspek hukum ekonomi dan bisnis* . Jakarta: Praneda Media Group .
- Tandelilin, E. (2017). *Pasar modal; Manajemen portofolio dan investasi*. Yogyakarta: PT Kansius.
- TICMI. (2016). *Pengetahuan Tentang Efek*. Jakarta: Penulis.

PENINGKATAN MINAT GENERASI MILENIAL DALAM BERINVESTASI SAHAM DI APLIKASI ONLINE TRADING MOTION TRADE (STUDI KASUS MAHASISWA AKUNTANSI POLITEKNIK NEGERI JAKARTA)

Nanda Rizka Hanifah¹⁾, Fatimah²⁾

¹⁾ Politeknik Negeri Jakarta, nanda.rizkahanifah.ak18@mhswn.pnj.ac.id, Jl. Prof. Dr. G. A. Siwabessy, 16425, Depok, Indonesia

²⁾ Politeknik Negeri Jakarta, fatma.pnj@gmail.com, Jl. Prof. Dr. G. A. Siwabessy, 16425, Depok, Indonesia

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Ease of Service, Security Level, Investment Risk on millennial generation's interest in investing in shares in the Motion Trade Online Trading Application. The method used in this research is quantitative. This research data uses primary data through questionnaires distributed to 84 respondents who know the Motion Trade online trading application. The sampling method used by the researcher used purposive sampling method. Based on the results of research with multiple linear regression test shows the results of Ease of Service, Security Level, Investment Risk have a positive and significant relationship partially and simultaneously on interest in investing in stocks. The results of this study are expected to be useful for PT. MNC Sekuritas in increasing student interest in investing in stocks.

Keywords: *Ease of Service, Level of Security, Investment Risk, and Interest in Investing in Stocks.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kemudahan Layanan, Tingkat Keamanan, Resiko Investasi terhadap minat berinvestasi saham generasi milenial di Aplikasi Online Trading Motion Trade. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Data penelitian ini menggunakan data primer melalui kuesioner yang dibagikan kepada 84 responden yang mengetahui aplikasi online trading Motion Trade. Metode pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti menggunakan metode *purposive sampling*. Berdasarkan hasil penelitian dengan uji regresi linear berganda menunjukkan hasil Kemudahan Layanan, Tingkat Keamanan, Resiko Investasi memiliki hubungan yang positif dan signifikan secara parsial dan simultan terhadap minat berinvestasi saham. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi PT. MNC Sekuritas dalam meningkatkan minat mahasiswa untuk berinvestasi saham.

¹ Corresponding author. E-mail: nanda.rizkahanifah.ak18@mhswn.pnj.ac.id

Kata-Kata Kunci: Kemudahan Layanan, Tingkat Keamanan, Resiko Investasi, dan Minat Berinvestasi Saham.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di era digitalisasi seperti saat ini, investasi dibidang saham terus mengalami perkembangan baik dibidang teknis, informasi dan kemudahan layanan, serta banyaknya *influence* yang mengajarkan tentang keilmuan dibidang investasi saham ini. Dalam pengamatan pra penelitian Penulis, perkembangan investasi saham yang paling jelas terlihat pada pelayanan dimana untuk membeli saham tidaklah sulit, cukup mendaftarkan diri dan mengaksesnya via aplikasi atau website *trading* saham. Kedua, informasi yang dicari sangatlah mudah, salah satunya yang banyak dicari adalah tingkat keamanan, karena tidak bisa dipungkiri bahwa tingkat keamanan merupakan salah satu aspek penting yang paling banyak dicari investor dan ketiga adalah resiko investasi, perkembangan yang paling nampak banyaknya bermunculan *influence* yang mengedukasi para investor saham baru untuk belajar sehingga bisa menghasilkan profitabilitas yang diinginkan. Faktor-faktor inilah yang mempengaruhi perkembangan dan minat berinvestasi di pasar modal ini. Tak terkecuali pada generasi milenial yang melek akan teknologi.

Perkembangan dibidang investasi saham salah satunya dilakukan oleh PT. MNC Sekuritas. Dimana, perusahaan ini menerbitkan sebuah platform digital bernama Motion Trade, aplikasi ini memiliki visi sendiri yang ingin menyediakan media trading saham berbasis online dengan segala kemudahan yang ada. Salah satunya adalah kemudahan layanan yang diberikan, platform ini menyediakan layanan yang begitu mudah, seperti layanan informasi, pendaftaran sampai komunikasi yang dibangun melalui website dan aplikasi. Berdasarkan pengamatan Penulis, MNC Sekuritas telah mengadakan kerjasama kepada pihak-pihak lain untuk meningkatkan generasi milenial agar berminat investasi saham. Salah satunya dengan bekerjasama dengan pihak Perguruan Tinggi. Dimana hal tersebut, Penulis amati di Politeknik Negeri Jakarta, adanya kerjasama antara MNC Sekuritas dan Politeknik Negeri Jakarta untuk meningkatkan minat mahasiswa berinvestasi saham.

Permasalahan

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang, maka rumusan masalah yang akan diteliti pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kemudahan layanan terhadap minat berinvestasi saham di aplikasi online Motion Trade pada mahasiswa Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta?
2. Bagaimana pengaruh tingkat keamanan terhadap minat berinvestasi saham di aplikasi online Motion Trade pada mahasiswa Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta?
3. Bagaimana pengaruh resiko investasi terhadap minat berinvestasi saham di aplikasi online Motion Trade pada mahasiswa Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta?
4. Bagaimana pengaruh kemudahan layanan, tingkat keamanan dan resiko investasi terhadap minat berinvestasi saham di aplikasi online Motion Trade pada mahasiswa Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta?

Tujuan

Merujuk pada permasalahan dan pertanyaan penelitian, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengukur dan menganalisis pengaruh kemudahan layanan terhadap minat berinvestasi saham di aplikasi online Motion Trade pada mahasiswa Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta
2. Untuk mengukur dan menganalisis pengaruh tingkat keamanan terhadap minat berinvestasi saham di aplikasi online Motion Trade pada mahasiswa Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

3. Untuk mengukur dan menganalisis pengaruh resiko investasi terhadap minat berinvestasi saham di aplikasi online Motion Trade pada mahasiswa Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.
4. Untuk mengukur dan menganalisis pengaruh kemudahan layanan, tingkat keamanan dan resiko investasi terhadap minat berinvestasi saham di aplikasi online Motion Trade pada mahasiswa Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

TINJAUAN PUSTAKA

Kemudahan Layanan

Menurut Anggraini & Alhempri (2021) Pengertian kemudahan layanan yaitu setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Kualitas pelayanan berpusat pada suatu kenyataan yang ditentukan oleh konsumen. Interaksi strategis pelayanan, sistem pelayanan dan sumber daya manusia serta konsumen akan sangat menentukan keberhasilan dari manajemen perusahaan.

Tingkat Keamanan

Secara etimologis, keamanan atau *security* berasal dari bahasa latin yaitu *securus (se+cura)* yang bermakna terbebas dari bahaya dan terbebas dari ketakutan. Kata ini juga dapat bermakna dari gabungan kata *se* yang berarti tanpa atau *without* dan *curus* yang berarti *uneasiness*. Apabila digabungkan kata ini bermakna *liberation from uneasiness, or a peaceful situation without any risks or threats*. Secara singkat tingkat keamanan dapat dijelaskan sebagai kondisi yang bebas dari ancaman dan bahaya (Hayati Azizah, 2020). Dapat disimpulkan bahwa tingkat keamanan adalah kondisi yang terbebas dari bahaya dan ketakutan, baik berupa ancaman maupun kondisi serupa yang tidak diinginkan.

Resiko Investasi

Istilah risiko yang mengandung arti kemungkinan bahaya, termasuk kemungkinan kehilangan atau kemungkinan kejadian yang tidak diinginkan. Ketidakpastian tentang kerugian yang menghubungkan risiko dengan ketidakpastian merupakan istilah yang lebih luas dibandingkan dengan peluang atau probabilitas. Ketidakpastian yang terukur merupakan definisi dari risiko yang digunakan secara setara untuk hasil positif dan negatif dalam asuransi, risiko melibatkan situasi dengan hasil yang tidak diketahui tetapi distribusi probabilitas yang diketahui (Luqman Hakim, 2010). Jadi dapat disimpulkan bahwa resiko investasi merupakan kemungkinan bahaya kerugian yang didapatkan dari adanya investasi.

Minat Berinvestasi

Minat adalah kecondongan afektif manusia dalam membuat keputusan atau pilihan kegiatan. Namun terdapat hal-hal tertentu yang bersifat kondisional yang memuat individu bisa merubah niatnya, maka dengan begitu dapat disebutkan bahwa minat seseorang terhadap sesuatu bersifat temporal dan dapat berubah sewaktu-waktu tergantung kondisi yang dialaminya. Berbeda dengan investasi yang meletakkan dana dengan tujuan mendapatkan keuntungan dari kegiatan itu. Pada intinya, investasi merupakan keinginan mendapatkan keuntungan di waktu yang akan datang (Adnyana, 2020). Jadi dapat disimpulkan bahwa minat berinvestasi adalah kecenderungan seseorang dalam beraktivitas khususnya pada bidang penempatan dana saat ini dengan harapan memperoleh keuntungan dimasa yang akan datang.

Investasi Saham

Investasi saham merupakan pemanfaatan dana yang tersedia sekarang dan disalurkan terhadap suatu kegiatan yang diharapkan akan mendapat keuntungan di masa depan. Hal itu bisa berbentuk seperti dengan menempatkan uang pada sebuah perusahaan ataupun dengan membeli efek berbentuk saham (Adnyana, 2020). Sekuritas adalah surat berharga yang dapat dengan cepat dijadikan uang atau kas, hal ini memberikan arti bahwa sekuritas merupakan surat berharga yang dapat dijual dengan cepat karena memiliki sifat yang likuid. Secara umum, sekuritas merupakan lembaran kertas yang menunjukkan bukti sehingga memiliki nilai jual (Adnyana, 2020).

METODOLOGI PENELITIAN

Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sebuah variabel atau apa yang menjadi titik fokus suatu penelitian. Objek penelitian dalam penelitian ini berbicara terkait dengan pengaruh antar variable yang terdiri dari, Kemudahan Layanan (X1), Tingkat Keamanan (X2), Risiko Investasi (X3), dan Minat Berinvestasi (Y)

Jenis dan Subjek Penelitian

Adapun jenis penelitian tergolong dalam penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Dengan penelitian asosiatif ini maka dapat dibangun suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. Sedangkan subjek dalam penelitian ini ialah Mahasiswa jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

Metode Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini ialah seluruh mahasiswa jurusan Akuntansi Prodi Manajemen Keuangan Politeknik Negeri Jakarta yang berjumlah 288 mahasiswa. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 84 responden. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Slovin* dengan *margin of error* 0,1%,

Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian yang merupakan hasil dari survey terhadap mahasiswa yang digunakan sebagai responden melalui kuesioner.

Metode Pengambilan Data Penelitian

Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui kuesioner, yaitu sejumlah pertanyaan yang diajukan kepada responden secara tertulis terutama yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti dan dijawab dengan jawaban yang tersedia. Masing-masing jawaban mengacu pada skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Dalam penelitian ini juga, data sekunder diperoleh dari berbagai bahan pustaka seperti buku, jurnal, maupun artikel dari internet yang dapat mendukung dan melengkapi penelitian ini.

Metode Analisis Data

Analisis Linier Berganda

Analisis regresi berganda adalah analisis regresi yang menjelaskan hubungan antara perubahan variabel dependen. Regresi linier berganda ini variabel bebasnya lebih dari satu variabel penduga. Tujuan analisis regresi linier berganda adalah untuk mengukur intensitas hubungan antara dua variabel atau lebih dan membuat prediksi perkiraan nilai atas Y dan X.

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

Keterangan:

Y : Minat Investasi Saham

A : Konstanta

b1 : Koefisien Regresi Kemudahan Layanan

X1 : Kemudahan Layanan

- b₂ : Koefisien Regresi Tingkat Keamanan
X₂ : Tingkat Keamanan
b₃ : Koefisien Regresi Resiko Investasi
X₃ : Resiko Investasi
e : Error

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Uji statistik lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov*.

Lebih lanjut Ghozali (2017:161) menjelaskan bahwa uji normalitas dapat berpedoman pada uji *Kolmogorov Smirnov* dengan ketentuan:

- a. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.
- b. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Jika variabel independen saling berkorelasi, artinya terdapat *problem* multikolinieritas (multiko).

Dalam penelitian ini ketentuan untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas didalam model regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya, *variance inflation factor* (VIF).

Untuk mendeteksi hal tersebut pedomannya adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai nilai *tolerance* lebih $>$ dari 0.1 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) $<$ dari 10 maka tidak terjadi.
- b. Jika nilai nilai *tolerance* lebih $<$ dari 0.1 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) $>$ dari 10, maka terjadi multikolinieritas.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji T)

Uji T bertujuan untuk menguji apakah variabel bebas terhadap variabel terikat berpengaruh parsial atau terpisah. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel coefficients pada kolom sig (*significance*). Uji ini dilakukan dengan membandingkan signifikansi t-hitung dengan t-tabel dengan ketentuan:

- a. Ho diterima apabila $t\text{-hitung} \leq t\text{-table}$, pada $\alpha 5\%$ (signifikan $< 0,05$).
- b. Ha diterima apabila $t\text{-hitung} \geq t\text{-table}$ pada $\alpha 5\%$ (signifikan $> 0,05$).

Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Kriteria hipotesis diterima atau ditolak yaitu dengan membandingkan antara nilai F hitung dengan F tabel dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai F hitung $>$ F tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- b. Jika nilai F hitung $<$ F tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Kriteria dikatakan signifikan jika nilai F hitung $>$ F tabel atau *probability signifikansi* $<$ 0,05.

Uji Koefisien Determinasi (Uji r^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya bertujuan untuk mengukur seberapa seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Koefisien determinasi (R^2) nol variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini memaparkan hasil yang diperoleh dari pengolahan data. Selain itu, dijelaskan juga pembahasan setiap hipotesis penelitian untuk menjawab tujuan penelitian.

Hasil Uji Normalitas

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas Variabel

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		84
Normal Parameters ^a	Mean	0
	Std. Deviation	4.15456291
Most Extreme Differences	Absolute	0.075
	Positive	0.075
	Negative	-0.07
Test Statistic		0.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{*,d}

Sumber : data diolah SPSS,2022

Menunjukkan hasil nilai signifikansi sebesar 0,200 dinyatakan bahwa nilai residual berdistribusi normal. Pengujian ini menggunakan metode uji Kolmogorov-Smirnov yaitu dengan membandingkan distribusi data yang akan diuji normalitasnya. Jika angka signifikansi Kolmogorov Smirnov $>$ 0,05, maka menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi lebih besar daripada taraf signifikansi yaitu $0,200 >$ 0,05.

Hasil Uji Multikolinieritas

Tabel 2 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kemudahan Layanan	0,601	1,664	Bebas multikolinearitas
Tingkat Keamanan	0,580	1,724	Bebas multikolinearitas
Resiko Investasi	0,944	1,059	Bebas multikolinearitas

Menunjukkan bahwa nilai tolerance dari masing-masing variabel independen, yaitu Kemudahan Layanan (X1) = 0,601, Tingkat keamanan (X2) = 0,580 dan Resiko Investasi (X3) = 0,944, dari ketiga variabel tersebut memiliki nilai tolerance > 0,1 maka **tidak terjadi multikolinieritas**. Dilihat dari tabel di atas Variance Inflation Factory (VIF) dari masing-masing variabel independen yaitu, Kemudahan Layanan (X1) = 1,664, Tingkat Keamanan (X2) = 1,724, dan Resiko Investasi (X3) = 1,059 dengan nilai VIF < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa **tidak terjadi multikolinieritas** antara variabel independen.

Hasil Uji Analisis Linier Berganda

Tabel 3 Uji Analisis Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-3.356	6.147		-0.546	0.587
Kemudahan Layanan	0.275	0.114	0.239	2.422	0.018
1 Tingkat Keamanan	0.211	0.104	0.204	2.029	0.046
Resiko Investasi	0.49	0.072	0.533	6.774	0

a. Dependent Variable: Minat Berinvestasi

Sumber : data diolah spss,2022

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki pengaruh dan tidak berpengaruh yang signifikan. Dapat dilihat pada tabel dibawah ini. Persamaan regresi dari hasil estimasi analisis regresi linier berganda adalah :

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

$$Y = -3,356 + 0,275X_1 + 0,211X_2 + 0,490X_3$$

a. Uji Pengaruh Kemudahan Layanan (X1) terhadap Minat Berinvestasi (Y)

Variabel independen kemudahan layanan memiliki nilai koefisien sebesar 0,275 dengan nilai sig-value 0,018 < 0,05 maka terdapat pengaruh antara variabel X1 terhadap Y.

b. Uji Pengaruh Tingkat Keamanan (X2) terhadap Minat Berinvestasi (Y)

Variabel independen tingkat keamanan memiliki nilai koefisien sebesar 0,211 dengan nilai sig-value 0,046 < 0,05 maka terdapat pengaruh antara variabel X2 terhadap Y.

c. Uji Pengaruh Resiko Investasi (X3) terhadap Minat Berinvestasi (Y)

Variabel independen resiko investasi memiliki nilai koefisien sebesar 0,490 dengan nilai sig-value 0,000 < 0,05 maka terdapat pengaruh antara variabel X3 terhadap Y.

Uji Hipotesis

Hasil Uji T

Tabel 4 Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-3.356	6.147		-0.546	0.587
Kemudahan Layanan	0.275	0.114	0.239	2.422	0.018
Tingkat Keamanan	0.211	0.104	0.204	2.029	0.046
Resiko Investasi	0.49	0.072	0.533	6.774	0

a. Dependent Variable: Minat Berinvestasi

Variabel Kemudahan Layanan (X1) berpengaruh terhadap minat berinvestasi (Y) karena berdasarkan $t_{hitung} 2,422 > 1,990$ dan berdasarkan nilai signifikansi $0,018 < 0,05$ sehingga hipotesis diterima.

1. Variabel Tingkat Variabel Kemudahan Layanan (X1) berpengaruh terhadap minat berinvestasi (Y) karena berdasarkan $t_{hitung} 2,422 > 1,990$ dan berdasarkan nilai signifikansi $0,018 < 0,05$ sehingga hipotesis diterima.
2. Variabel Tingkat Keamanan (X2) berpengaruh terhadap minat berinvestasi (Y) karena berdasarkan $t_{hitung} 2,029 > 1,990$ dan berdasarkan nilai signifikansi $0,046 < 0,05$ sehingga hipotesis diterima.
3. Variabel Resiko Investasi (X3) berpengaruh terhadap minat berinvestasi (Y) karena berdasarkan $t_{hitung} 6,774 > 1,990$ dan berdasarkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga hipotesis diterima.

Hasil Uji F

Tabel 5 Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1634.09	3	544.697	30.417	.000 ^b
Residual	1432.613	80	17.908		
Total	3066.702	83			

a. Dependent Variable: Minat Berinvestasi

b. Predictors: (Constant), Resiko Investasi, Kemudahan Layanan, Tingkat Keamanan

Nilai Sig f sebesar 0,000 yang berarti nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga hipotesis dapat **diterima** atau dengan kata lain variabel Kemudahan Layanan, Tingkat Keamanan dan Resiko Investasi secara simultan berpengaruh terhadap minat berinvestasi.

Selain itu, jika dilihat berdasarkan nilai F_{hitung} adalah sebesar $30,417 > F_{tabel} 2,72$, maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji F maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis dapat diterima dengan kata lain variabel Kemudahan Layanan (X1), Tingkat Keamanan (X2) dan Resiko Investasi (X3) secara simultan berpengaruh terhadap minat berinvestasi (Y).

Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R²)

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.730 ^a	0.533	0.515	4.23174

a. Predictors: (Constant), Resiko Investasi, Kemudahan Layanan, Tingkat Keamanan

Diketahui nilai R Square adalah 0,533 atau sebesar 53,3%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kemudahan Layanan, Tingkat Keamanan, dan Resiko Investasi memiliki pengaruh sebesar 53,3% dalam mempengaruhi minat berinvestasi. Sedangkan sisanya 46,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Kemudahan Layanan terhadap Minat Berinvestasi Saham

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan, diketahui nilai signifikansi variabel Kemudahan Layanan (X1) adalah sebesar 0,026. Karena nilai signifikansi $0,018 < 0,005$ menunjukkan bahwa variabel Kemudahan Layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan. Dapat disimpulkan hipotesis 1 (Ha1) diterima yaitu kemudahan layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi saham mahasiswa pada Perusahaan PT. MNC Sekuritas. Adanya pengaruh ini sebagai pembuktian atas pernyataan Anggraini & Alhempri (2021) yang mengemukakan bahwa suatu perusahaan perlu menerapkan strategi untuk membentuk kualitas pelayanan yang terbaik guna mencapai keberhasilan dari manajemen perusahaan. Kualitas pelayanan ini berpusat pada suatu kenyataan yang ditentukan oleh konsumen.

Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Heri Sastra (2018) yang membuktikan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berinvestasi saham. Penelitian tersebut menyatakan bahwa motivasi mahasiswa akan terbangun dengan adanya kualitas pelayanan yang handal saat berinvestasi.

Berdasarkan analisis hasil penelitian serta pendukung teori oleh beberapa pandangan tentang kemudahan layanan, penulis menyimpulkan bahwa dalam peningkatan minat generasi milenial dalam berinvestasi saham dengan faktor kemudahan layanan merupakan hal yang harus dikembangkan serta ditingkatkan lagi oleh PT. MNC Sekuritas sebab dengan kemudahan layanan yang interaktif serta pelayanan yang baik maka minat generasi milenial dalam berinvestasi saham akan lebih meningkat sebab perlu adanya layanan yang mudah, kompetensi serta memberikan yang terbaik bagi generasi milenial dalam berinvestasi.

Pengaruh Tingkat Keamanan terhadap Minat Berinvestasi Saham

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan, diketahui nilai signifikansi variabel Tingkat Keamanan (X2) adalah sebesar 2,029. Karena nilai signifikansi $0,046 < 0,005$ menunjukkan bahwa variabel tingkat keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan. Dapat disimpulkan hipotesis 1 (Ha2) diterima yaitu tingkat keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi pada mahasiswa pada perusahaan PT. MNC Sekuritas. Adanya pengaruh ini sebagai pembuktian atas pernyataan yang dikemukakan oleh Hayati Azizah (2020), yang menyimpulkan bahwa tingkat keamanan dapat dijelaskan sebagai kondisi yang bebas dari ancaman dan bahaya.

Berdasarkan analisis hasil penelitian serta pendukung teori oleh beberapa pandangan tentang tingkat keamanan dalam hal berinvestasi, peneliti dapat menyimpulkan bahwa peningkatan minat generasi milenial dalam berinvestasi dengan faktor tingkat keamanan dapat mempengaruhi minat berinvestasi

terutama di PT.MNC Sekuritas dikarenakan dalam faktor tingkat keamanan orang yang berinvestasi akan selalu terjaga akan kerahasiaan,ancaman serta bahaya yang menyebabkan kerugian bagi investor.

Pengaruh Resiko Investasi terhadap Minat Berinvestasi Saham

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan, diketahui nilai signifikansi variabel Resiko Investasi (X3) adalah sebesar 6,774. Karena nilai signifikansi $0,000 < 0,005$ menunjukkan bahwa variabel Resiko Investasi memiliki pengaruh positif dan signifikan. Dapat disimpulkan hipotesis 1 (Ha3) diterima yaitu Resiko Investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi pada mahasiswa pada perusahaan PT. MNC Sekuritas. Adanya pengaruh ini sebagai pembuktian atas pernyataan Luqman Hakim, (2010) yang mengemukakan bahwa resiko berinvestasi merupakan kemungkinan bahaya, termasuk kemungkinan kehilangan atau kemungkinan kejadian yang tidak diinginkan.

Hal ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Tandio dan Widanaputra (2016) yang menunjukkan bahwa variabel persepsi risiko, gender dan kemajuan teknologi tidak mempengaruhi minat investasi mahasiswa, dimana mahasiswa mengabaikan variabel risiko, gender dan kemajuan teknologi sebagai pertimbangan dalam berinvestasi. Sedangkan pada penelitian ini, adanya platform digital yang diterbitkan oleh perusahaan merupakan suatu kemajuan teknologi.

Berdasarkan hasil analisis penelitian serta pendukung teori oleh beberapa pandangan tentang resiko berinvestasi, penulis dapat menyimpulkan bahwa dalam peningkatan minat berinvestasi perlu meminimalisir adanya resiko yang tinggi, dimana investor memiliki resiko investasi yang sangat rendah dikarenakan investor tidak ingin mendapatkan kerugian yang sangat besar. Maka dari itu, pihak PT. MNC Sekuritas melakukan hal-hal yang meminimalisir adanya resiko investasi yang sangat tinggi.

Pengaruh Kemudahan Layanan, Tingkat Keamanan dan Resiko Investasi terhadap Minat Berinvestasi Saham

Berdasarkan hasil uji F (simultan), variabel kemudahan layanan, tingkat keamanan dan resiko investasi memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga hipotesis dapat diterima atau dengan kata lain variabel kemudahan layanan, tingkat keamanan dan resiko investasi secara simultan berpengaruh terhadap minat berinvestasi saham. Hal ini dapat dijelaskan bahwa minat investor milenial untuk berinvestasi saham dipengaruhi oleh kemudahan layanan (X1) adalah positif, begitu pula dengan variabel tingkat keamanan (X2), dan resiko investasi (X3) yang juga memiliki pengaruh positif. Maka hasil uji ini membuktikan bahwa kemudahan layanan (X1) , tingkat keamanan (X2), dan resiko investasi (X3) secara bersama-sama mempengaruhi minat mahasiswa untuk berinvestasi saham di PT. MNC Sekuritas.

Artinya dalam menambah dan meningkatkan minat mahasiswa ataupun investor berinvestasi saham, PT. MNC Sekuritas memberikan kemudahan pelayanan yang baik dengan tingkat keamanan yang dapat menjamin investor dalam berinvestasi saham, serta memberikan kelas edukasi saham untuk menarik minat investor milenial dalam berinvestasi saham.

KESIMPULAN

Berdasarkan pengolahan data dan hasil analisis data yang telah dijelaskan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kemudahan Layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi saham mahasiswa di aplikasi online trading Motion Trade.
2. Tingkat Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi saham mahasiswa di aplikasi online trading Motion Trade.
3. Resiko Investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi saham mahasiswa di aplikasi online trading Motion Trade.

4. Variabel Kemudahan Layanan (X1), Tingkat Keamanan (X2) dan Resiko Investasi (X3) secara simultan menunjukkan hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi (Y).

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, I Made. (2020). *Manajemen Investasi dan Portofolio*. Jakarta: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS).
- Anggraini, Nia & R Rudi Alhempri. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen PT Hawaii Holiday Hotel Pekanbaru. *Jurnal Inovasi Penelitian* Vol.1 No.9 Februari 2021.
- Amin, Mukhlis. (2014). Pengukuran Tingkat Kesadaran Keamanan Informasi Menggunakan Multiple Criteria Decision Analysis (MCDA). *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika* Vol. 5 No. 1 (Juli - Oktober 2014).
- Arindianty, Adisty dan Merita. (2017). Analisis Kualitas Jasa Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Baker Street Café Bandung. *Jurnal Bisnis Terapan*, Vol. 1 No. 1.
- Azizah, Zahro Hayati. (2020). Mendefinisikan Kembali Konsep Keamanan dalam Agenda Kebijakan Negara-Bangsa. *Jurnal Diplomasi Pertahanan*, Volume 6, Nomor 3, 2020.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Transaksi dan Indeks Saham di Bursa Efek*. (Jakarta: BPS)
- Direktorat Politik dan Komunikasi. (2016). Laporan Kajian Indeks Keamanan Investasi Indonesia Tahun 2016. (Jakarta: Kementerian PPN/ Bappenas).
- Hakim, Luqman. (2010). *Simultan Risk & Return*. (Banyumas: Penerbit CV. Pena Persada).
- Kusumawati, Dian & Safiq. (2019). Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Investment Opportunity Set Dan Implikasinya Terhadap Return Saham. *Jurnal STEI Ekonomi* Vol. 28 No. 01
- Lisa, Harrison (2017). *Metode Penelitian Politik*, (Jakarta: PT Pajar Interpratama Offset, Kencana).
- Mahmud. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan, cet 2*. (Bandung: Pustaka Setia)
- Margono. S (2016). *Metode Penelitian Pendidikan, cet 3* (Jakarta: PT. Rieneke Cipta)
- Muharam, Noviasih. (2018). Perlindungan Hukum Investor Dalam Pembelian Kembali Sahamnya. *Jurnal Pranata Hukum*, Vol. 13, No. 1.
- Naldo. (2018). Studi Observasi terhadap Penggunaan Aplikasi LINE oleh Generasi Millennial. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan* Volume 1 Nomor 1
- Nuril, Hidayati. (2017). Investasi Analisa dan Relevansinya Dengan Ekonomi Islam. *Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, Vol. 8, No. 2.
- Onasie, Vania & Sawidji Widoatmojo. (2020). Niat Investasi Generasi Milenial Di Pasar Modal. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, Volume II No. 2/2020.
- Pakaya, Sri Isnawati. (2019). Resiko Investasi Di Pasar Modal: Suatu Pengantar. Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNG
- Sanapiah, Faisal. (2016). *Format-format Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: PT Alfabet.)
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: m Alfabeta, CV.)

ANALISIS HARGA SAHAM DENGAN MEMPERTIMBANGKAN PERUBAHAN TARIF PPH BADAN DAN KEBIJAKAN DIVIDEN (Studi Kasus Perusahaan Subsektor Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2021)

Mila Wahyu Ahyan Saudah¹⁾, Lia Ekowati²⁾

¹⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: mila.wahyuahyansaudah.ak18@mhswn.pnj.ac.id

²⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: lia.ekowati@akuntansi.pnj.ac.id

ABSTRACT

The implementation of the policy on changes to the corporate income tax rate, more precisely for public corporate taxpayers in response to the pandemic conditions, affects the amount of dividends distributed and subsequently on stock price movements. The purpose of this study was to analyze how much influence changes in corporate income tax rates and dividend policy have on stock prices. The case studies used are telecommunications sub-sector companies that have distributed dividends and obtained 6 companies listed on the Indonesian Stock Exchange from 2016 to 2021. The sampling technique used purposive sampling, and this research was quantitative with data sourced from the IDX website and related companies. Testing using SPSS 23 software based on multiple linear regression test. The results showed that changes in corporate income tax rates have no significant affect on stock prices and dividend policy variables have significant positive affect on stock prices.

Keywords: Stock Price, Corporate Income Tax Rates, Dividend Policy.

ABSTRAK

Pemberlakuan kebijakan perubahan tarif PPh Badan lebih tepatnya wajib pajak badan usaha publik sebagai tanggap terhadap kondisi pandemi mempengaruhi jumlah dividen yang dibagikan dan selanjutnya pada pergerakan harga saham. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh perubahan tarif PPh Badan dan kebijakan dividen terhadap harga saham. Studi kasus yang digunakan adalah perusahaan subsektor telekomunikasi yang telah membagikan dividen dan diperoleh 6 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 sampai 2021. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, dan penelitian ini berjenis kuantitatif dengan data yang bersumber dari *website idx* dan perusahaan terkait. Pengujian menggunakan *software* SPSS 23 berdasarkan uji regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya perubahan tarif PPh Badan tidak signifikan berpengaruh terhadap harga saham dan variabel kebijakan dividen berpengaruh positif signifikan terhadap harga saham.

Kata-Kata Kunci: Harga saham, Kebijakan Dividen, Perubahan Tarif PPh Badan.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Upaya perusahaan untuk tumbuh dan berkembang menjadi perusahaan yang lebih besar guna menghasilkan laba atau laba yang lebih tinggi, salah satunya melalui pasar modal. Pasar modal yang menjadi perdagangan instrumen keuangan, berperan dalam mempertemukan pihak-pihak yang memiliki kelebihan dana dengan pihak lain yang membutuhkan dana. Sebelum mengambil keputusan untuk pembelian saham suatu perusahaan, pembeli harus lebih dahulu memeriksa harga saham. Karena harga saham mewakili keadaan perusahaan saat ini sehingga naik turunnya harga saham dapat mengindikasikan kinerja perusahaan. Seperti kondisi sekarang yang mulanya tidak berdampak pada pasar saham, namun dalam perkembangannya menjadi berdampak besar kepada pasar saham. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui alasan perubahan harga saham yang akan dibeli agar tidak terjadi kerugian di masa yang akan datang (Oktavia, 2017). Berdasarkan data KSEI jumlah investor pasar modal meningkat pada Desember 2021 dan menariknya dari berbagai instrumen investasi pasar modal, saham menjadi pilihan investasi yang banyak digemari investor. Pemegang saham biasanya lebih menyukai alokasi pendapatan yang umumnya konsisten dalam hal pendapatan dividen karena dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan dan menurunkan ketidakpastian investor saat menginvestasikan modal. Secara umum, kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dan jenis kebijakan dividen yang ditetapkan perusahaan dapat menentukan jumlah dividen yang diberikan kepada investor (Hakami, 2014).

Jika perusahaan memutuskan untuk membagikan laba sebagai dividen, laba ditahan akan berkurang dan akibatnya total sumber dana internal akan menurun. Sebaliknya jika perusahaan memutuskan untuk menahan laba yang diperoleh, maka kemampuan pembentukan dana internal akan semakin besar. Kebijakan dividen sangat penting dalam menentukan bagaimana pendapatan dialokasikan, khususnya antara membayar dividen kepada pemegang saham dan diinvestasikan kembali dalam bisnis. Meskipun dividen merupakan arus kas yang disisihkan untuk pemegang saham, laba ditahan merupakan salah satu sumber pendanaan yang paling signifikan untuk membiayai pertumbuhan perusahaan.

Satu dari banyaknya variabel yang dapat mempengaruhi investor untuk membeli saham yaitu tarif pajak. Yang merupakan salah satu kebijakan dalam bidang perpajakan tentang perubahan tarif PPh dengan menggunakan suatu kebijakan dapat menjadi patokan untuk menyesuaikan keadaan perekonomian suatu negara. Perubahan tarif Pajak Penghasilan (PPh) tercantum dalam Peraturan Pemerintah No. 30 Tahun 2020 tentang Penurunan Tarif PPh bagi Wajib Pajak (WP) Badan Dalam Negeri yang berbentuk Perseroan Terbuka. Perubahan tarif terkait Pajak Penghasilan diberlakukan pada 19 Juni 2020 menggantikan tarif PPh Pasal 17 Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 sebesar 25% dan tarif PPh badan kemudian turun menjadi 22% semenjak mulai berlakunya PP No. 30 Tahun 2020 untuk tahun pajak 2020 dan 2021, kemudian perubahan tarif PPh badan direncanakan turun kembali di tahun 2022 sebesar 20% (Kementerian Sekretariat Negara Republik, 2020).

Penelitian-penelitian sebelumnya yang membahas perubahan tarif pajak, kebijakan dividen dan harga saham memiliki arah yang berbeda dari sisi positif dan negatif. Seperti yang dilakukan oleh Hakami (2014), Mariana (2016), Taufikurohman & Konadi (2012) yang membahas kebijakan dividen berpengaruh positif signifikan terhadap harga saham. Dengan pembahasan yang sama dibantah oleh penelitian Pratinaja & Novitasari (2021) yang menyatakan kebijakan dividen tidak signifikan berpengaruh terhadap harga saham. Penelitian yang dilakukan Wardani & Budiarta (2021), Hartati (2019), dan Fatimah (2018) dalam penelitiannya menyatakan bahwa perubahan tarif PPh berpengaruh

positif signifikan terhadap harga saham atau return saham. Disisi lain penelitian yang dilakukan Soalihin et al. (2019) menyatakan bahwa tarif PPh Badan negatif dan tidak signifikan berpengaruh terhadap harga saham.

Kemudian berdasarkan penelitian yang meneliti topik hampir sama namun menemukan perbedaan hasil dan ada beberapa penelitian lain yang memiliki ketidaksamaan hasil pengujian serta hasil hipotesis menjadikan topik ini layak untuk diteliti lebih lanjut kembali. Adanya inkonsistensi pada hasil penelitian sebelumnya menimbulkan gap dari penelitian ini yaitu terdapat perbedaan pada variabel yang digunakan dan sektor yang dipilih serta periode yang bersangkutan berdasarkan fenomena yang ada. Selain itu, penelitian ini menitikberatkan sampel penelitian pada satu kelompok perusahaan telekomunikasi yang listing di Bursa Efek Indonesia (BEI), karena subsektor telekomunikasi telah berkontribusi besar terhadap nilai produk domestik bruto (PDB) Indonesia tahun 2020 dan sebagai penyumbang realisasi investasi tertinggi tahun 2020. Sektor telekomunikasi menjadi salah satu sektor yang mampu beradaptasi dengan cepat saat pandemi. Hal ini dikarenakan terdapat kebijakan yang telah dikeluarkan pemerintah terkait pembatasan sosial dan kebijakan untuk tetap di rumah saja yang menyebabkan semua mobilitas dilakukan melalui jaringan. Oleh karena itu, maka penelitian ini akan memaparkan pembahasan tersebut di atas dengan judul “**Analisis Harga Saham dengan Mempertimbangkan Perubahan Tarif PPh Badan dan Kebijakan Dividen (Studi Kasus Perusahaan Subsektor Telekomunikasi yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2021)**”.

Permasalahan

Perubahan tarif pajak penghasilan badan yang diumumkan melalui peraturan pemerintah pengganti Undang-Undang atau Perppu Nomor 1 Tahun 2020 sebagai upaya penanggulangan *Covid-19* merupakan sebuah sinyal yang dikirimkan Pemerintah Indonesia kepada investor yang akan mempengaruhi kandungan informasi yang dimilikinya. Investor yang jeli dan memperhatikan informasi yang beredar akan memanfaatkannya untuk merespon situasi yang dihadapinya. Apabila investor menginginkan dividen kas tetapi pihak perusahaan memilih untuk tidak membagikan dividen tentunya investor akan merasa kecewa yang nantinya akan mempengaruhi minat investor. Naik turunnya tarif pajak berdasarkan kebijakan membawa pengaruh besar bagi perusahaan karena bila tidak sesuai dengan yang telah direncanakan dapat memperlambat perekonomian terutama bagi perusahaan dan dapat menghambat emiten dalam melakukan ekspansi. Apabila kinerja perusahaan menurun akan berdampak dari segala sisi termasuk harga saham yang dasarnya menjadi tolak ukur investor untuk menanamkan modal.

Tujuan

Tujuan dilakukannya penelitian terhadap topik ini diantaranya:

1. Untuk menganalisis pengaruh perubahan tarif pajak terhadap harga saham pada perusahaan sub sektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2021.
2. Untuk menganalisis pengaruh kebijakan dividen terhadap harga saham pada perusahaan subsektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2021.
3. Untuk menganalisis pengaruh perubahan tarif pajak dan kebijakan dividen secara bersama terhadap harga saham pada perusahaan subsektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2021.

TINJAUAN PUSTAKA

Tarif Pajak

Definisi pajak menurut UU Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat (Resmi, 2019).

Tarif pajak dapat berupa angka atau presentase tertentu yang digunakan untuk menghitung besarnya PPh. Profitabilitas perusahaan akan meningkat seiring dengan penurunan tarif pajak PPh Badan. Oleh karena itu, investor akan merespon dengan baik ketika tarif pajak diungkapkan, melalui informasi tentang pengurangan tarif pajak relevan dengan operasi bisnis. Jika pasar modal Indonesia efisien, harga saham akan naik setelah pengumuman tarif pajak yang baru (Amirudin & Arifin, 2012).

Adapun jenis-jenis tarif pajak yaitu, tarif sebanding/proporsional adalah tarif yang berbentuk presentase tetap dari jumlah pajak yang dibayarkan sebanding dengan jumlah yang dikenakan pajak, sehingga besarnya pajak terutang proporsional terhadap besarnya nilai yang dikenai pajak. Di Indonesia tarif proposional diterapkan pada PPN (tarif 10%), PPh Pasal 26 (tarif 20%), PPh Pasal 23 (tarif 15% dan 2% untuk jasa lain), PPh wajib pajak badan luar negeri, dan badan usaha tetap (tarif Pasal 17 ayat 1b atau 28% untuk tahun 2009 serta 25% untuk tahun 2010, 20% untuk tahun 2020, dan seterusnya) (Suripto, 2019).

Kebijakan Dividen

Kebijakan dividen menyangkut masalah penggunaan dana yang menjadi hak para pemegang saham (laba biasa dibagi sebagai dividen atau ditahan untuk diinvestasikan kembali). Kebijakan dividen menyangkut keputusan untuk membagikan dividen atau menahannya guna diinvestasikan kembali di dalam perusahaan. Kebijakan dividen yang optimal bagi perusahaan adalah kebijakan yang menyeimbangkan antara dividen saat ini dan proyeksi pertumbuhan di masa datang sehingga menaikkan harga saham sebanyak mungkin. Dengan menentukan alokasi laba bersih setelah pajak atau pendapatan untuk pembayaran dividen di satu sisi dan untuk laba ditahan di sisi lain, keputusan ini memiliki dampak signifikan pada nilai perusahaan adalah salah satu tanggung jawab paling penting dari manajer keuangan (Taufikurohman & Konadi, 2012).

Ada banyak faktor yang dapat memengaruhi kebijakan dividen antara lain laba perusahaan ketika laba tinggi atau rendah maka dividen juga akan tinggi atau rendah, kedua kebutuhan akan dana yang terus dicapai perusahaan apalagi perusahaan yang sedang masa pertumbuhan akan memerlukan banyak dana sehingga laba ditahan akan lebih besar dan dividen yang dibagikan akan kecil, ketiga adalah pajak (pengaruh pajak badan dan pengaruh pajak dividen) bila pajak badan kecil maka laba akan semakin besar dan membuat dividen juga tinggi, untuk pajak atas dividen biasanya lebih tinggi daripada pajak atas *capital gain* (sebesar 0,1% dari jumlah bruto nilai transaksi). Melalui kestabilan dividen maka tingkat kepercayaan investor akan naik dalam menginvestasikan modalnya (Taufikurohman & Konadi, 2012).

Indikator untuk pengukuran variabel kebijakan dividen menggunakan proksi *dividend payout ratio* dengan rumus berikut:

$$DPR = \frac{\text{Dividen per lembar saham}}{\text{Laba per lembar saham}}$$

Semakin tinggi rasio pembayaran dividen (DPR) akan semakin menguntungkan bagi para investor, sedangkan bagi perusahaan semakin besar rasio pembayaran dividen (DPR) akan semakin memperlemah keuangan internal perusahaan, hal ini dikarenakan pembagian dividen kas akan mengurangi laba ditahan.

Harga Saham

Saham adalah gambaran arus masuk modal yang tidak seimbang (substansi bisnis) ke dalam perusahaan atau organisasi dengan risiko tinggi. Saham secara umum berfungsi sebagai bukti kepemilikan antar perusahaan atau tanda pernyataan modal. Saham merupakan salah satu produk keuangan jangka panjang yang diperdagangkan di pasar modal (jangka waktu lebih dari satu tahun). Karena kepekaannya terhadap perubahan ekonomi moneter, peraturan atau regulasi, perubahan dalam industri dan perusahaan yang menerbitkan saham serta perubahan Undang-Undang, saham perusahaan publik dianggap sebagai item investasi berisiko tinggi. Jika minat investor tinggi terhadap saham maka saham akan tinggi dan bila minat investor rendah maka harga saham akan turun, sehingga persepsi investor berpengaruh terhadap harga saham emiten di bursa.

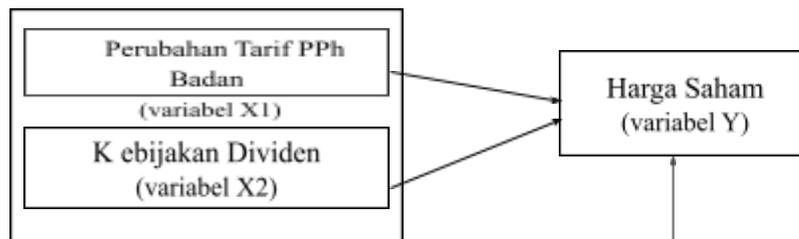
Berdasarkan *signaling theory* memperkirakan bahwa perusahaan menaikkan dividen hanya jika perusahaan yakin bahwa dividen yang lebih besar dapat dipertahankan dengan perolehan *cash flow* yang lebih besar secara terus menerus atau minimal stabil. Kenaikan yang besar biasanya menyebabkan kenaikan harga saham. Menurut Merton-Miller dan Franco Modigliani (MM) bahwa suatu kenaikan dividen yang lebih besar daripada yang diperkirakan merupakan sinyal bagi investor bahwa manajemen perusahaan memperkirakan peningkatan laba di masa mendatang, sedangkan penurunan dividen menandakan perkiraan laba yang rendah atau buruk. Perubahan harga saham hanya menunjukkan bahwa informasi yang terkandung dalam pengumuman pembayaran dividen penting bagi investor (Taufikurohman & Konadi, 2012).

Indikator untuk pengukuran variabel harga saham menggunakan proksi *price earning ratio* dengan rumus berikut:

$$PER = \frac{\text{Harga Saham}}{EPS}$$

Pada penelitian ini harga saham menjadi variabel dependen yang merupakan bentuk efek yang diperjualbelikan di bursa. Harga saham disini yaitu mengambil harga *closing price* pada tiap sampel perusahaan pada penutupan terakhir per 31 Desember untuk periode 2016 sampai 2021. Pada penelitian ini harga saham menjadi variabel dependen yang merupakan bentuk efek yang diperjualbelikan di bursa. Harga saham disini yaitu mengambil harga *closing price* pada tiap sampel perusahaan pada penutupan terakhir per 31 Desember untuk periode 2016 sampai 2021.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data Penelitian

penelitian ini dilakukan dengan studi kausal komparatif, pemeriksaan kausal serupa (*causal-near research*) merupakan sejenis penelitian yang menyajikan pokok-pokok masalah sebagai suatu keadaan dan hubungan hasil logis antara setidaknya dua faktor dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diambil dari laporan keuangan dan informasi terkait pada website bursa.

Objek Penelitian

Penelitian ini memilih perusahaan subsektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2016-2021. Terdapat perusahaan dari subsektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang akan diteliti dengan menggunakan *price earning ratio* pada harga saham dilihat dari *closing price* selama tahun 2016 hingga tahun 2021.

Metode Pengumpulan Sample

Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Perusahaan yang dipilih sebagai sampel harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan termasuk dalam kelompok perusahaan telekomunikasi yang sahamnya tercatat di BEI untuk tahun 2016-2021.
2. Perusahaan menyajikan laporan keuangan setiap tahun selama tahun 2016-2021 yang telah diaudit dan dipublikasikan.
3. Perusahaan telah membagikan dividen selama periode 2016-2021.
4. Perusahaan memiliki seluruh data yang dibutuhkan selama periode tahun 2016-2021.

Berdasarkan data yang terkumpul, jumlah sampel yang diuji adalah 6 (enam) perusahaan telekomunikasi di Indonesia dengan masa pengamatan sebesar 6 (enam) tahun yaitu dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2021 dan diperoleh 36 data penelitian.

Metode Analisis Data

Metode analisis data diolah dengan *software* SPSS. Dalam penelitian ini menggunakan regresi data panel sebagai bahan uji. Dengan diawali uji statistik, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas dengan kolmogorov-smirnov, uji heterokedastisitas, uji multikolinearitas, dan uji autokorelasi, kemudian untuk uji hipotesis menggunakan uji t untuk menentukan masing-masing variabel berpengaruh terhadap variabel terikat dan uji F secara keseluruhan variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat serta terdapat uji determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum melakukan pengujian dilakukan uji asumsi klasik untuk mengetahui apakah data yang digunakan normal dan tidak terdapat gejala sehingga data dapat dilakukan uji lebih lanjut. Berdasarkan hasil kriteria sampel diperoleh enam perusahaan subsektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dengan periode pengamatan 2016 hingga 2021 sehingga jumlah total 36 data.

Berdasarkan uji asumsi klasik dengan uji normalitas menggunakan Kolomogorov-Smirnov data bersifat normal dan berdasarkan uji heterokedastitas, uji multikolinearitas, serta uji autokorelasi menunjukkan data terhindar dari gejala sehingga dapat dilakukan uji lebih lanjut.

Hasil Uji Statistik t

Uji t digunakan untuk menguji masing-masing variabel secara parsial untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas secara masing-masing terhadap variabel terikat.

Tabel 1. Uji Statistik t

Model	Sig.
(Constant)	.001
Tarif_PPh	.803
Kebijakan_Dividen	.002

Sumber : Data diolah, 2022

Nilai signifikansi variabel perubahan tarif pajak yaitu 0,803 yang artinya lebih besar dari 0,05 ($0,803 > 0,05$) dan tidak signifikan berpengaruh terhadap harga saham. Sedangkan variabel kebijakan dividen yang memiliki nilai koefisien 0,002 lebih kecil dari nilai signifikan 0,05 ($0,002 < 0,05$) berpengaruh positif signifikan terhadap harga saham.

Hasil Uji Statistif F

Menggunakan tabel ANOVA dan dilihat nilai signifikannya. Uji F menguji koefisien regresi sehingga dapat diketahui seluruh variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat.

Tabel 2. Uji Statistik F

Model	Sum of Squares	df	Sig.
Regression	4709.088	2	.001 _b
Residual	1943.426	3	
Total	19422.514	3	
		5	

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 2, dengan nilai signifikan 0,001 lebih kecil dari probabilitas 0,05 maka variabel bebas pada penelitian ini perubahan tarif pajak dan kebijakan dividen secara bersama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu harga saham.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Tabel 3. Hasil Uji Regresi

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error

(Constant)	25.765	7.120
Tarif_PPh	-1.060	8.588
Kebijakan_Dividen	4.995	2.922

Sumber : Data diolah, 2022

Terkait hasil uji regresi terdapat koefisien masing-masing variabel dan tingkat signifikansinya, maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 25,765 - 1,060 \text{ Tarif_Pajak} + 4,995 \text{ Kebijakan_Dividen}$$

Bila dilihat dari nilai signifikansi $\alpha = 5\%$ maka $0,001 < 0,05$ konstanta berpengaruh signifikan. Selain nilai konstanta dengan menggunakan model ini akan menunjukkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

PEMBAHASAN

Pengaruh Perubahan Tarif Pajak Terhadap Harga Saham

Dengan menggunakan indikator dummy yang mana angka 0 (nol) menggambarkan perusahaan yang menggunakan tarif PPh mengacu pada Pasal 17 UU PPh No. 36 Tahun 2008, dan angka 1 (satu) menggambarkan perusahaan yang menggunakan tarif PPh mengacu pada PP No. 30 Tahun 2020. Dari semua sampel yang digunakan untuk tahun fiskal 2018 dan 2019 menggunakan tarif 20% dan telah memenuhi syarat penggunaan tarif sesuai dengan Undang-Undang yang berlaku. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan output SPSS menunjukkan bahwa variabel perubahan tarif pajak memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan hal ini menandakan bahwa perubahan tarif pajak tidak berpengaruh terhadap variabel harga saham sehingga jika perubahan tarif pajak mengalami penurunan atau semakin kecil tarif pajak maka kaitannya dengan harga saham tidak berubah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah diteliti oleh Soalihin et al (2019) yang menyatakan bahwa PPh Badan berpengaruh negatif dan tidak signifikan, namun penelitian ini membantah hasil dari penelitian Suropto (2019) yang menyatakan bahwa perubahan tarif pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Sehingga hipotesis H1 : Perubahan tarif PPh Badan berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham ditolak.

Pengaruh Kebijakan Dividen Terhadap Harga Saham

Dengan menggunakan indikator *Dividend Payout Ratio* (DPR) yang menunjukkan semakin tinggi nilai DPR maka akan semakin mensejahterakan investor. Peningkatan kebijakan dividen juga berperan dalam peningkatan harga saham, apabila nilai DPR semakin rendah maknanya investor memilih tidak melakukan investasi karena dianggap akan merugikan investor. Besarnya dividen yang dibagikan kepada pemegang saham menjadi sangat penting karena dengan adanya kenaikan harga saham investor akan melakukan permintaan dan penawaran yang tinggi terhadap saham perusahaan telekomunikasi sehingga berdampak pada laba perusahaan setelah pajak yang meningkat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Estiasih et al. (2020) yang menyatakan *Dividend Payout Ratio* berpengaruh signifikan terhadap harga saham, dari penelitian Taufikurrohmah & Konadi (2012) juga menyatakan bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham, namun penelitian ini dibantah oleh penelitian Prattinaja & Novitasari (2021) yang menyatakan kebijakan dividen tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Sehingga untuk hipotesis H2 : Kebijakan Dividen berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham diterima.

Pengaruh Perubahan Tarif Pajak dan Kebijakan Dividen Secara Bersama Terhadap Harga Saham

Untuk menganalisis pengaruh perubahan tarif pajak dan kebijakan dividen secara bersama terhadap harga saham pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2021. Maka berdasarkan data tahun 2016 sampai 2021 pada uji F menunjukkan angka signifikan 0,001 lebih kecil dari 0,05. Sehingga hal ini menandakan terdapat pengaruh antara perubahan tarif pajak dan kebijakan dividen terhadap harga saham secara simultan. Laba setelah pajak meningkat mengikuti perubahan tarif pajak karena pajak yang terutang lebih sedikit. Tingkat pajak ditentukan oleh besarnya kebijakan dividen, bila kebijakan dividen tinggi beban pajak juga tinggi namun realita di lapangan masih terdapat pajak berganda untuk setiap dividen yang dibayarkan dikenakan pajak, seharusnya dividen yang diterima investor tidak harus dipotong pajak atas laba yang diterima pihak perusahaan.

Dengan kata lain, pergerakan harga saham dapat dipengaruhi oleh perubahan tarif pajak dan kebijakan dividen. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Husnan (2018) dalam (Amirudin & Arifin, 2012) yang mengklaim bahwa jika tarif pajak atas dividen tinggi, pemegang saham akan memilih bisnis yang tidak sering menawarkan kebijakan untuk membayar dividen tunai kepada pemegang saham. Ini mungkin membuat investor merasa seperti mereka membayar pajak penghasilan terlalu banyak pada setiap dividen yang dibayarkan. Dengan kata lain, terkait determinan pajak, jika pajak yang dibayar perusahaan turun maka *dividend payout ratio* akan naik. Sehingga hipotesis H3 : Perubahan Tarif PPh Badan dan kebijakan dividen berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap harga saham diterima.

KETERBATASAN PENELITIAN

Berdasarkan pembahasan di atas, penelitian ini memiliki keterbatasan yang mungkin mempengaruhi hasil penelitian, diantaranya perubahan tarif PPh badan terbatas pada acuan kebijakan lama dan yang terbaru untuk tahun 2022 selain itu perubahan tarif PPh badan tidak langsung merujuk pada pajak atas dividen atau pajak atas transaksi di bursa sehingga pengukuran pada sampel dalam penelitian ini terbatas pada satu aspek. Penelitian ini menggunakan informasi laporan keuangan dari dalam prospektus perusahaan yang terdapat di website BEI dan website resmi perusahaan dan terbatas pada tahun 2016 hingga 2021.

KESIMPULAN

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa :

1. Berdasarkan uji analisis terkait perubahan tarif PPh badan dengan pengukuran indikator dummy menunjukkan bahwa tidak signifikan berpengaruh terhadap harga saham. Hal ini menandakan bahwa naik turunnya tarif pajak tidak memberikan respon langsung terhadap harga saham pada perusahaan telekomunikasi tahun 2016 sampai 2021. Sehingga berdasarkan hipotesis perubahan tarif pajak berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham ditolak.
2. Kebijakan dividen berpengaruh signifikan positif terhadap harga saham, maknanya melalui pembagian dividen perusahaan dapat mendistribusikan kemakmuran bagi pemegang saham dalam kondisi sulit sekalipun terbukti dengan kondisi pandemi *Covid-19* yang berdampak negatif terhadap perusahaan tetapi tetap menumbuhkan performa perusahaan telekomunikasi yang akan menjadi bahan pertimbangan bagi investor. Sehingga berdasarkan hipotesis kebijakan dividen berpengaruh signifikan terhadap harga saham diterima.
3. Berdasarkan hasil uji F secara keseluruhan perubahan tarif pajak dan kebijakan dividen memiliki pengaruh signifikan positif terhadap harga saham. Karena sebagian calon investor akan

mempertimbangkan pergerakan harga saham dilihat dari perubahan tarif pajak dan kebijakan dividen yang mana jika tarif pajak atas dividen tinggi pemegang saham akan memilih bisnis yang sering menawarkan kebijakan untuk membayar dividen tunai kepada pemegang saham dalam mengambil keputusan terutama yang berkaitan dengan harga saham. Sehingga berdasarkan hipotesis perubahan tarif pajak dan kebijakan dividen berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap harga saham diterima.

SARAN

Berdasarkan hasil simpulan di atas, maka saran penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan
Bagi perusahaan disarankan untuk memperhatikan faktor fundamental dan selalu memperbaharui informasi dan kebijakan yang berhubungan dengan kondisi perusahaan terutama tingkat pajak karena sekecil apapun manfaatnya akan berpengaruh pada laba perusahaan.
2. Bagi Otoritas Pajak
Bagi pemerintah ada baiknya tetap melakukan evaluasi dan terus memantau kebijakan perubahan tarif PPh Badan dengan tujuan peningkatan efisiensi kebijakan dalam waktu jangka pendek maupun untuk jangka panjang antara petugas pajak dan perusahaan.
3. Bagi peneliti selanjutnya
Diharapkan dapat memperluas objek penelitian dengan memanfaatkan lebih banyak sampel perusahaan yang diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia dan dengan memasukkan variabel yang tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini, memungkinkan untuk menghasilkan hasil yang lebih beragam dan menggunakan metode lain dalam mengukur perubahan tarif pajak serta memperluas pemahaman publik dari faktor-faktor yang mempengaruhi harga saham sehingga dapat menghasilkan pertimbangan yang lebih detail dan akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirudin, & Arifin, Z. (2012). Pengaruh Perubahan Undang-Undang Pajak Penghasilan Tahun 2008 Terhadap Harga Saham Dan Kebijakan Dividen. *SINERGI Kajian Bisnis dan Manajemen*, 13(1), 70-77.
- Ayem, S., & Fatimah, A. (2018). Pengaruh Rasio Keuangan dan Penurunan Tarif Pajak terhadap Pembayaran Dividen. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 3(1), 54-65.
- Estasih, S., Prihatiningsih, E., & Fatmawati, Y. (2020). DPR, EPS, DER terhadap Harga Saham pada Perusahaan LQ45. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 21(1), 205-212.
- Hakami, M. (2014). Pengaruh Kebijakan Dividen Terhadap Harga Saham. *Manajemen Bisnis*, 4(1), 73-83.
- Hartati, N. (2019). Penerapan Tari PPh Badan Sebelum dan Sesudah Perubahan UU PPh. *Jurnal Ilmu Akuntansi dan Bisnis Syariah*, 1(1), 24-36.
- Irama, O. (2018). Pengaruh Potensi Kebangkrutan Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis Net*.
- Kementerian Sekretariat Negara Republik, I. (2020). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2020 Tentang Penurunan Tarif Pajak Penghasilan Bagi Wajib Pajak Badan Dalam Negeri Yang Berbentuk Perseroan Terbuka. *Indonesia*.
- Mariana, C. (2016). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Kebijakan Dividen Terhadap Harga Saham. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 1(1), 22-42.

- Oktavia, S. (2017). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Earning Per Share dan Kebijakan Dividen Terhadap Harga Saham. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 6(8), 493-558.
- Pattinaja, E. M., & Novitasari, A. (2021). Pengaruh Likuiditas dan Kebijakan Dividen Terhadap Harga Saham Perusahaan. *Jurnal Manis*, 5, 1-10.
- Resmi, S. (2019). *Perpajakan Teori dan Kasus*. Jakarta: Salemba Empat.
- Soalihin, I., Susyanti, J., & Salim, A. (2019). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, TATO, EPS, dan PPh Badan terhadap Harga Saham. *e-Jurnal Riset Manajemen*, 8(17), 38-59.
- Suripto. (2019). Pengaruh Tarif Pajak, Earning Per Share Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Harga Saham (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016). *Jurnal Renaissance*, 4(1), 479-494.
- Taufikurohman, C., & Konadi, W. (2012). Analisis Kebijakan Dividen Terhadap Harga Saham Pada Sektor Industri Konsumsi Periode 2000-2010. *Jurnal Kebangsaan*, 1(2), 19-35.
- Wardani, N., & Budiarta, I. (2021). Trading Volume Activity Memediasi Hubungan Perubahan Tarif PPh Badan terhadap Return Saham. *Jurnal Akuntansi*, 1896-1906.

Analisis Pengaruh Faktor Internal Perusahaan Dalam Pengambilan Keputusan *Hedging* Menggunakan Instrumen Derivatif (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020)

Herni Tri Sari Dewi¹⁾, Ratna Juwita²⁾

¹⁾Politeknik Negeri Jakarta, herni.trisaridewi.ak18@mhs.w.pnj.ac.id, Jakarta, Indonesia

²⁾Politeknik Negeri Jakarta, ratna.juwita@akuntansi.pnj.ac.id, Depok, Indonesia

ABSTRACT

The main objective of this study was to analyze the effects of internal factors on hedging decisions using derivative instruments. Internal factors researched include leverage, liquidity, growth opportunity, firm size, and financial distress. This study was conducted on manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange from 2016 to 2020. Purposive sampling was used to obtain 112 manufacturing companies that fits the criteria as research samples. The logistic regression model was used to analyze the research data. The results of this study show that leverage has a negative and insignificant effect, liquidity has a negative and significant effect, growth opportunity and firm size have a positive and significant effect, and financial distress has a positive and insignificant effect on hedging decisions using derivative instruments.

Keywords: *hedging, derivative instruments, leverage, liquidity, growth opportunity, firm size, financial distress.*

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari faktor-faktor internal terhadap pengambilan keputusan *hedging* menggunakan instrumen derivatif. Faktor-faktor internal yang diteliti adalah *leverage, liquidity, growth opportunity, firm size, dan financial distress*. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020. Dengan menggunakan *purposive sampling* diperoleh 112 perusahaan manufaktur yang memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian. Analisis data penelitian dilakukan dengan menggunakan model regresi logistik. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan, *liquidity* berpengaruh negatif dan signifikan, *growth opportunity* dan *firm size* berpengaruh positif dan signifikan, serta *financial distress* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap pengambilan keputusan *hedging* menggunakan instrumen derivatif.

Kata kunci: *hedging, instrumen derivatif, leverage, liquidity, growth opportunity, firm size, financial distress.*

1. PENDAHULUAN

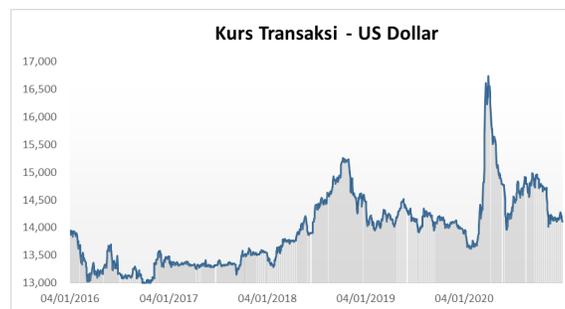
Latar Belakang

Globalisasi menjadi salah satu faktor yang mendorong perekonomian dunia berkembang semakin pesat dan dampak yang terlihat dalam sektor ekonomi adalah dapat mempermudah arus perdagangan barang hingga arus modal antara satu negara dengan negara lainnya. Transaksi bisnis yang dilakukan antar negara selain dapat memberikan manfaat yang besar bagi perkembangan perusahaan juga dapat

menimbulkan risiko. Perusahaan yang aktif bertransaksi dengan pihak asing akan sangat rentan terhadap risiko fluktuasi nilai tukar atau dengan kata lain perusahaan akan menghadapi eksposur valuta asing. Risiko tersebut harus diminimalisir agar perusahaan tidak mengalami kerugian yang besar dengan melakukan manajemen risiko salah satunya dengan menerapkan lindung nilai (*hedging*).

Brigham & Ehrhardt (2020) menjelaskan bahwa *hedging* merupakan sebuah teknik manajemen risiko yang memungkinkan perusahaan untuk dapat mengurangi atau menghilangkan eksposurnya terhadap sumber risiko melalui penggunaan instrumen derivatif. Instrumen derivatif yang digunakan sebagai alat lindung nilai atau *hedging* diantaranya adalah *future contract*, *forward contract*, *swap*, dan *option*.

Terdapat berbagai faktor yang menjadi pertimbangan perusahaan dalam pengambilan keputusan *hedging*. Faktor-faktor tersebut diantaranya adalah faktor eksternal yakni berdasarkan keadaan perekonomian global maupun domestik serta faktor internal yakni salah satunya terkait dengan keadaan finansial perusahaan (Prabawati & Damayanti, 2019). Fluktuasi nilai tukar merupakan salah satu faktor eksternal yang menjadi pertimbangan perusahaan dalam penerapan lindung nilai. Selama tahun 2016-2020, nilai tukar rupiah berfluktuasi (Gambar 1) sebagai akibat dari ketidakpastian ekonomi secara global maupun domestik yang terjadi secara terus menerus. Hal tersebut akan menimbulkan risiko bagi perusahaan yang melakukan transaksi bisnis dengan pihak asing. Oleh sebab itu, melakukan *hedging* adalah keputusan yang perlu dipertimbangkan guna meminimalisir fluktuasi nilai tukar tersebut.



Gambar 1 Fluktuasi Nilai Tukar Rupiah Terhadap Dolar AS
Sumber: Bank Indonesia (data diolah)

Perusahaan manufaktur termasuk perusahaan yang kegiatan operasionalnya berpotensi banyak berhubungan dengan pihak asing. Kegiatan operasional bisnis perusahaan manufaktur seperti ekspor impor dan pengadaan berbagai aset untuk kebutuhan produksi menandakan bahwa mata uang asing banyak digunakan oleh perusahaan manufaktur untuk melakukan transaksi bisnis (Prabawati & Damayanti, 2019). Hal tersebut mengakibatkan perusahaan manufaktur akan menghadapi risiko fluktuasi nilai tukar yang tinggi atau akan rentan terkena eksposur valuta asing.

Selain faktor eksternal yakni fluktuasi nilai tukar, terdapat pula faktor internal yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan *hedging*. Faktor internal yang pertama yakni *leverage* menurut Prabawati & Damayanti (2019) berpengaruh positif dan signifikan sedangkan menurut Megawati, Wiagustini, & Artini (2016), *leverage* tidak berpengaruh yang signifikan dengan arah positif terhadap pengambilan keputusan *hedging*. Faktor internal yang kedua yakni *liquidity* menurut Megawati, Wiagustini, & Artini (2016) berpengaruh negatif dan signifikan sedangkan menurut Ayuningtyas, Warsini, & Mirati (2019) *liquidity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan *hedging*. Faktor internal ketiga yakni *growth opportunity* menurut Yustika, Cheisviyanny, & Helmayunit (2019) berpengaruh positif dan signifikan sedangkan menurut Pangestuti, Fadila, & Nugraheni (2020) tidak

berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap pengambilan keputusan *hedging*. Faktor internal keempat yakni *firm size* menurut Wiranda & Rahim (2020) berpengaruh positif dan signifikan sedangkan menurut Krisdian & Badjra (2017) tidak berpengaruh signifikan dengan arah negatif terhadap pengambilan keputusan *hedging*. Faktor internal kelima yakni *financial distress* menurut Ayuningtyas, Warsini, & Mirati (2019) berpengaruh negatif dan signifikan sedangkan menurut Wiranda & Rahim (2020) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan *hedging*.

Rumusan Masalah

Globalisasi mendorong kegiatan bisnis perusahaan untuk banyak berhubungan dengan pihak asing. Perusahaan manufaktur yang dinilai aktif melakukan transaksi internasional berpotensi menghadapi risiko fluktuasi nilai tukar yang tinggi. Oleh sebab itu, dibutuhkan manajemen risiko untuk meminimalisir risiko tersebut salah satunya dengan *hedging*. Pengambilan keputusan *hedging* dapat dipengaruhi baik oleh faktor internal maupun eksternal. Faktor internal adalah faktor yang dapat dikontrol oleh perusahaan, sehingga menarik untuk membahas pengaruhnya terhadap keputusan *hedging*. Selain itu, masih terdapat perdebatan hasil penelitian yang menimbulkan *research gap* sehingga perlu dijawab dalam penelitian kali ini.

Tujuan Penelitian

Berdasar pada uraian latar belakang serta rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut.

- Menganalisis pengaruh *leverage* terhadap keputusan *hedging* dengan menggunakan instrumen derivatif.
- Menganalisis pengaruh *liquidity* terhadap keputusan *hedging* dengan menggunakan instrumen derivatif.
- Menganalisis pengaruh *growth opportunity* terhadap keputusan *hedging* dengan menggunakan instrumen derivatif.
- Menganalisis pengaruh *firm size* terhadap keputusan *hedging* dengan menggunakan instrumen derivatif.
- Menganalisis pengaruh *financial distress* terhadap keputusan *hedging* dengan menggunakan instrumen derivatif.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Risiko dan Manajemen Risiko

Menurut Mulyawan (2015), risiko adalah keadaan yang dihadapi baik oleh seseorang ataupun perusahaan yang didalamnya terdapat sebuah kemungkinan yang dapat menyebabkan kerugian. Perusahaan dalam melakukan setiap kegiatan bisnisnya pasti selalu berhadapan dengan risiko dan hal tersebut harus diminimalisir dengan menerapkan strategi manajemen risiko. Manajemen risiko merupakan tindakan pengelolaan suatu kejadian tidak terduga yang memiliki konsekuensi dapat merugikan perusahaan (Brigham & Houston, 2019). Salah satu risiko yang dihadapi oleh perusahaan yang melakukan transaksi dengan pihak asing adalah risiko fluktuasi nilai tukar hal tersebut dapat diminimalisir dengan lindung nilai atau *hedging* sebagai strategi manajemen risiko.

Eksposur Valuta Asing

Eksposur valuta asing merupakan sensitivitas perubahan pada nilai aset, utang, profitabilitas hingga nilai pasar perusahaan yang dinyatakan dalam mata uang dalam negeri (domestik) dengan fluktuasi nilai tukar yang tidak dapat dihindarkan (Ahmad, Mardiyati, & Nashrin, 2015). Terdapat

beberapa jenis eksposur valuta asing diantaranya adalah eksposur translasi, eksposur transaksi, dan eksposur ekonomi (Madura, 2012).

Hedging

Brigham & Ehrhardt (2020) mendefinisikan *hedging* sebagai sebuah langkah manajemen risiko yang memungkinkan perusahaan untuk mengurangi atau bahkan menghilangkan eksposurnya terhadap sumber risiko melalui penggunaan instrumen derivatif. Menurut Brigham & Houston (2019), derivatif didefinisikan sebagai sebuah sekuritas dimana nilainya bergantung pada harga pasar dari aset lain yang mendasarinya. Instrumen derivatif yang dapat digunakan guna meminimalisir risiko fluktuasi nilai tukar diantaranya seperti *forward contract*, *futures contracts*, *options*, dan *swaps* (Davies & Crawford, 2014).

Leverage

Leverage yakni sebuah rasio yang dapat dimanfaatkan untuk mengukur penggunaan utang dalam pembiayaan perusahaan bisnis perusahaan (Brigham & Ehrhardt, 2020). *Leverage* dapat diproksikan dengan rasio utang terhadap ekuitas atau *debt to equity ratio* (DER) yang dapat membandingkan penggunaan utang dan ekuitas dalam pendanaan kegiatan perusahaan. Menurut Brigham & Ehrhardt (2020), rumus yang digunakan untuk mengetahui DER adalah sebagai berikut.

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}} \quad (1)$$

Liquidity

Likuiditas atau *liquidity* adalah kemampuan perusahaan untuk melunasi utang atau kewajiban jangka pendeknya. *Liquidity* dapat diproksikan dengan *current ratio* untuk mengukur jumlah aset lancar yang dimiliki perusahaan untuk melunasi utang lancar dan dapat diketahui dengan menggunakan rumus berikut (Subramanyam & Wild, 2014).

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Utang Lancar}} \quad (2)$$

Growth Opportunity

Menurut Dharmiyanti & Darmayanti (2020), *growth opportunity* adalah kemampuan perusahaan untuk memanfaatkan peluang investasi guna mengembangkan usahanya di masa yang akan datang. *Growth opportunity* dapat diproksikan dengan *market to book value equity* (MTBV) yang dapat diketahui menggunakan rumus berikut (Guniarti, 2014).

$$\text{Growth opportunity} = \frac{\text{MVE}}{\text{BVE}} \quad (3)$$

Keterangan:

$$\text{MVE} = \frac{\text{Earning after tax}}{\text{Earning per share}} \times \text{closing price}$$

$$\text{BVE} = \text{Total asset} - \text{total liabilities}$$

Firm Size

Ukuran perusahaan (*firm size*) merupakan tingkat besar kecilnya sebuah perusahaan yang dapat diukur dengan melihat nilai dari total aset perusahaan (Dharmiyanti & Darmayanti, 2020). Menurut Wiranda & Rahim (2020), *firm size* dapat diketahui dengan menggunakan rumus berikut.

$$\text{Firm size} = \text{Ln total asset} \quad (4)$$

Financial Distress

Kesulitan keuangan atau *financial distress* didefinisikan sebagai kondisi pada saat suatu perusahaan mengalami kesulitan dalam keuangannya hingga dapat menyebabkan kebangkrutan (Guniarti, 2014). *Financial distress* diprosikan dengan Altman *z-score* yang dapat dihitung menggunakan rumus berikut (Krisdian & Badjra, 2017).

$$Z = 1,2X_1 + 1,4X_2 + 3,3X_3 + 0,6X_4 + 1,0X_5 \quad \text{''} \quad (5)$$

Keterangan:

X_1 = *working capital / total assets*

X_2 = *retained earnings / total assets*

X_3 = *EBIT / total assets*

X_4 = *market value of equity / book value of total liabilities*

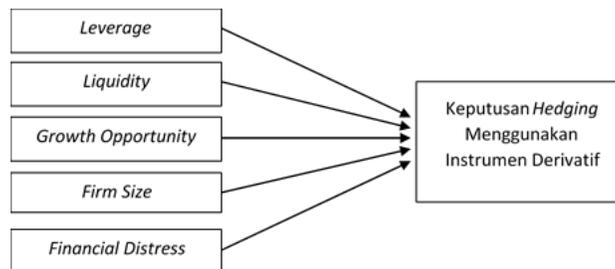
X_5 = *sales / total assets*

Z = *financial distress*

Apabila hasil perhitungan *z-score* < 1,20 menandakan adanya kemungkinan kebangkrutan yang tinggi. Jika *z-score* berada diantara 1,20 hingga 2,90 artinya tingkat kesulitan keuangan berada di area abu-abu (ambigu), lalu jika *z-score* > 2,90 menandakan kemungkinan kebangkrutan yang rendah.

Kerangka Pemikiran

Gambaran umum dari penelitian ini dapat terlihat seperti Gambar 2.



Gambar 2 Kerangka Pemikiran
Sumber: data diolah

Hipotesis

Pada penelitian ini terdapat lima hipotesis diantaranya sebagai berikut.

H_1 : *Leverage* berpengaruh positif terhadap keputusan *hedging*.

H_2 : *Liquidity* berpengaruh negatif terhadap keputusan *hedging*.

H_3 : *Growth opportunity* berpengaruh positif terhadap keputusan *hedging*.

H_4 : *Firm size* berpengaruh positif terhadap keputusan *hedging*.

H_5 : *Financial distress* berpengaruh negatif terhadap keputusan *hedging*.

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yakni penelitian korelasi (*correlational research*). Apabila dilihat dari jenis data, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang berbentuk angka. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang telah terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2016-2020. Objek penelitian ini adalah keputusan *hedging* dengan menggunakan instrumen derivatif oleh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode 2016-2020.

Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode 2016-2020. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini yakni menggunakan *purposive sampling* di mana pemilihan sampel dilakukan dengan memperhatikan berbagai kriteria dan didapatkan 112 perusahaan manufaktur yang memenuhi kriteria tersebut.

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode 2016-2020 serta data harga penutupan saham yang diperoleh melalui situs www.idx.co.id serta situs resmi dari perusahaan manufaktur yang dijadikan sampel dalam penelitian ini. Metode pengumpulan data penelitian yang digunakan adalah metode dokumentasi.

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu model regresi logistik. Penggunaan model regresi logistik yakni untuk menganalisis data apabila variabel dependen pada penelitian berupa variabel kategori. Keputusan *hedging* merupakan variabel dependen pada penelitian ini yang dinyatakan dalam kategori 1 (perusahaan yang melakukan *hedging*) dan 0 (perusahaan yang tidak melakukan *hedging*).

Proses analisis data pada penelitian ini diantaranya analisis statistik deskriptif yang mencakup nilai rata-rata, minimum, maksimum, dan standar deviasi. Selanjutnya menilai model fit yang dilakukan dengan uji *overall fit model*, uji *goodness of fit*, dan mengetahui koefisien determinasi. Tabel ketepatan klasifikasi yang digunakan untuk menjelaskan kekuatan prediksi dari model regresi dalam memprediksi probabilitas penerapan *hedging* oleh perusahaan (Wiranda & Rahim, 2020). Terakhir yaitu melakukan uji hipotesis dengan menggunakan uji wald.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Jumlah sampel yang telah sebanyak 112 perusahaan manufaktur, selanjutnya analisis dilakukan dengan menggunakan *data pooled*. Jumlah sampel yang telah diperoleh dikalikan dengan periode pengamatan (5 tahun) sehingga jumlah pengamatan adalah sebanyak 560 pengamatan (112 x 5).

Statistik Deskriptif

Tabel 1 Hasil Statistik Deskriptif

	<i>Minimu m</i>	<i>Maximu m</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
<i>Leverage</i>	-6,9299	94,0997	1,3293	4,5356
<i>Liquidity</i>	0,0337	98,6345	2,4105	4,4559
<i>Growth Oppotunit y</i>	-2,8329	82,4444	3,2017	8,6392
<i>Firm Size</i>	11,4001	18,9101	14,773 3	1,4696
<i>Financial Distress</i>	-13,1913	59,3298	3,9919	6,2284

Sumber: Output SPSS22 (2022)

Tabel 1 menunjukkan hasil uji statistik deskriptif untuk setiap variabel independen. Variabel *leverage* memiliki nilai rata-rata sebesar 1,3293 kali dengan standar deviasi sebesar 4,5356. Nilai minimum *leverage* sebesar -6,9299 kali dimiliki oleh PT SLJ Global Tbk. pada tahun 2016. Nilai maksimum *leverage* sebesar 94,0997 kali juga dimiliki oleh PT SLJ Global Tbk. pada tahun 2017.

Nilai rata-rata *liquidity* yakni sebesar 2,4105 dengan standar deviasi 4,4559. Nilai minimum *liquidity* sebesar 0,0337 kali dimiliki oleh PT Intikeramik Alamasri Industri Tbk. pada tahun 2017. Nilai maksimum *liquidity* sebesar 98,6345 kali dimiliki oleh PT Inti Agri Resources Tbk. pada tahun 2020.

Variabel *growth opportunity* memiliki nilai rata-rata sebesar 3,2017 dengan standar deviasi 8,6392. Nilai minimum *growth opportunity* sebesar -2,8329 kali dimiliki oleh PT SLJ Global Tbk. pada tahun 2016. Nilai maksimumnya sebesar 82,4444 kali dimiliki oleh PT Unilever Indonesia Tbk. pada tahun 2017.

Variabel *firm size* memiliki nilai rata-rata sebesar 14,7733 atau dengan total aset sekitar Rp2,6 triliun dan standar deviasi sebesar 1,4696. Nilai minimum *firm size* 11,4001 dimiliki oleh PT Primarindo Asia Infrastructure Tbk. pada tahun 2017 dengan nilai total aset sebesar Rp83,4 miliar. Nilai maksimumnya dimiliki oleh PT Indofood Sukses Makmur Tbk. sebesar 18,9101 pada tahun 2020 dengan total aset senilai Rp163,1 triliun.

Variabel *financial distress* memiliki nilai rata-rata sebesar 3,9919 dengan standar deviasi sebesar 6,2284. Nilai minimum *financial distress* dimiliki oleh PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk. sebesar -13,1913 pada tahun 2017. Nilai maksimum *financial distress* yakni sebesar 59,3298 dimiliki oleh PT Inti Agri Resources Tbk. pada tahun 2016.

Frekuensi Variabel Dependen

Tabel 2 Frekuensi Variabel Dependen (Keputusan *Hedging*)

	<i>Frekuensi</i>	<i>Persentase</i>	<i>Valid Persentase</i>	<i>Cumulatif Persentase</i>
Tidak <i>Hedging</i>	455	81,3	81,3	81,3
<i>Hedging</i>	105	18,8	18,8	100,0
Total	560	100,0	100,0	

Sumber: Output SPSS22 (2022)

Berdasarkan Tabel 2, terdapat 81,3% atau 455 data observasi perusahaan manufaktur di Indonesia yang tidak melakukan *hedging* dengan menggunakan instrumen derivatif dan 18,8% atau 105 data observasi perusahaan manufaktur di Indonesia lainnya melakukan *hedging* menggunakan instrumen derivatif.

Menilai Model Fit

- Uji Keseluruhan Model atau *Overall Fit Model (Likelihood Ratio Test)*

Tabel 3 *Iteration History*^{a,b,c} Block Number=0

<i>Iteration</i>		<i>Coefficients</i>	
		<i>-2 Log likelihood</i>	<i>Constant</i>
Step 0	1	544,661	-1,250
	2	540,501	-1,453
	3	540,487	-1,466
	4	540,487	-1,466

Sumber: Output SPSS22 (2022)

Tabel 4 Iteration History^{a,b,c,d} Block Number=1

Iteration n	-2 Log likelihood	Coefficients					
		Constant	LE V	LIQ	GO	FS	FD
Step 1	444,690	-7,405	-.02 4	-.00 6	,04 8	,41 1	-.00 7
2	412,194	-11,531	-.03 8	-.03 8	,07 5	,66 2	-.01 1
3	405,384	-12,717	-.04 2	-.19 2	,08 1	,74 8	,004
4	404,658	-12,943	-.04 2	-.27 7	,07 8	,77 0	,012
5	404,650	-12,973	-.04 2	-.28 7	,07 8	,77 3	,013
6	404,650	-12,973	-.04 2	-.28 8	,07 8	,77 3	,013

Sumber: Output SPSS22 (2022)

Pada Tabel 3 dan Tabel 4 terlihat hasil uji keseluruhan model. Nilai -2LogLikelihood *block number* = 1 atau setelah model memasukkan variabel independen sebesar 404,650 (Tabel 4) yang lebih kecil dibandingkan nilai -2LogLikelihood *block number* = 0 atau pada saat model hanya memasukkan konstanta sebesar 540,487 (Tabel 3) menandakan bahwa model telah sesuai dengan data observasinya atau menunjukkan model regresi yang baik.

- Uji Kelayakan Model atau *Goodness of Fit* (Hosmer & Lemeshow Test)

Tabel 5 Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	12,556	8	,128

Sumber: Output SPSS22 (2022)

Hasil uji *hosmer and lemeshow* (Tabel 5) menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,128 lebih besar dari tingkat signifikansi 5% maka dapat diartikan bahwa model layak digunakan atau model regresi dapat memprediksi nilai observasinya.

- Koefisien Determinasi (*Nagelkerke's R Square*)

Tabel 6 Hasil Koefisien Determinasi (*Nagelkerke R Square*)

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	404,650 ^a	,215	,348

Sumber: Output SPSS22 (2022)

Berdasarkan Tabel 6 diperoleh nilai *Nagelkerke R Square* sebesar 0,348. Hal tersebut menandakan bahwa secara parsial variasi dari *leverage*, *liquidity*, *growth opportunity*, *firm size*, dan *financial distress* mampu menjelaskan variasi dari variabel dependen yakni keputusan *hedging* menggunakan instrumen derivatif sebesar 34,8%. Sedangkan 65,2% lainnya dijelaskan oleh berbagai faktor lain atau variabel independen lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Tabel Ketepatan Klasifikasi

Tabel 7 Tabel Ketepatan Klasifikasi

	<i>Predicted</i>		<i>Percentage Correct</i>
	<i>Keputusan Hedging</i>		
	<i>Tidak Hedging</i>	<i>Hedging</i>	
<i>Tidak Hedging</i>	433	22	95,2
<i>Hedging</i>	70	35	33,3
<i>Overall Percentage</i>			83,6

Sumber: Output SPSS22 (2022)

Terlihat pada Tabel 7 bahwa ketepatan model regresi untuk memprediksi probabilitas perusahaan manufaktur yang tidak melakukan *hedging* adalah sebesar 95,2%, jumlah prediksi observasi data adalah sejumlah 455 sedangkan yang diperoleh dari hasil observasi adalah sebanyak 433 data. Prediksi observasi data perusahaan manufaktur yang melakukan *hedging* adalah sebesar 105, namun yang diperoleh dari observasi sejumlah 35 data sehingga ketepatan klasifikasiya adalah sebesar 33,3%. Apabila dilihat secara keseluruhan maka diketahui bahwa tingkat ketepatan model regresi dalam memprediksi probabilitas penerapan *hedging* sudah cukup baik karena mendekati 100% yakni sebesar 83,6%.

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 8 menunjukkan hasil uji koefisien regresi logistik yang dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh dari setiap variabel internal terhadap pengambilan keputusan *hedging* menggunakan instrumen derivatif dengan tingkat signifikansi yang digunakan adalah sebesar 5%.

Tabel 8 Hasil Analisis Koefisien Regresi Logistik

	B	S.E.	Wald	d	Exp(B)	95% C.I. for EXP(B)	
						f	Sig.
LEV	-,042	,031	1,850	1	,174	,959	,904 1,018
LIQ	-,288	,126	5,225	1	,022	,750	,586 ,960
GO	,078	,026	9,029	1	,003	1,081	1,027 1,137
FS	,773	,092	69,772	1	,000	2,165	1,806 2,596
FD	,013	,027	,225	1	,635	1,013	,961 1,068
Constant	-12,973	1,454	79,607	1	,000		

Sumber: Output SPSS22 (2022)

Berdasarkan hasil uji wald (Tabel 8), persamaan regresi logistik yang dapat dibentuk adalah sebagai berikut.

$$\ln \frac{1}{1-p} = -12,973 - 0,042 \text{ LEV} - 0,288 \text{ LIQ} + 0,078 \text{ GO} + 0,773 \text{ FS} + 0,013 \text{ FD} \quad (6)$$

Persamaan model regresi logistik tersebut menunjukkan nilai konstanta sebesar -12,973 yang menandakan bahwa pada saat *leverage*, *liquidity*, *growth opportunity*, *firm size*, dan *financial distress* bernilai tetap atau konstan maka probabilitas pengambilan keputusan *hedging* menggunakan instrumen derivatif akan menurun sebesar 12,973 (nilai mutlak).

Pengaruh Leverage Terhadap Keputusan Hedging

Hasil uji hipotesis menunjukkan *leverage* memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0,042 dengan nilai probabilitas 0,174 yang lebih besar dari tingkat signifikansi 5%. Hal tersebut menandakan *leverage* memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pengambilan keputusan *hedging* menggunakan instrumen derivatif. Artinya, tinggi atau rendahnya *leverage* tidak mempengaruhi pengambilan keputusan *hedging* atau hipotesis pertama ditolak.

Terdapat arah negatif pada pengaruh *leverage* terhadap pengambilan keputusan *hedging*. Hal tersebut dapat dijelaskan bahwa perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi memiliki banyak tekanan dan dinilai tidak memiliki cukup dana untuk membeli instrumen derivatif sebagai alat lindung nilai karena lebih memilih memanfaatkan dana yang dimiliki untuk memenuhi kewajibannya. Hasil analisis yang menunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan dari *leverage* terhadap keputusan *hedging* dapat dijelaskan bahwa pada penelitian ini ditemukan perusahaan manufaktur yang menggunakan utang sebagai sumber pendanaan untuk kegiatan operasionalnya dan harus menghadapi risiko fluktuasi nilai tukar lebih memilih untuk melakukan manajemen risiko dengan lindung nilai alami serta melalui transaksi spot. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Meridelima & Isbanah (2021) yang juga menguji pengaruh faktor internal perusahaan terhadap keputusan *hedging* pada perusahaan manufaktur.

Pengaruh Liquidity Terhadap Keputusan Hedging

Hasil uji hipotesis menunjukkan *liquidity* memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0,288 dengan nilai probabilitas 0,022 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 5%. Hal tersebut menandakan bahwa *liquidity* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan *hedging* menggunakan instrumen derivatif. Artinya, semakin rendah *liquidity* maka akan meningkatkan probabilitas pengambilan keputusan *hedging* menggunakan instrumen derivatif atau hipotesis kedua diterima.

Perusahaan dengan tingkat likuiditas rendah berarti memiliki kewajiban jangka pendek yang tinggi, hal tersebut dapat meningkatkan risiko keuangan yang harus dihadapi perusahaan. Apabila kewajiban jangka pendek perusahaan berdenominasi mata uang asing maka perusahaan harus menghadapi risiko fluktuasi nilai tukar. Berdasarkan hal tersebut maka diperlukan langkah manajemen risiko untuk meminimalisir risiko tersebut yakni dengan melakukan *hedging*. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian terdahulu dari Wiranda & Rahim (2020) yang juga menguji pengaruh faktor internal perusahaan terhadap keputusan *hedging* pada perusahaan manufaktur.

Pengaruh Growth Opportunity Terhadap Keputusan Hedging

Hasil uji hipotesis menunjukkan *growth opportunity* memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,078 dengan nilai probabilitas sebesar 0,003 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 5%. Hal tersebut menandakan bahwa *growth opportunity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan *hedging* menggunakan instrumen derivatif. Artinya, semakin tinggi *growth opportunity* akan meningkatkan probabilitas pengambilan keputusan *hedging* menggunakan instrumen derivatif atau hipotesis ketiga diterima.

Semakin tinggi *growth opportunity* maka semakin tinggi pula kepercayaan investor terhadap perusahaan sehingga perusahaan akan memberi perhatian lebih pada pengelolaan setiap kegiatan bisnisnya. Selain itu, tingkat kesempatan tumbuh yang tinggi juga menandakan perusahaan akan membutuhkan dana yang lebih besar untuk membiayai pertumbuhannya. Tambahan pendanaan tersebut salah satunya dapat bersumber dari pinjaman ke luar negeri dan hal tersebut dapat menimbulkan risiko fluktuasi nilai tukar. Oleh karena itu, dibutuhkan manajemen risiko untuk meminimalisir risiko tersebut salah satunya adalah *hedging* menggunakan instrumen derivatif. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan

hasil penelitian terdahulu oleh Hetrina, Prastowo, & Suyanto (2020) yang juga menguji pengaruh faktor internal perusahaan terhadap keputusan *hedging* pada perusahaan manufaktur.

Pengaruh Firm Size Terhadap Keputusan Hedging

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa *firm size* memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,773 dengan nilai probabilitas 0,000 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 5%. Hal tersebut menandakan bahwa *firm size* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan *hedging* menggunakan instrumen derivatif. Artinya, semakin tinggi *firm size* akan meningkatkan probabilitas pengambilan keputusan *hedging* menggunakan instrumen derivatif atau hipotesis keempat diterima.

Semakin besar ukuran sebuah perusahaan menandakan bahwa kegiatan bisnis perusahaan juga semakin luas sehingga memungkinkan perusahaan untuk melakukan transaksi dengan pihak lain dari berbagai negara. Hal tersebut akan menimbulkan risiko fluktuasi nilai tukar sehingga diperlukan *hedging* untuk meminimalisir risiko tersebut. Selain itu, perusahaan yang besar juga akan mendapatkan perhatian lebih dari masyarakat sehingga mendorong perusahaan untuk lebih berhati-hati dalam mengelola perusahaannya dan akan menerapkan manajemen risiko yang lebih ketat. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Pangestuti, Fadila, & Nugraheni (2020) yang juga menguji pengaruh faktor internal perusahaan terhadap keputusan *hedging* pada perusahaan manufaktur.

Pengaruh Financial Distress Terhadap Keputusan Hedging

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa *financial distress* memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,013 dengan nilai probabilitas sebesar 0,635 yang lebih besar dari tingkat signifikansi 5%. Hal tersebut menandakan bahwa *financial distress* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengambilan keputusan *hedging* menggunakan instrumen derivatif. Artinya, tinggi rendahnya *financial distress* tidak mempengaruhi probabilitas pengambilan keputusan *hedging* atau hipotesis kelima ditolak.

Menurut hasil penelitian, ditemukan adanya arah positif dari pengaruh *financial distress* terhadap keputusan *hedging*. Perusahaan manufaktur yang tidak mengalami kesulitan keuangan yang ditandai dengan nilai *z-score* yang tinggi ditemukan cenderung melakukan *hedging* menggunakan instrumen derivatif. Hal tersebut dilakukan perusahaan guna melindungi asetnya dari fluktuasi nilai tukar dengan tujuan untuk menghindari terjadinya kesulitan keuangan pada perusahaan. Hasil penelitian yang menunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan dari *financial distress* dapat dijelaskan bahwa pada penelitian ini ditemukan bahwa selama periode 2016-2020, perusahaan manufaktur yang mengalami kesulitan keuangan tidak memilih untuk melakukan *hedging* menggunakan instrumen derivatif melainkan lebih memilih untuk menggunakan lindung nilai alami atau melalui transaksi spot. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian dari Yustika, Cheisviyanny, & Helmayunita (2019) yang juga menguji pengaruh faktor internal perusahaan terhadap keputusan *hedging* pada perusahaan manufaktur.

Implikasi Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *liquidity*, *growth opportunity*, *firm size*, dan *financial distress* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan *hedging*. Implikasi dari hasil penelitian tersebut bagi manajemen perusahaan yakni variabel-variabel tersebut merupakan variabel yang sangat penting untuk dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan *hedging*. Selain itu, bagi investor pada saat melakukan analisis mengenai *hedging* sebagai langkah manajemen risiko maka variabel-variabel tersebut penting untuk dipertimbangkan pada saat pengambilan keputusan investasi.

Variabel independen lain yakni *leverage* dan *financial distress* menurut hasil penelitian ini tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan *hedging*. Bagi manajemen perusahaan maka kedua variabel tersebut bukan merupakan variabel yang sangat penting untuk dipertimbangkan

dalam pengambilan keputusan *hedging*. Selain itu, bagi investor implikasi dari hasil penelitian ini yakni pada saat melakukan analisis mengenai *hedging* sebagai langkah manajemen risiko maka kedua variabel tersebut bukan merupakan variabel yang sangat penting untuk dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan investasi.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan beberapa hal berikut ini.

1. *Leverage* yang diproksikan dengan DER berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap pengambilan keputusan *hedging* menggunakan instrumen derivatif.
2. *Liquidity* yang diproksikan dengan *current ratio* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan *hedging* menggunakan instrumen derivatif.
3. *Growth opportunity* yang diproksikan dengan MTBV berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan *hedging* menggunakan instrumen derivatif.
4. *Firm size* yang diproksikan dengan logaritma natural dari *total assets* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan *hedging* menggunakan instrumen derivatif.
5. *Financial distress* yang diproksikan dengan Altman *z-score* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap pengambilan keputusan *hedging* menggunakan instrumen derivatif.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N. G., Mardiyati, U., & Nashrin, A. S. (2015). Analysis of hedging determinants with foreign currency derivative instruments on companies listed on BEI period 2012-2015. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 7(1), 540-557.
- Ayuningtyas, V., Warsini, S., & Mirati, R. E. (2019). Analisis faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan hedging menggunakan instrumen derivatif valuta asing. *Account*, 6(1), 980-992.
- Bank Indonesia. (2016-2020). *Kurs Transaksi BI*. Retrieved from Bank Indonesia: <https://www.bi.go.id/id/statistik/informasi-kurs/transaksi-bi/default.aspx>
- Brigham, E. F., & Ehrhardt, M. C. (2020). *Financial management: theory & practice, 16th edition*. Boston: Cengage Learning, Inc.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). *Fundamental of financial management 15th edition*. Boston: Cengage.
- Bursa Efek Indonesia. (n.d.). *Laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan tercatat*. Retrieved from Bursa Efek Indonesia: <https://www.idx.co.id/perusahaan-tercatat/laporan-keuangan-dan-tahunan/>
- Davies, T., & Crawford, I. (2014). *Corporate finance and financial strategy: optimising corporate and shareholder value*. Pearson Education.
- Dharmiyanti, N. M., & Darmayanti, N. P. (2020). The influence of liquidity, growth opportunities, and firm size on non-finance companies' hedging policy in Indonesia Stock Exchange. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 4(1), 129-135.
- Guniarti, F. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Aktivitas Hedging Dengan Instrumen Derivatif Valuta Asing. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 5(1), 64-79.
- Hetrina, Prastowo, D., & Suyanto. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan hedging dengan kualitas laba sebagai moderasi pada industri manufaktur di Indonesia Tahun 2014-2017. *Jurnal Riset Akuntansi Terpadu*, 13(2), 157-172.
- Krisdian, N. P., & Badjra, I. B. (2017). Pengaruh ukuran perusahaan, tingkat utang, dan kesulitan keuangan terhadap keputusan hedging pada perusahaan manufaktur Indonesia. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(3), 1452-1477.
- Madura, J. (2012). *International financial management 11th edition*. Mason: Cengage Learning.

- Megawati, I. A., Wiagustini, L. P., & Artini, L. G. (2016). Determinasi keputusan hedging pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 5(10), 3391-3418.
- Meridelima, E., & Isbanah, Y. (2021). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan hedging perusahaan sektor industri pengolahan yang terdaftar di BEI tahun 2014-2018. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 112-128.
- Mulyawan, S. (2015). *Manajemen Risiko*. Bandung: Pustaka Setia.
- Pangestuti, D. C., Fadila, A., & Nugraheni, S. (2020). Analisis regresi logistik : faktor - faktor yang memengaruhi keputusan hedging menggunakan instrumen derivatif. *Jurnal Aset (Akuntansi Riset)*, 12(2), 227-240.
- Prabawati, N. P., & Damayanti, C. R. (2019). Pengaruh faktor debt to equity ratio, market to book value, dan liquidity terhadap keputusan hedging dengan menggunakan instrumen derivatif (Studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014 – 2017). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 69(1), 40-49.
- Subramanyam, K. R., & Wild, J. J. (2014). *Financial statement analysis 11th edition*. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Widarjono, A. (2010). *Analisis statistika multivariat terapan edisi pertama*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Widyagoca, I. G., & Lestari, P. V. (2016). Pengaruh leverage, growth opportunities, dan liquidity terhadap pengambilan keputusan hedging PT Indosat Tbk. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(2), 1282-1308.
- Wiranda, N. A., & Rahim, R. (2020). Pengaruh financial distress, liquidity, dan firm size terhadap penerapan hedging. *Menara Ilmu*, 14(2), 99-106.
- Yustika, D., Cheisviyanny, C., & Helmayunita, N. (2019). Pengaruh financial distress, growth opportunity, institutional ownership terhadap aktivitas hedging (Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2014 – 2016). *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(1), 388-403.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Investasi Pada Generasi Milenial (Studi Pada Generasi Milenial Usia 18-34 Tahun di DKI Jakarta)

Alifia Widyastuti¹⁾,

alifia.widyastuti.ak18@mhs.wpnj.ac.id

Petrus Hari Kuncoro Seno²⁾

petrus.harikuncoroseno.akuntansi.pnj.ac.id

ABSTRACT

The number of investors in the capital market will increase in 2022. The increasing number of investors in the capital market is influenced by digitalization, where content is widely spread on social media, one of which is capital market content. The increasing number of investors is currently dominated by the millennial generation because the millennial generation is a generation that is updated about something and has a high curiosity. This study aims to examine the influence of social media, risk perception, and financial literacy on millennial generation investment decisions in the DKI Jakarta area. This research is a quantitative research using multiple linear regression analysis with the help of SPSS program. The number of samples in this study were 116 respondents who came from the millennial generation in the DKI Jakarta area. The results of this study indicate that the variables of social media and financial literacy have a significant influence on investment decisions. Meanwhile, other variables, namely risk perception, have no significant effect on investment decisions.

Keywords: *Social Media, Risk Perception, Financial Literacy, Investment Decisions, and Millennial Generation*

ABSTRAK

Jumlah investor di pasar modal meningkat pada tahun 2022. Meningkatnya jumlah investor di pasar modal salah satunya dipengaruhi oleh digitalisasi dimana banyak tersebar konten-konten di media sosial, salah satunya konten pasar modal. Peningkatan jumlah investor saat ini didominasi oleh generasi milenial karena generasi milenial merupakan generasi yang update tentang sesuatu hal dan memiliki jiwa ingin tahu yang tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh dari sosial media, *risk perception*, serta literasi keuangan terhadap keputusan investasi generasi milenial di daerah DKI Jakarta. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 116 responden yang berasal dari generasi milenial di daerah DKI Jakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel sosial media dan literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan investasi. Sedangkan variabel lain yaitu *risk perception* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi.

Kata Kunci: Sosial Media, *Risk Perception*, Literasi Keuangan, Keputusan Investasi, dan Generasi Milenial

PENDAHULUAN

¹ Alifia Widyastuti. E-mail: alifia.widyastuti.ak18@mhs.wpnj.ac.id

Latar Belakang

Aktivitas investasi di Indonesia selalu mengalami peningkatan. Hal ini dikarenakan peluang keuntungan yang menjanjikan pada investasi di pasar modal. Berdasarkan laporan yang dikeluarkan oleh Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), jumlah investor pasar modal di Indonesia mencapai peningkatan investor saham sebesar 12,13% dari tahun sebelumnya. Peningkatan investor pada tahun 2022 didominasi oleh investor milenial atau investor yang berusia di bawah 30 tahun sebesar 60,18%.

Meningkatnya jumlah investor dari tahun ke tahun menunjukkan mulai banyaknya warga Indonesia yang terjun ke dunia investasi atau mulai mempertimbangkan praktik investasi ke dalam kehidupannya. Dominasi peningkatan jumlah investor oleh investor milenial umumnya didukung dengan kepekaan generasi milenial terhadap kepekaan teknologi. Kemudahan akses dalam informasi di media sosial menghadirkan fenomena *influencer* yang masuk ke berbagai sektor, salah satunya investasi saham. Lebih dari itu, fenomena ini juga diwarnai pom-pom saham, yang mana saham dipompa agar tampak menarik perhatian. Padahal tidak semua *influencer* memiliki kompetensi untuk memberikan informasi seputar saham dengan baik.

Selain influensi dari media atau lingkungan sekitar, sebuah keputusan investasi yang baik dapat diukur dengan mempertimbangkan risiko dari bentuk atau instrumen investasi yang akan digunakan. Generasi milenial yang menggunakan sosial media sebagai acuan dalam pengambilan keputusan investasi dikhawatirkan tidak memahami risiko yang mungkin terjadi pada kegiatan investasi yang mereka lakukan. Faktor yang melihat risiko investasi tersebut umumnya dikenal dengan sebutan *risk perception*. *Risk perception* dalam penelitian (Alquraan, Alqisie, & Al Shorafa, 2016) mengarah kepada keputusan subjektif yang dilakukan oleh investor tentang karakteristik dan besarnya risiko yang akan dihadapi

Faktor lain yang dinilai kurang diperhatikan oleh generasi milenial dalam pengambilan keputusan investasinya yaitu literasi keuangan. Hal ini dapat dilihat dari Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2019 yang menunjukkan presentase literasi keuangan yang masih tergolong rendah, yaitu hanya sebesar 38,03%.

Berdasarkan beberapa pemaparan tersebut, penelitian ini akan menguji variabel sosial media, *risk perception*, serta literasi keuangan terhadap keputusan investasi. Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh dari ketiga faktor tersebut terhadap keputusan investasi generasi milenial di pasar modal. Untuk itu, peneliti melakukan penelitian ini dengan judul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Investasi pada Generasi Milenial (Studi pada Generasi Milenial Usia 18-34 Tahun di DKI Jakarta)”**.

Rumusan Masalah

Adapun penelitian ini ingin melihat pengaruh sosial media baik secara parsial maupun simultan, agar dapat digunakan sebagai salah satu cara untuk meningkatkan persepsi risiko serta literasi keuangan, sehingga keputusan investasi generasi milenial menjadi baik dan menguntungkan.

Tujuan

1. Untuk menguji dan menganalisis adakah pengaruh sosial media terhadap pengambilan keputusan investasi generasi milenial di DKI Jakarta.
2. Untuk menguji dan menganalisis adakah pengaruh *risk perception* terhadap pengambilan keputusan investasi generasi milenial di DKI Jakarta.
3. Untuk menguji dan menganalisis adakah pengaruh literasi keuangan terhadap pengambilan keputusan investasi generasi milenial di DKI Jakarta.

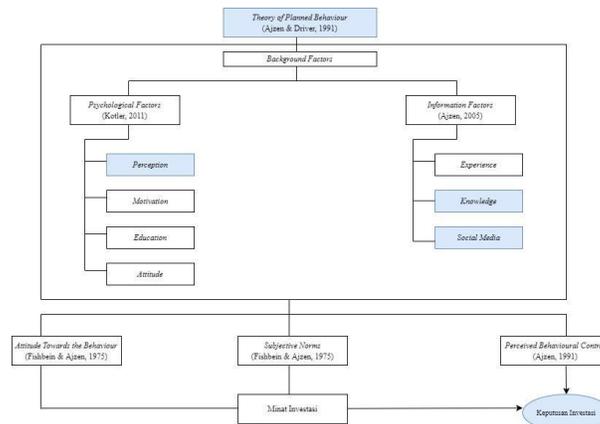
4. Untuk menguji dan menganalisis adakah pengaruh sosial media, *risk perception*, dan literasi keuangan secara bersamaan terhadap pengambilan keputusan investasi generasi milenial di DKI Jakarta.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Penelitian ini dilakukan berdasarkan berbagai teori dan pendapat beberapa ahli yang berkaitan dengan variabel yang akan diteliti. Adapun teori tersebut digambarkan :

Tabel 1. *Theory of Planned Behaviour* Sumber: Data diolah



Teori Tindakan berencana atau *Theory of Planned Behavior* merupakan teori yang menjelaskan bagaimana seseorang dalam melakukan perilaku dipengaruhi oleh niat. Dalam konteks penelitian ini, seseorang yang telah memiliki niat berinvestasi tentunya akan melakukan upaya agar investasi yang dilakukan dapat menghasilkan *return* yang menguntungkan di kemudian hari. Selain itu, adapun *Theory of Planned Behaviour* yang digunakan adalah *Perceived Behavioural Control* (Kontrol Perilaku), karena penelitian ini ingin melihat apakah terdapat pengaruh antara sosial media, *risk perception*, serta literasi keuangan terhadap keputusan investasi.

Keputusan Investasi

Menurut Jones (2007), pengambilan keputusan investasi adalah komitmen dana pada satu atau beberapa aset yang akan di *hold* beberapa waktu oleh perusahaan.

Sosial Media

Perkembangan teknologi yang semakin pesat menyebabkan kegiatan sosial saat ini juga berkembang ke dunia maya. Selain komunikasi, banyak sekali aktivitas serta kegiatan yang dilakukan melalui sosial media. Menurut Henderi, Yusup, dan Graha (2007), sosial media merupakan jaringan sosial berbentuk web yang dapat menghubungkan seseorang dengan pengguna lain dalam suatu sistem dan dapat membuat penggunanya membuat profil yang dapat diakses ke publik.

Risk Perception

Menurut (Pradikasari 12 & Isbanah, 2018), *risk perception* adalah suatu penilaian yang bergantung atas karakteristik psikologis, serta keadaan seorang individu terhadap situasi yang berpotensi menimbulkan risiko. Persepsi risiko tersebut berdampak atas kewaspadaan seorang individu akan suatu hal.

Literasi Keuangan

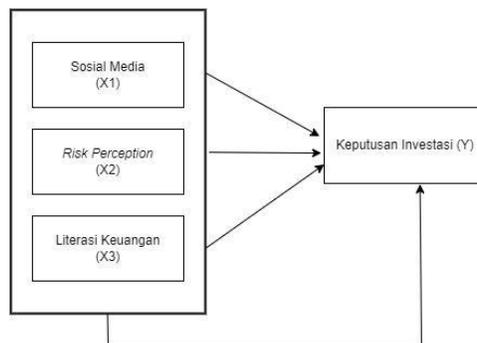
Perencanaan keuangan penting dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi serta menghindari seseorang dari masalah keuangan. Literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang dapat mempengaruhi kualitas pengambilan keputusan keuangan untuk mencapai kesejahteraan masyarakat (OJK, 2017).

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Khatik, Joshi, dan Adwani (2021:316) menyatakan bahwa sosial media memiliki pengaruh yang signifikan dalam pengambilan keputusan investasi. Hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Chaitanya dan Nordin (2021:67) yang menyatakan bahwa sosial media tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan investasi. Kemudian untuk variabel *risk perception*, penelitian yang dilakukan oleh Wulandari, dkk (2014) menunjukkan bahwa *risk perception* berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan investasi. Namun, hasil yang berbeda ditemukan dalam penelitian Ainia, dkk (2019) yang menemukan bahwa *risk perception* berpengaruh signifikan dengan arah yang negatif terhadap keputusan investasi. Variabel selanjutnya yaitu literasi keuangan yang diteliti oleh Khatik, Joshi, dan Adwani (2021:316) yang menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan dalam pengambilan keputusan investasi. Hal ini bertentangan dengan penelitian milik Budiman, Maulana, dan Kamal (2021:321) yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan dalam pengambilan keputusan investasi. Maka dari itu, perbedaan/inkonsistensi hasil inilah yang merupakan gap dan menjadi alasan mengapa penelitian perlu dilakukan kembali

Kerangka Pemikiran

Pada penelitian ini, peneliti menguji variabel independen sosial media, *risk perception*, serta literasi keuangan pada keputusan investasi. Tabel kerangka pemikiran adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Kerangka Pemikiran Sumber: Data diolah

Hipotesis

H1 : Sosial media berpengaruh positif terhadap keputusan investasi generasi milenial di DKI Jakarta

H2 : *Risk perception* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi generasi milenial di DKI Jakarta

H3 : Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan investasi generasi milenial di DKI Jakarta

H4 : Sosial media, *risk perception*, serta literasi keuangan berpengaruh positif secara simultan terhadap keputusan investasi generasi milenial di DKI Jakarta

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut V. Wiratna Sujarweni (2014:39), penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan prosedur serta perhitungan statistik dengan pengukuran atau kuantifikasi yang menghasilkan suatu penemuan. Untuk teknik pengambilan data, penelitian ini menggunakan survei dengan instrumen pengumpulan data yang digunakan yakni kuesioner.

Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah Sosial Media, *Risk Perception*, dan Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi.

Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*, dimana yang menjadi pertimbangan dalam pengambilan data penelitian adalah sebagai berikut :

1. Masyarakat DKI Jakarta,
2. Generasi milenial atau masyarakat dengan rentang usia 18-34 tahun,
3. Telah membuka rekening investasi dan aktif melakukan investasi setidaknya satu tahun,
4. Aktif menggunakan sosial media untuk mencari informasi tentang investasi setidaknya 1 jam sehari.

Untuk menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus slovin (Sugiyono, 2011:37), yakni sebagai berikut :

$$n = \frac{10,609,682}{1 + 10,609,682 \times (0,1)^2} = 99,999 \approx 100$$

Menggunakan rumus ini, dapat diperoleh bahwasannya jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 100 orang generasi milenial DKI Jakarta dengan rentang usia 18 – 34 tahun yang telah berinvestasi dan aktif menggunakan sosial media.

Metode Pengumpulan Data Penelitian

Pengumpulan data memiliki prosedur dimana peneliti akan menyebarkan kuesioner online dalam bentuk *google form* dan disebarluaskan oleh peneliti langsung baik secara tatap muka maupun tanpa tatap muka (digital).

Metode Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, karena tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat dan mengetahui pengaruh antara dua atau banyak variabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 2. Uji Regresi Linier Berganda Sumber: Output SPSS

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.971	2.850		2.446	.016
	SOSIAL_MEDIA	.238	.062	.309	3.834	.000
	RISK_PERCEPTION	.030	.040	.048	.735	.464
	LITERASI_KEUANGAN	.297	.040	.536	7.365	.000

Berdasarkan hasil uji regresi di atas, diterapkan langsung kepada model regresi yang telah ditentukan sebagai berikut,

$$Y = 6,971 + 0,238 X1 + 0,030 X2 + 0,297 X3 + E$$

Hasil uji tersebut dapat dinyatakan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta merupakan besarnya nilai dari variabel dependen (Y) tanpa pengaruh dari variabel independen (X). Berdasarkan hasil uji regresi diketahui bahwa nilai konstanta yaitu sebesar 6,971 yang berarti bahwa tanpa adanya pengaruh dari variabel sosial media (X1), *risk perception* (X2), dan literasi keuangan (X3), nilai keputusan investasi adalah sebesar 6,971.
2. Variabel sosial media (X1) memiliki nilai koefisien regresi bernilai positif yaitu sebesar 0,238 yang berarti menunjukkan hubungan yang searah antara sosial media dan keputusan investasi. Jika terjadi kenaikan nilai sosial media sebesar satu satuan maka keputusan investasi akan meningkat sebesar 0,238 dengan asumsi variabel independen lain dianggap tetap.
3. Variabel *risk perception* (X2) memiliki nilai koefisien regresi positif sebesar 0,030 yang berarti menunjukkan hubungan yang searah antara *risk perception* dan keputusan investasi. Jika terjadi kenaikan nilai *risk perception* sebesar satu satuan maka keputusan investasi generasi milenial di daerah DKI Jakarta meningkat 0,030 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap tetap.
4. Variabel literasi keuangan (X3) memiliki nilai koefisien regresi positif sebesar 0,297 yang berarti menunjukkan hubungan yang searah antara literasi keuangan dan keputusan investasi. Jika terjadi kenaikan nilai literasi keuangan sebesar satu satuan maka keputusan investasi generasi milenial di daerah DKI Jakarta meningkat 0,297 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap tetap.

Uji Parsial (Uji T)

Tabel 3. Uji T Sumber: Output SPSS

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.971	2.850		2.446	.016
	SOSIAL_MEDIA	.238	.062	.309	3.834	.000
	RISK_PERCEPTION	.030	.040	.048	.735	.464
	LITERASI_KEUANGAN	.297	.040	.536	7.365	.000

Berdasarkan hasil uji regresi untuk memperoleh nilai t dan signifikansi di atas, maka dapat dijabarkan pada poin – poin sebagai berikut,

1. Nilai T mengartikan bahwasannya terdapat pengaruh signifikan antara sosial media (X1) terhadap keputusan investasi (Y), karena nilai t sig yaitu 0,000 menunjukkan angka kurang dari 0,05 yang artinya variabel sosial media memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi. Maka H1 diterima pada penelitian ini dan dapat dikatakan bahwa sosial media berpengaruh secara parsial terhadap keputusan investasi
2. Nilai T mengartikan bahwasannya tidak terdapat pengaruh signifikan antara *risk perception* (X2) terhadap keputusan investasi (Y), karena nilai t sig yaitu 0,464 menunjukkan angka lebih dari 0,05 yang artinya variabel *risk perception* tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi. Maka H2 ditolaka pada penelitian ini dan dapat dikatakan bahwa *risk perception* tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan investasi
3. Nilai T mengartikan bahwasannya terdapat pengaruh signifikan antara literasi keuangan (X3) terhadap keputusan investasi (Y), karena nilai t sig yaitu 0,000 menunjukkan angka kurang dari 0,05 yang artinya variabel literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi. Maka H3 diterima pada penelitian ini dan dapat dikatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan investasi

Uji Stimultan (Uji-F)

Tabel 4. Uji F Sumber: Output SPSS

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2153.534	3	717.845	75.139	.000 ^b
	Residual	1175.080	123	9.553		
	Total	3328.614	126			

Hasil pengujian secara simultan menghasilkan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari alpha 0,05 sehingga menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara sosial media (X1), *risk perception* (X2), dan literasi keuangan (X3) terhadap keputusan investasi (Y) secara simultan.

Uji Koefisien Determinasi (Uji-R²)

Tabel 5. Uji R Sumber: Output SPSS

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.804 ^a	.647	.638	3.09087

Dari hasil uji koefisien determinasi, dapat dilihat bahwa nilai R square sebesar 0,647 atau 64%. Nilai tersebut berarti kontribusi variabel sosial media, *risk perception*, dan literasi dalam mempengaruhi keputusan investasi adalah sebesar 64% sedangkan sisanya sebesar 36% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan di dalam penelitian.

Pembahasan

Pengaruh Sosial Media Terhadap Keputusan Investasi

Berdasarkan hasil uji T yang telah dipaparkan, dapat dilihat bahwa nilai t hitung sebesar 3,834 dan t Sig. sebesar 0,000 dimana nilai t Sig. lebih kecil daripada 0,05. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel sosial media secara parsial memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi generasi milenial di DKI Jakarta. Hal ini sejalan dengan teori pendukung, yaitu *Theory of Planned Behaviour* (Ajzen & Driver, 1991) pada *Information Factors* (Ajzen, 2005) dimana pada teori tersebut dijelaskan bahwa faktor informasi salah satunya melalui media sosial dapat mempengaruhi keputusan seseorang. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang diteliti oleh Ladamay, dkk (2021:161) yang menyatakan bahwa sosial media memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan investasi. Tidak hanya itu, hasil uji regresi untuk variabel sosial media (X1) sebesar 0,238 yang mengartikan adanya pengaruh positif antara variabel independen sosial media (X1) dengan variabel dependen keputusan investasi (Y).

Pengaruh Risk Perception Terhadap Keputusan Investasi

Berdasarkan hasil uji T yang telah dipaparkan, dapat dilihat bahwa nilai t hitung sebesar 0,735 dan t Sig. sebesar 0,464 dimana nilai t Sig. lebih besar daripada 0,05. Nilai tersebut bermakna bahwa variabel *risk perception* tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada keputusan investasi. Alasan mengapa *risk perception* tidak berpengaruh pada keputusan investasi adalah karena investor tidak mempertimbangkan risiko yang mungkin terjadi dalam melakukan keputusannya.

Hasil penelitian ini tidak mendukung *prospect theory* yang membahas tentang pengambilan keputusan dalam kondisi ketidakpastian. Berdasarkan penelitian yang diperoleh ditemukan bahwa *risk perception* tidak lagi berada kondisi ketidakpastian dalam pengambilan sebuah keputusan investasi. Hasil bahwa *risk perception* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi tersebut searah dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian (Pradikasari & Isbanah, 2018) dimana dijelaskan bahwa investor cenderung tidak banyak pertimbangan ketika mengambil keputusan.

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi

Berdasarkan hasil uji T yang telah dipaparkan, dapat dilihat bahwa nilai t hitung sebesar 7,365 dan t Sig. sebesar 0,000 dimana nilai t Sig. lebih kecil daripada 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel

literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Information Factors (Ajzen, 2005) bahwa *knowledge* atau pengetahuan seseorang dapat mempengaruhi tindakan pengambilan keputusan. Dapat disimpulkan bahwa semakin baik literasi keuangan yang dimiliki oleh seorang investor generasi milenial di daerah DKI Jakarta, maka akan meningkatkan keputusan investasi yang akan diambil. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami dan Sitanggang pada tahun 2021 yang menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan generasi milenial. Selain itu, investor generasi milenial di DKI Jakarta juga menyadari bahwa pengetahuan dasar investasi sangat penting dalam pengambilan keputusan investasi.

Pengaruh Sosial Media, *Risk Perception*, serta Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi

Berdasarkan hasil analisis data dari uji F diketahui bahwa variabel independen (X) yaitu sosial media (X1), *risk perception* (X2), dan literasi keuangan (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan investasi (Y). Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi yaitu sebesar $< 0,000$ dimana $< 0,05$ dan nilai F hitung sebesar 75,139. Data tersebut menunjukkan bahwa dalam mengambil keputusannya, generasi milenial menggunakan informasi yang disajikan di media sosial. Hasil ini juga menunjukkan bahwa literasi keuangan dari investor generasi milenial di DKI Jakarta yang melibatkan *knowledge*, *skill*, dan *confident* memiliki pengaruh terhadap keputusan yang akan dibuat. Selain itu, penelitian ini juga menyatakan bahwa generasi milenial kurang memperhatikan persepsi risiko dalam melakukan keputusan investasinya.

Implikasi Penelitian

Berdasarkan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan diketahui bahwa sosial media serta literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi para investor generasi milenial di daerah DKI Jakarta. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi implikasi kepada investor generasi milenial sehingga dapat dijadikan referensi dalam membuat keputusan investasi dan kepada regulator atau pemerintah sebagai referensi untuk membuat program-program atau kebijakan-kebijakan yang mendukung upaya peningkatan pasar modal di Indonesia.

KESIMPULAN & SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Sosial media memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi generasi milenial di DKI Jakarta. Hal ini membuktikan bahwa investor milenial di DKI Jakarta menggunakan media sosial sebagai referensi dalam pengambilan keputusan investasi mereka. Meskipun demikian, investor generasi milenial tetap melakukan analisis dan mengandalkan pengetahuan literasi keuangan mereka dalam pengambilan keputusan investasinya. Hal ini sejalan dengan teori pendukung yaitu *Theory of Planned Behaviour* yang menjelaskan bahwa sosial media memiliki peran dalam perilaku seseorang dalam mengambil keputusan.
2. *Risk perception* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi generasi milenial di DKI Jakarta. Hasil penelitian ini tidak mendukung *prospect theory* yang membahas tentang pengambilan keputusan dalam kondisi ketidakpastian. Hal ini disebabkan

karena investor merasa jera ketika pernah mengalami kerugian dalam berinvestasi dan takut untuk melakukan investasi kembali.

3. Literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi generasi milenial di DKI Jakarta. Hal ini menunjukkan bahwa generasi milenial di DKI Jakarta cukup memahami bahwa dengan literasi keuangan yang baik membuat generasi milenial memiliki masa depan yang terjamin. Hal ini sejalan dengan teori pendukung yaitu *Theory of Planned Behaviour* yang menjelaskan bahwa literasi keuangan memiliki peran dalam perilaku seseorang dalam mengambil keputusan.
4. Sosial media, *risk perception*, serta literasi keuangan secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi generasi milenial di DKI Jakarta. Hasil ini menunjukkan bahwa generasi milenial menggunakan sosial media sebagai referensi mereka dalam mencari informasi. Generasi milenial juga sudah memiliki literasi keuangan yang baik yang dapat membuat keputusan investasi mereka menjadi tepat.

Saran

1. Bagi Investor Generasi Milenial

Berdasarkan hasil penelitian ini, diketahui bahwa sosial media dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Sedangkan *risk perception* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Melihat pengaruh yang signifikan, investor pasar modal diharapkan dapat terus meningkatkan pengetahuan literasi keuangan mereka melalui kegiatan yang diperoleh dari berbagai sumber, baik itu pembelajaran di perguruan tinggi, atau mengikuti kegiatan edukasi lain seperti seminar dan webinar.

2. Bagi Bursa Efek Indonesia

Pada kegiatan di BEI selanjutnya dapat melibatkan edukasi pasar modal di sosial media dapat mengajak *influencer* dengan kriteria tersebut sehingga dapat meningkatkan antusiasme investor milenial di DKI Jakarta, baik yang sudah berinvestasi ataupun yang belum.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Pada penelitian ini hanya digunakan variabel independen yaitu sosial media, *risk perception*, serta literasi keuangan sehingga diharapkan penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel-variabel lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan investasi seorang investor terutama generasi milenial di daerah DKI Jakarta sehingga dapat diketahui faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan investasi generasi milenial di daerah DKI Jakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainia, N. S. N., and Lutfi, L. 2019. The influence of risk perception, risk tolerance, overconfidence, and loss aversion towards investment decision making. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura* Vol. 21(3) : 401-413. DOI: 10.14414/jebav.v21i3.1663
- Al Atoom, S. A., Alafi, K. K., & Al-Fedawi, M. M. (2021). The Effect of Social Media on Making Investment Decisions for Investors in Amman Financial Market. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 15(6), 934-960.

- Alquraan, T., Alqisie, A., & Shorafa, A. (2016, June). Do Behavioural Finance Factors Influence Stock Investment Decision of Individual. *American International Journal of Contemporary Research*, 6(3).
- Budiman, I., Maulana, Z., & Kamal, S. (2021). Pengaruh Literacy Financial, Experienced Regret, dan Overconfidence Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Di Pasar Modal. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 4(2), 321-330.
- Chaitanya, D. B., & Nordin, N. (2021). The Relationship between Psychological Factors, Risk Perception and Social Media on Investment Decision Making. *International Journal of Advanced Research in Economics and Finance*, 3(4), 55-72.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.
- Hidayat, W. W. (2019). *Konsep dasar investasi dan pasar modal*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Henderi, Muhammad Yusuf, Yuliana Isma Graha. 2007. *Pengertian Media Sosial*. Jakarta : Kencana.
- Jones, Charles P. (2007) *Investment: Analysis and Management*. 10th Edition. John Wiley & Sons, Inc.
- Khatik, S. K., Joshi, R., & Adwani, V. K. INFERRING THE ROLE OF SOCIAL MEDIA ON GEN Z'S INVESTMENTS DECISIONS. *Journal of Content, Community & Communication*, 14(7), 309-317.
- Ladamay, A. Z. F., Supriyanto, T., & Nugraheni, S. (2021). Pengaruh Media Sosial, Literasi Keuangan, Risiko, Imbal Hasil, dan Religiusitas Terhadap Minat Berinvestasi Sukuk Generasi Z di Jakarta. *Islamic Economics Journal*, 7(2), 161-185.
- Maharani, B., & Hidayah, N. (2021). Peran Media Sosial dalam Pengambilan Keputusan Investasi. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 8(2), 275-286.
- Mutawally, F. W., & Asandimitra, N. (2019). Pengaruh financial literacy, risk perception, behavioral finance dan pengalaman investasi terhadap keputusan investasi mahasiswa surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(4), 942-953.
- Nuryadi, N., Astuti, T. D., Sri Utami, E., & Budiantara, M. (2017). *Dasar-Dasar Statstik Penelitian*. Yogyakarta: Grama Surya.
- Pahlevi, F. S. (2021). Legal Standing Influencer Saham di Indonesia. *Invest Journal of Sharia & Economic Law*, 1(2), 17-41.
- Putra, I. P. S., Ananingtiyas, H., Sari, D. R., Dewi, A. S., & Silvy, M. (2016). Pengaruh tingkat literasi keuangan, experienced regret, dan risk tolerance pada pemilihan jenis investasi. *Journal of Business and Banking*, 5(2), 271-282.

- Putri, N. M. D. R., & Rahyuda, H. (2017). Pengaruh tingkat financial literacy dan faktor sosiodemografi terhadap perilaku keputusan investasi individu. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(9), 3407-3434.
- Pradikasari, E., & Isbanah, Y. (2018). Pengaruh *Financial Literacy, Illusion of Control, Overconfidence, Risk Tolerance*, dan *Risk Perception* Terhadap Keputusan Investasi Pada Mahasiswa di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(4), 424–434.
- Taleb, Safa K. A., and Nilsson, F. 2021. Impact of Social Media on Investment Decision. *Thesis*. Department of Business Administration. International Business Program Bachelor Thesis. UMEA UNIVERSITET.
- Utami, N., & Sitanggang, M. L. (2021). The Analysis of Financial Literacy and Its Impact on Investment Decisions: A Study on Generation Z In Jakarta. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 9(1), 33-40.
- V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), hal. 12
- Wulandari, D. A., & Iramani, R. (2014). Studi *Experienced Regret, Risk Tolerance, Overconfidence* Dan *Risk Perception* Pada Pengambilan Keputusan Investasi. *Journal of business and banking*, 4(1), 55-66.

Analisis Pembentukan Portofolio Optimal pada Saham Indeks *Jakarta Islamic Index 30* dengan Menggunakan Model Indeks Tunggal

Yuliani Dwi Utami¹⁾, Dra. Sabar Warsini, S.E., M.M²⁾

1) Email: yuliani.dwiutami.ak18@mhs.pnj.ac.id

2) Email: sabar.warsini@akuntansi.pnj.ac.id

ABSTRACT

In the midst of the Covid-19 pandemic, the development of the Islamic capital market continues to increase every year. The capital market is able to contribute to the Indonesian economy as an alternative source of funding. The existence of such a statement makes people's interest to invest significantly increase, especially in generation Z and millennial generations. The younger generation often follows trends that have an impact on inflict a financial loss, for example, they invest because they follow idols and have a low literacy level which results in inflict a financial loss. The purpose of this study is to establish an optimal stock portfolio from the JII30 index using a single index model. This type of research is quantitative. There are 18 samples using purposive sampling method. The results of this study from 18 samples, there are 7 samples that enter into the formation of the optimal portfolio. This study obtained a portfolio return of 0.0074 with a portfolio risk of 0.0028. While the market rate of return obtained is 0.0003. It can be concluded that the portfolio return rate is greater than the market rate of return and can be said to be quite good.

Keywords: *Optimal Portfolio, JII30, Single Index Model.*

ABSTRAK

Di tengah pandemi Covid 19 ini, perkembangan pasar modal syariah terus meningkat setiap tahunnya. Pasar modal mampu memberikan kontribusi bagi perekonomian Indonesia sebagai sumber pendanaan yang alternatif. Adanya pernyataan seperti itu membuat minat masyarakat untuk berinvestasi menjadi meningkat secara signifikan khususnya pada generasi Z dan generasi milenial. Generasi muda tersebut sering sekali mengikuti tren yang berdampak pada merugikan diri sendiri, contohnya seperti mereka berinvestasi karena mengikuti idola dan memiliki tingkat literasi yang rendah akibatnya merugikan diri sendiri. Adanya penelitian ini bertujuan untuk membentuk suatu portofolio saham yang optimal dari indeks JII30 dengan menggunakan model indeks tunggal. Jenis penelitian ini adalah bersifat kuantitatif. Terdapat 18 sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini dari 18 sampel, terdapat 7 sampel yang masuk kedalam pembentukan portofolio optimal. Penelitian ini mendapatkan tingkat pengembalian portofolio sebesar 0,0074 dengan

risiko portofolio yang didapatkan sebesar 0,0028. Sedangkan tingkat pengembalian pasar yang didapat yaitu 0,0003. Dapat disimpulkan bahwa tingkat pengembalian portofolio lebih besar dibandingkan tingkat pengembalian pasar dan dapat dikatakan sudah cukup baik.

Kata-Kata Kunci: Portofolio Optimal, Indeks JII30, Model Indeks Tunggal

1. PENDAHULUAN

Perkembangan pasar modal syariah terus meningkat dari tahun ke tahun. Indeks *Jakarta Islamic Index* (JII) yang diukur pada masa pandemi Maret 2021 menunjukkan kinerja lonjakan tertinggi sebesar 7,8% mengungguli LQ45 5,1%. Berdasarkan data Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2022, indeks saham *Jakarta Islamic Index* (JII) naik 8,76 persen secara *year to date* (ytd) ke posisi 611,26. Namun, kinerja indeks saham syariah JII ini masih kalah dari Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) yang menguat 9,56 persen ytd (republika.co.id, 2021). Objek Penelitian ini menggunakan saham JII30 karena mayoritas masyarakat di Indonesia beragama Islam. Saham yang masuk ke dalam kriteria JII 30 merupakan saham-saham yang halal untuk diperjualbelikan. Indeks JII 30 mengukur kinerja harga 30 saham syariah yang memiliki kinerja keuangan yang bagus dan likuiditas perdagangan yang tinggi (www.liputan6.com).

Di tengah pandemi *Covid-19* yang melanda Indonesia hingga saat ini, pasar modal dapat memberikan kontribusi bagi perekonomian Indonesia sebagai alternatif sumber pendanaan. Adanya pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) di sejumlah wilayah mengakibatkan masyarakat mulai beralih untuk menanamkan modal, yang tadinya berinvestasi menggunakan aset riil menjadi berinvestasi di pasar saham (www.kompas.id). Menurut Wira (2021) Investasi saham sekarang sangat praktis dilakukan karena bisa dilakukan secara *online* dengan bantuan komputer yang terhubung dengan internet atau *smartphone*. Untuk berinvestasi saham bisa dimulai dengan modal yang relatif kecil.

Aktivitas investasi kini banyak digemari di kalangan muda. Mereka berinvestasi karena ingin mendapatkan keuntungan dan berharap nilai yang diinvestasikan akan meningkat di masa depan. Saat berinvestasi memerlukan strategi yang baik untuk meningkatkan nilai dan menghindari kemungkinan terjadi kerugian. Salah satunya dengan mendiversifikasikan portofolio (sikapiuangmu.ojk.go.id). Meningkatnya jumlah investor muda saat ini menjadikan nilai transaksi rata-rata harian di pasar saham meningkat mencapai Rp 13,4 triliun atau naik 45,6 persen. Hingga akhir tahun 2021, jumlah investor di pasar modal mencapai 7,48 juta *Single Investor Identification* (SID). Pada Januari 2022, jumlah investor meningkat menjadi 7,89 juta SID (www.kompas.id, 2022).

Kaum milenial menjadi fokus kampanye literasi keuangan yang dilakukan oleh regulator. Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Bursa Efek Indonesia (BEI) dan Bank Indonesia (BI) paling aktif menyuarakan pentingnya literasi keuangan. Generasi tersebut merupakan generasi yang sangat haus akan hal-hal baru, termasuk investasi. Hal negatifnya, mereka suka mengikuti tren atau meniru apa yang dilakukan oleh *influencer* atau afiliator yang tidak peduli perilaku tersebut bermanfaat atau merugikan secara moral maupun materi. Jumlah milenial di tanah air sangat banyak, survei OJK menunjukkan milenial memiliki tingkat literasi keuangan yang rendah (investor.id, 2021). Menurut survei Otoritas Jasa Keuangan (OJK), tingkat literasi keuangan investor muda sangat rendah yaitu 44,04% (idxchannel.com,2022).

Dampak dari kurangnya literasi keuangan membuat seseorang tidak memiliki tujuan keuangan. Seseorang yang tidak memiliki perencanaan keuangan maka, isitilah investasi tidak akan muncul dalam kamusnya. Orang mudah tertipu oleh investasi bodong (kompasiana.com). Kerugian sebesar Rp21,1 triliun dari tahun 2017 hingga 2022.

Rinciannya sebagai berikut, pada tahun 2017 sebesar Rp4,4 triliun; tahun 2018 Rp1,4 triliun; tahun 2019 Rp4 triliun; tahun 2020 Rp5,9 triliun; tahun 2021 sebesar Rp2,5 triliun; dan data Mei tahun 2022 mencapai Rp2,9 triliun (metro.sindonews.com).

Seorang investor harus memiliki pengetahuan yang baik tentang *risk & return*. Risiko yang terlibat dalam investasi adalah semua ketidakpastian yang menyertai investasi, namun masih dapat mencapai pengembalian yang diharapkan. Selain itu, risiko dari investasi ini juga dapat mempengaruhi laba investasi. Jadi, tujuan investasi yang dilakukan oleh seorang investor adalah untuk memaksimalkan nilai pengembalian dan menghindari risiko yang ada (rangkulteman.id). Portofolio penting dalam memberikan gambaran hasil yang terkait dengan investasi yang dimiliki agar dapat mengembangkan rencana strategis untuk memaksimalkan tingkat keuntungan dan untuk meminimalkan risiko. Tujuan portofolio sangat bervariasi tergantung pada tujuan atau sasaran masing-masing pihak, dan isi dari portofolio tersebut mencakup berbagai instrumen termasuk deposito, saham, obligasi dan lain-lain (emiten.com).

Penelitian lain yang dilakukan oleh Febrianti, Marjono, & Apriani (2021) tentang pembentukan portofolio optimal saham syariah yang terdaftar di JII dengan metode *Single Index Model* dan menggunakan 17 sampel periode penelitian 2017-2019. Penelitian yang dilakukan oleh Firmansyah & Astawinetu (2019) tentang analisis portofolio optimal dengan menggunakan model indeks tunggal pada saham IDX BUMN 20 di BEI Januari 2018-Januari 2019 dan menggunakan 18 sampel. Penelitian yang dilakukan oleh Widodo (2021) tentang pembentukan portofolio optimal dengan pendekatan *data envelopment analysis* dan *single index model* (studi kasus pada saham-saham JII) dan menggunakan 11 sampel yang terdaftar di BEI periode penelitian 2016-2020. Penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya karena, menggunakan indeks JII30 dengan periode penelitian yang dilakukan mulai dari Januari 2021 sampai dengan Maret 2022, dan menggunakan data mingguan. Berdasarkan latar belakang tersebut, Penulis membuat laporan skripsi yang berjudul “Analisis Pembentukan Portofolio Optimal pada Saham Indeks *Jakarta Islamic Index 30* dengan menggunakan Model Indeks Tunggal”.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Investasi Saham

Menurut Wira (2021) Investasi, pada kenyataannya, adalah setiap kegiatan yang menghabiskan waktu, uang, atau energi dengan harapan keuntungan dan keuntungan di masa depan. Jadi pada dasarnya, berinvestasi berarti “membeli” sesuatu yang diharapkan dapat “dijual kembali” dengan nilai yang lebih tinggi di masa depan. Menurut Adnyana (2020) Saham merupakan bukti kepemilikan suatu perusahaan yang pemiliknya disebut juga sebagai pemegang saham (*shareholder*). Bentuk saham adalah selembar kertas yang menyatakan bahwa pemilik surat tersebut adalah pemilik perusahaan yang menerbitkan sekuritas tersebut.

Saham Syariah

Menurut Ardhana (2021) saham syariah adalah bukti kepemilikan pada perusahaan yang batas bagian kepemilikannya (*hishshah sya'i'ah*) tidak dapat dipastikan, dan bernilai setara. Saham syariah adalah saham yang memenuhi aturan dan standar berdasarkan prinsip syariah. Pada dasarnya keuntungan berinvestasi pada saham syariah dan potensi risiko yang dihadapi investor sama dengan berinvestasi saham pada umumnya.

Risk & Return

Menurut Ilham, dkk (2020) secara umum, hubungan *risk & return* investasi adalah hubungan linear satu arah. Artinya semakin tinggi risiko investasi, semakin tinggi return yang diharapkan dan sebaliknya. Selain *return* yang tinggi, investor juga harus memperhatikan *risk* yang ditanggungnya. *Return* merupakan tingkat keuntungan dalam suatu investasi. *Risk* dapat

diartikan sebagai kemungkinan *realized return* yang berbeda dengan *expected return*. Risiko merupakan sebuah ketidakpastian yang tidak disukai oleh investor.

Indeks

Menurut Samsul (2016) Indeks saham merupakan indeks yang diperdagangkan dengan tujuan spekulatif dan lindung nilai. Transaksi yang dilakukan tidak memerlukan penyerahan barang secara fisik, namun hanya perhitungan keuntungan dan kerugian dari selisih dari harga jual beli. Menurut *Indonesia Stock Exchange* (2010) *Jakarta Islamic Index 30* merupakan Indeks yang mengukur kinerja harga dari 30 saham syariah dengan kinerja keuangan yang baik dan likuiditas perdagangan tinggi. Indeks ini diharapkan menjadi tolak ukur kinerja saham-saham yang berbasis syariah serta untuk lebih mengembangkan pasar modal syariah. *Jakarta Islamic Index* terdiri dari 30 saham yang dipilih dari saham-saham yang sesuai dengan syariah Islam.

Model Indeks Tunggal

Menurut Hidayat (2019) Pembentukan portofolio yang optimal dapat dilakukan dengan menggunakan dua metode yaitu, Pendekatan *Markowitz* dan *Single Index Model*. Berdasarkan penelitian yang telah dibuat, Penulis menggunakan Model Indeks Tunggal. William Sharpe mengembangkan model indeks tunggal. Model ini digunakan untuk menyederhanakan perhitungan di model *Markowitz*. Model ini juga digunakan untuk menghitung *return* yang diharapkan dan risiko portofolio. Model indeks tunggal berdasar pada pengamatan harga sekuritas bergerak bersama dengan indeks pasar.

Portofolio

Menurut Adnyana (2020), teori portofolio berkaitan dengan estimasi investor terhadap ekspektasi risiko dan *return*, yang diukur secara statistik untuk membuat portofolio investasinya. Pada praktiknya para pemodal pada sekuritas sering melakukan diversifikasi dalam investasinya dengan mengkombinasikan berbagai sekuritas atau dengan kata lain mereka membentuk portofolio. Pada kenyataannya, sulit untuk membangun portofolio dari semua peluang investasi, karena biasanya digunakan satu perwakilan dari banyak saham atau indeks pasar.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian ini berupa data-data yang diolah dengan angka.

Objek Penelitian

Objek yang digunakan dalam skripsi ini adalah saham-saham syariah dengan menggunakan indeks *Jakarta Islamic Index 30* yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021-2022.

Metode Pengambilan Sampel

Berdasarkan skripsi yang telah dibuat, Penulis menggunakan metode pengambilan sampel penelitian yaitu, *purposive sampling* dimana penelitian ini menggunakan kriteria. Kriteria yang ditentukan Penulis dalam pembuatan skripsi ini adalah:

- Tergabung dalam JII30 selama periode Januari 2021-Maret 2022
- Berturut-turut menjadi saham konstituen
- Perusahaan yang termasuk dalam sampel harus memiliki data laporan keuangan yang lengkap
- Perusahaan yang dipilih sebagai sampel tidak melakukan *stock split* atau aksi korporasi selama periode penelitian berlangsung.

Jenis dan Sumber Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan data sekunder. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah dokumen perusahaan, buku, jurnal, artikel yang berkaitan

dengan topik penelitian pengamatan saham-saham yang masuk ke dalam indeks saham JII30 selama periode tahun 2021-2022. Penelitian ini membutuhkan sumber data sebagai berikut:

- Data saham-saham yang terdaftar ke dalam Indeks JII30 selama Periode Januari 2021 hingga Maret 2022 diperoleh dari *website* BEI di alamat (www.idx.co.id).
- Data *adjusted close price* saham-saham yang terpilih sesuai dengan hasil *purposive sampling* selama Periode Januari 2021 hingga Maret 2022 yang diperoleh dari *website* (www.finance.yahoo.com).
- Data tingkat suku bunga Bank Indonesia Januari 2021 hingga Maret 2022 yang diperoleh dari *website* BI di alamat (www.bi.go.id).

Metode Pengumpulan Data

Penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data, yaitu:

- Observasi, yaitu metode pemahaman observasi dari penelitian-penelitian sebelumnya. Berdasarkan penelitian ini Penulis menemukan beberapa penelitian terdahulu dengan topik yang relevan mengenai pembentukan portofolio yang optimal.
- Studi Pustaka, yaitu pengumpulan data dari berbagai sumber yaitu dokumen perusahaan, buku, jurnal, artikel yang berkaitan dengan topik penelitian. Pengumpulan data-data dalam penelitian ini dicari berdasarkan topik yang relevan mengenai pembentukan portofolio optimal.
- Dokumentasi, yaitu mencari data yang berupa tulisan maupun gambar. Data-data yang diperoleh yaitu melalui *website* (www.finance.yahoo.com) dan (www.idx.co.id) BEI.

Metode Analisis Data

Untuk menentukan portofolio optimal penelitian ini menggunakan model indeks tunggal dengan langkah sebagai berikut sebagai berikut:

- Menghitung *return* riil saham. Menurut Hartono (2017) menghitung *return* dari saham dengan rumus sebagai berikut:

$$R_i = \left(\frac{P_t - P_{t-1}}{P_{t-1}} \right) \quad (1)$$

R_i : *Return* dari saham i

P_t : Harga pada periode t

P_{t-1} : Harga pada periode sebelumnya

- Menghitung *return* riil pasar. Menurut Hartono (2017) menghitung *return* dari pasar dengan rumus sebagai berikut:

$$R_m = \left(\frac{I_t - I_{t-1}}{I_{t-1}} \right) \quad (2)$$

R_m : *Return* pasar

I_t : Indeks pasar periode pengamatan

I_{t-1} : Indeks pasar pada periode sebelumnya

- Menghitung *expected return* saham. Menurut Zubir (2011) perhitungan *expected return* saham dengan rumus:

$$E(R_i) = \left(\frac{\sum_{t=1}^n R_{it}}{n} \right) \quad (3)$$

$E(R_i)$: *Expected return* saham i

R_{it} : *Return* saham i

n : Jumlah observasi

- Menghitung *expected return market*. Menurut Hartono (2017) perhitungan *expected return* pasar dengan rumus:

$$E(R_m) = \left(\frac{\sum_{t=1}^n R_{mt}}{n} \right) \quad (4)$$

$E(R_m)$: *Expected return* pasar i

R_{mt} : *Return* pasar periode t

n: Jumlah observasi

- Menghitung risiko pasar dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\sigma m^2 = \sum_{t=1}^n \frac{[Rmt - E(Rm)]^2}{n-1} \quad (5)$$

σm^2 : Variance return pasar

Rmt: Return pasar pada periode t

E(Rm): Expected return pasar

n: Jumlah observasi

- Menghitung risiko saham dengan menggunakan beta dan alpha saham. Menurut Hartono (2017) sebelum menentukan beta saham harus menghitung kovarians antara return saham dengan return pasar terlebih dahulu dengan rumus sebagai berikut:

$$\sigma im = \sum_{i=1}^m [Ri - E(Ri)][Rm - E(Rm)] \quad (6)$$

$$\sigma m^2 = \frac{\sum_{t=1}^n (RM - E(RM))}{n} \quad (7)$$

σim : Kovarian antara return saham i dan return pasar

Ri: Return saham i

E(Ri): Expected return saham i

Rm: Return pasar

E(Rm): Expected return pasar

Menghitung beta saham dengan rumus sebagai berikut:

$$\beta i = \frac{\sigma im}{\sigma m^2} \quad (8)$$

βi : Beta saham i

σim : Kovarian antara return saham i dan return pasar

σm^2 : Variance return pasar

Menurut Bodie et.al, (2018) menghitung alpha dengan rumus sebagai berikut:

$$\alpha i = E(Ri) - \beta i \cdot E(Rm) \quad (9)$$

αi : Alpha saham i

E(Ri): Expected return saham i

E(Rm): Expected return pasar

- Menhitung excess return to beta. Menurut Hartono (2017) excess return to beta dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$ERBi = \frac{E(Ri) - Rbr}{\beta i} \quad (10)$$

ERBi: Excess return to beta (ERB) saham i

E(Ri): Expected return saham i

Rbr: Return aktiva bebas risiko

βi : Beta saham i

- Menghitung cut off point (C*). Menurut Hartono (2017) C* yaitu nilai terbesar dari Ci (Cut off Rate), sehingga sebelum menentukan C* maka harus menghitung Ai, Bi, dan Ci dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Ai = \frac{[E(Ri) - Rbr] \cdot \beta i}{\sigma ei^2} \quad (11)$$

E(Ri): Expected return saham i

Rbr: Return aktiva bebas risiko

βi : Beta saham i

σei^2 : Variance dari kesalahan residu

$$Bi = \frac{\beta^2}{\sigma_{ei}^2} \quad (12)$$

β : Beta saham i

σ_{ei}^2 : Variance dari kesalahan residu

Setelah didapatkan nilai Ai dan Bi, selanjutnya dapat dihitung nilai Ci dengan rumus sebagai berikut:

$$Ci = \frac{\sigma_m^2 \sum_{j=1}^i Ai}{1 + \sigma_m^2 \sum_{j=1}^i Bi} \quad (13)$$

σ_m^2 : Variance return pasar

- Menghitung proporsi dana. Menurut Hartono (2017) menghitung proporsi dana saham dengan rumus sebagai berikut:

$$Wi = \frac{Zi}{\sum_{i=1}^k Zi} \quad (14)$$

$$Zi = \frac{\beta^2}{\sigma_{ei}^2} (ERBi - C^*) \quad (15)$$

Wi: Proporsi saham ke i

k: Jumlah saham di portofolio

β : Beta saham i

σ_{ei}^2 : Variance dari kesalahan residu

ERBi: Excess return to beta (ERB) saham i

C*: Cut off point yang merupakan nilai Ci terbesar

- Menghitung *expected return portfolio*. Menurut Hartono (2017) *expected return* portofolio dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$E(Rp) = \alpha_p + \beta_p \cdot E(Rm) \quad (16)$$

E(Rp): *Expected return* portofolio

α_p : Rata-rata tertimbang dari alpha tiap sekuritas

β_p : Rata-rata tertimbang dari beta tiap sekuritas

E(Rm): *Expected return* pasar

$$\alpha_p = \sum_{i=1}^n Wi \cdot \alpha_i \quad (17)$$

$$\beta_p = \sum_{i=1}^n Wi \cdot \beta_i \quad (18)$$

- Menghitung risiko portofolio. Menurut Hartono (2017) risiko dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\sigma_p^2 = \beta_p^2 \cdot \sigma_m^2 + \left(\sum_{i=1}^n Wi^2 \cdot \sigma_{ei}^2 \right) \quad (19)$$

σ_p^2 : Variance portofolio

$\beta_p^2 \cdot \sigma_m^2$: Risiko yang berhubungan dengan pasar

$Wi^2 \cdot \sigma_{ei}^2$: Rata-rata tertimbang dari risiko tidak sistematis masing-masing perusahaan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Realized Return Saham & Expected Return Saham

Penelitian ini menggunakan data harga saham mingguan yaitu *adjusted close price*. Berikut adalah hasil perhitungan total *realized return & expected return* saham selama periode Januari 2021-Maret 2022.

Tabel 1. *Realized Return & Expected Return Saham*

N o	Kode Emiten	Nama Perusahaan	Ri	E(Ri)
1	ADRO	Adaro Energy Tbk.	0.9068	0.0140
2	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk.	-0.067 7	-0.001 0
3	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.	-0.209 2	-0.003 2
4	INCO	Vale Indonesia Tbk.	0.1934	0.0030
5	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.	-0.059 1	-0.000 9
6	INKP	Indah Kiat Pulp & Paper Tbk.	-0.209 6	-0.003 2
7	INTP	Indocement Tunggul Prakarsa Tbk.	-0.178 1	-0.002 7
8	JPFA	PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk	0.2090	0.0032
9	KLBF	Kalbe Farma Tbk.	0.1341	0.0021
10	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk.	-0.126 6	-0.001 9
11	PGAS	Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk.	-0.004 1	-0.000 1
12	PTBA	Bukit Asam Tbk.	0.2522	0.0039
13	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk.	-0.526 8	-0.008 1
14	TLKM	Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk.	0.3788	0.0058
15	TPIA	Chandra Asri Petrochemical Tbk.	0.1323	0.0020
16	UNTR	United Tractors Tbk.	0.0569	0.0009
17	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.	-0.554 8	-0.008 5
18	WIKA	Wijaya Karya (Persero) Tbk.	-0.648 4	-0.010 0

Realized Return Pasar & Expected Return Pasar

Penelitian ini menggunakan data harga IHSG mingguan yaitu *adjusted close price*. Hasil perhitungan total *realized return* pasar sebesar 0,1481 & *expected return* pasar sebesar 0,0023 selama periode Januari 2021-Maret 2022.

Risiko masing-masing Saham

Berikut ini merupakan risiko masing-masing saham periode Januari 2021-Maret 2022.

Tabel 2. Risiko Saham

N o	Kode Emiten	Nama Perusahaan	σ^2
--------	----------------	-----------------	------------

1	ADRO	Adaro Energy Tbk.	0.004 1
2	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk.	0.001 3
3	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.	0.000 7
4	INCO	Vale Indonesia Tbk.	0.005 1
5	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.	0.000 8
6	INKP	Indah Kiat Pulp & Paper Tbk.	0.005 0
7	INTP	Indocement Tunggul Prakarsa Tbk.	0.002 2
8	JPFA	PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk	0.002 5
9	KLBF	Kalbe Farma Tbk.	0.001 1
10	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk.	0.002 2
11	PGAS	Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk.	0.003 4
12	PTBA	Bukit Asam Tbk.	0.002 1
13	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk.	0.002 1
14	TLKM	Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk.	0.000 9
15	TPIA	Chandra Asri Petrochemical Tbk.	0.003 3
16	UNTR	United Tractors Tbk.	0.002 3
17	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.	0.002 8
18	WIKA	Wijaya Karya (Persero) Tbk.	0.003 6

*Excess Return to Beta dan C**

Nilai ERB adalah nilai yang digunakan untuk menentukan suatu saham yang termasuk ke dalam portofolio optimal. Nilai C* merupakan nilai Ci terbesar. C* yang didapatkan yaitu 0,0012 terdapat pada saham ADRO.

Tabel 3. ERB & Ci

No	Kode Emiten	Nama Perusahaan	ERB	Ci
1	ADRO	Adaro Energy Tbk.	0.0073	0.0012
2	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk.	-0.002 8	-0.000 2
3	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.	-0.011 9	-0.000 5
4	INCO	Vale Indonesia Tbk.	0.0013	0.0002

5	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.	-0.003 9	-0.000 2
6	INKP	Indah Kiat Pulp & Paper Tbk.	-0.001 6	-0.000 3
7	INTP	Indocement Tunggul Prakarsa Tbk.	-0.003 0	-0.000 4
8	JPFA	PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk	0.0022	0.0003
9	KLBF	Kalbe Farma Tbk.	0.0020	0.0002
10	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk.	-0.001 5	-0.000 3
11	PGAS	Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk.	-0.000 3	-0.000 1
12	PTBA	Bukit Asam Tbk.	0.0024	0.0004
13	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk.	-0.008 8	-0.000 9
14	TLKM	Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk.	0.0072	0.0009
15	TPIA	Chandra Asri Petrochemical Tbk.	0.0022	0.0001
16	UNTR	United Tractors Tbk.	0.0003	0.0000
17	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.	-0.009 3	-0.000 8
18	WIKA	Wijaya Karya (Persero) Tbk.	-0.004 8	-0.001 0

Proporsi Dana Saham Portofolio Optimal

Berdasarkan hasil perhitungan dalam pembentukan portofolio optimal, dari 18 emiten yang memenuhi kriteria terdapat 7 saham pembentuk portofolio optimal dengan proporsi dana sebagai berikut ADRO 27,19%, INCO 0,43%, JPFA 5,02%, KLBF 6,03%, PTBA 7,83%, TLKM 51,18%, dan TPIA 2,32%.

Expected Return Portofolio dan Risiko Portofolio

Expected return portofolio yang didapat sebesar 0,0074. Sedangkan risiko portofolio yang didapat sebesar 0,0028. *Expected return market* yang dihasilkan yaitu 0,0022. Dapat disimpulkan bahwa dari perhitungan tersebut *expected return* portofolio lebih besar dibandingkan dengan *expected return market* maka dapat dikatakan optimal.

Implikasi

Berdasarkan hasil dari perhitungan proporsi dana masing-masing saham menghasilkan bobot sebagai berikut: saham ADRO menghasilkan bobot 27,19%; saham INCO menghasilkan bobot 0,43%; saham JPFA menghasilkan bobot 5,02%; saham KLBF menghasilkan bobot 6,03%; saham PTBA menghasilkan bobot 7,83%; saham TLKM menghasilkan bobot 51,18%; dan saham TPIA menghasilkan bobot 2,32%. Diasumsikan bahwa seorang investor menginvestasikan dananya sebesar Rp 100.000.000 pada sebuah portofolio ini. Berikut adalah pembagian proporsi dananya: saham ADRO sebesar Rp 27.186.082; saham INCO sebesar Rp 428.842; saham JPFA sebesar Rp 5.016.101; saham KLBF sebesar Rp 6.031.624; saham PTBA sebesar Rp 7.831.868; saham TLKM sebesar Rp 51.181.830; saham TPIA sebesar Rp 2.323.673.

Tabel 4. Implementasi 3 Bulan Kedepan

Kode Saham	Proporsi Dana	Harga beli	Jumlah Lot	Harga Akhir periode	G/L	G/L (%)
ADRO	Rp 27,186,062	2686	101	3030	3,479,150	13%
INCO	Rp 428,842	6900	1	5700	(74,581)	-17%
JPFA	Rp 5,016,101	1582	32	1520	(196,585)	-4%

KLBF	Rp 6,031,624	1580	38	1715	515,360	9%
PTBA	Rp 7,831,868	2834	28	4050	3,360,463	43%
TLKM	Rp 51,181,830	4418	116	4230	(2,177,950)	-4%
TPIA	Rp 2,323,673	10142	2	9650	(112,724)	-5%
Jumlah	Rp 100,000,000				4,793,132	34%

Dapat disimpulkan bahwa apabila penulis menahan 7 saham pembentuk portofolio optimal yaitu ADRO, INCO, JPFA, KLBF, PTBA, TLKM, dan TPIA dengan modal yang ditanamkan Rp 100.000.000 maka, akan memperoleh keuntungan sebesar Rp 4.793.132 yang artinya penulis mendapatkan keuntungan 34% dari jumlah investasinya. Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa dari 7 saham pembentukan portofolio optimal terdapat 3 saham yang akan menguntungkan apabila ditahan selama 3 bulan yaitu, saham ADRO, KLBF, dan PTBA. Sedangkan 4 saham lainnya mengalami kerugian yaitu saham INCO, JPFA, TLKM, dan TPIA. Hal tersebut dikarenakan volume saham INCO untuk memproduksi nikel mengalami penurunan pada kuartal II. Saham JPFA mengalami tekanan harga komoditas yang menyebabkan penurunan laba sedangkan beban pokok yang tercatat mengalami peningkatan. Saham TLKM sempat mengalami pergerakan yang mencapai pada zona merah dan adanya ketidakpastian pertumbuhan laba bersih tahunan akibat adanya pendapatan lainnya. Sedangkan saham TPIA mengalami kerugian akibat dipengaruhi perang Rusia Ukraina yang memicu harga minyak melonjak tinggi dan adanya permintaan yang melemah di China karena adanya protokol Covid 19 yang ketat, hal tersebut menyebabkan pendapatan yang tumbuh serta beban pokok pendapatan membengkak.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- Terdapat 7 saham pembentuk portofolio optimal dengan metode analisis model indeks tunggal. Tujuh saham pembentuk portofolio optimal tersebut adalah ADRO, INCO, JPFA, KLBF, PTBA, TLKM, dan TPIA.
- Proporsi dana dari saham pembentuk portofolio optimal tersebut adalah ADRO 27.2%, INCO 0.4%, JPFA 5.0%, KLBF 6.0%, PTBA 7.8%, TLKM 51.2%, dan TPIA 2.3%.
- *Expected return* portofolio yang dihasilkan dari 7 saham optimal indeks JII30 yaitu 0,74% lebih besar daripada *expected return market* yang dihasilkan yaitu 0,22% dengan risiko portofolio yang dihasilkan yaitu 0,28%.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, I. M. (2020). *Manajemen Investasi dan Portofolio*. Jakarta Selatan: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS).
- Ardhana, D. P. (2021). *IDX ISLAMIC*. Retrieved from Komite Nasional Keuangan Syariah: <https://knks.go.id/storage/upload/1618972042-Cara%20Mudah%20Investasi%20Saham%20Syariah%20-%20Doddy%20IDX%20Islamic.pdf>
- Beta. (n.d.). *Seberapa Pentingkah Portofolio Dalam Investasi?* Retrieved from emiten.com: <https://emiten.com/info/seberapa-pentingkah-portofolio-dalam-investasi/>
- Choirul, D. (2022, Juni 09). *Fantastis! Kerugian Investasi Bodong Capai Rp21 Triliun*. Retrieved from Sindonews.com: <https://metro.sindonews.com/read/792895/170/fantastis-kerugian-investasi-bodong-capai-rp2>

- 1-triliun-1654744013#:~:text=Bahkan%20nilai%20kerugian%20sejak%20tahun,2021%20se
besar%20Rp2%2C5%20triliun.
- Hartono, J. (2017). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Yogyakarta.
- Hidayat, W. W. (2019). *Konsep Dasar Investasi Dan Pasar Modal*. Jawa Timur: uwais inspirasi Indonesia.
- Ilham, R. N., Fachrudin, K. A., Sinurat, M., & Khaddafi, M. (2020). *Manajemen Investasi (Fake Investment Versus Legal Investment)*. Sukabumi: Jejak Publisher.
- Indonesia Stock Exchange. (2010). *Buku Panduan Indeks Harga Saham Bursa Efek Indonesia*. Jakarta: Indonesia Stock Exchange.
- Nisa, K. (2021, Februari 26). *Dampak Minimnya Literasi Keuangan*. Retrieved from Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/nisahd/6038bcd8ede4804ae63bec2/dampak-minimnya-literasi-keuangan>
- OJK. (n.d.). *Diversifikasi Portofolio Investasi Bagi Milenial*. Retrieved from OJK Sikapi: <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/40680>
- Permana, I. (2022, Juni 14). *Simak Tips Investasi Bagi Generasi Gen Z*. Retrieved from idxchannel.com: <https://www.idxchannel.com/economics/simak-tips-investasi-bagi-generasi-gen-z/2>
- Puspaningtyas, L., & Yolanda, F. (2021, April 07). *Loncatan Perkembangan Pasar Modal Syariah di Masa Pandemi*. Retrieved from republika.co.id: <https://www.republika.co.id/berita/qr6ygw370/loncatan-perkembangan-pasar-modal-syariah-di-masa-pandemi>
- Ramadhani, P. I. (2022). *Kapitalisasi Efek Syariah Tembus Rp 4.254 Triliun Awal Kuartal II*. Retrieved from Liputan6.com: <https://www.liputan6.com/saham/read/4936586/kapitalisasi-efek-syariah-tembus-rp-4254-triliun-awal-kuartal-ii-2022>
- rangkulteman. (n.d.). *Return Adalah: Jenis, Komponen, dan Dampaknya pada Investasi*. Retrieved from Rangkul Teman: <https://rangkulteman.id/berita/return-adalah-jenis-komponen-dan-dampaknya-pada-investasi>
- Samsul, M. (2016). *Pasar Modal dan Manajemen Portofolio*. Erlangga.
- Silitonga, D. (2022, Maret 17). *Investor Muda dan Fenomena Kasino*. (S. H. Samhadi, & Y. Krisnawan, Editors) Retrieved April 18, 2022, from Kompas.id: <https://www.kompas.id/baca/artikel-opini/2022/03/16/investor-muda-dan-fenomena-kasino>
- Wira, D. (2021). *Belajar Saham Untuk Pemula*. JuruCUAN.
- Zubir. (2011). *Manajemen Portofolio*.
- Zvi, B., Kane, A., & Marcus, A. J. (2018). *Investment*.

Analisis Pengaruh *Stock Split* Pada Pergerakan Saham PT. Bank Central Asia Tbk

Pratiwi Sabdowati¹⁾, Zulmaita²⁾

¹⁾ Program Studi Manajemen Keuangan, Politeknik Negeri Jakarta

²⁾ Program Studi Manajemen Keuangan Politeknik Negeri Jakarta
Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, Kota Depok, Jawa Barat 16424

ABSTRACT

The purpose of this research is to see and analyze whether there is a significant effect on the return, abnormal return, and trading volume of stock activity before and after doing a stock split. This study chose BCA as the sample because BCA is the leading banking company in Indonesia and ranks first with the largest market capitalization. The period of observations made is 14 days before and 14 days after the stock split policy. This research method uses a different paired sample t-test and the Wilcoxon signed ranked test. The results of hypothesis testing show that there is a significant effect on stock returns and abnormal returns before and after the stock split, but there is no significant effect on trading volume activity before and after the stock split.

Keywords: *Stock Split, Stock Return, Abnormal Return, Trading Volume Activity*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat dan menganalisis apakah terdapat pengaruh yang signifikan pada *return, abnormal return, dan trading volume activity* saham sebelum dan sesudah melakukan *stock split*. Penelitian ini memilih BCA sebagai sampel karena BCA merupakan perusahaan perbankan terkemuka di Indonesia dan urutan pertama dengan kapitalisasi pasar terbesar. Periode peristiwa pengamatan yang dilakukan adalah 14 hari sebelum dan 14 hari setelah kebijakan *stock split*. Metode penelitian ini menggunakan uji beda *paired sample t-test* dan *wilcoxon signed ranked test*. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan hasil terdapat pengaruh yang signifikan pada *return dan abnormal return* saham sebelum dan sesudah *stock split*, namun tidak adanya pengaruh yang signifikan pada *trading volume activity* sebelum dan sesudah melakukan aksi *stock split*

Kata-Kata Kunci: *Stock Split, Return Saham, Abnormal Return, Trading Volume Activity*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

¹ Corresponding author. E-mail: pratiwi.sabdowati.ak18@mhs.wpnj.ac.id

² Corresponding author. E-mail: zulmaita@akuntansi.pnj.ac.id

Pandemi covid-19 yang meluas di Indonesia menimbulkan kebijakan pemberlakuan protokol covid-19 dengan tujuan memutus rantai penyebaran covid-19. Hal tersebut berakibat pada kinerja emiten yang menurun karena adanya kebijakan pembatasan berbagai aktivitas bisnis sehingga kegiatan industri mengalami kelumpuhan dan kelesuan. Namun fenomena tersebut menjadi faktor pendukung meningkatkan jumlah investor pasar modal karena menjadi kesempatan bagi investor untuk mengalihkan aktivitas bisnis dan investasi ke pasar modal sebagai alternatif sumber penghasilan baru melalui perdagangan saham. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pasar modal semakin diminati investor sebagai sarana ekspansi dana meskipun ditengah pandemi covid-19. Berdasarkan data yang dirilis Otoritas Jasa Keuangan (OJK) total investor pasar modal di Indonesia per 29 Desember 2020 mencapai 3,8 juta investor. Peningkatan jumlah investor yang paling tinggi yakni pada tahun 2020 mencapai 56% meskipun ditengah masa pandemi yang belum mereda. Direktur Utama KSEI Uriep Budhi menyatakan bahwa sebesar 80% dari total 3,8 juta investor adalah investor retail yang berkontribusi pada transaksi efek di pasar modal (investor.com, 2020).

Pada pasar modal Indonesia terdapat beberapa saham sektoral yang dapat dijadikan alternatif investasi, salah satunya adalah saham sektor Perbankan yaitu PT Bank Central Asia Tbk yang bergerak fluktuatif selama pandemi tetapi memiliki *trend* kenaikan laba perusahaan dan harga saham yang cukup baik. Saat awal Covid-19 harga saham BBCA tekoreksi besar-besaran harga paling rendah dikisaran Rp21.000 kemudian langsung naik lagi ke harga Rp35.000 pada kuaral IV tahun 2020. Pergerakan harga saham bluechip BBCA ini secara jangka panjang dalam kurun waktu lima tahun terakhir dari tahun 2016 hingga tahun 2020 menunjukkan performa *uptrend* dengan tingkat kenaikan mencapai 141,49%. Akan tetapi performa baik dari saham PT Bank Central Asia Tbk ini tidak berbanding lurus dengan performa kenaikan investor retail di Indonesia. Dengan harga setinggi itu, para investor kelas kakap, investor luar negeri, dan pemegang dana pensiun, serta asuransi tidak memiliki masalah. Namun, jika bicara investor ritel tentunya harga tersebut terlalu tinggi. Keterbatasan dana yang dimiliki investor retail membuat sulit untuk membeli saham bluechip seperti saham PT Bank Central Asia Tbk yang tergolong mahal.

Momentum permasalahan keterbatasan dana dan jumlah investor lokal yang meningkat dapat dilihat dengan cermat oleh manajemen PT Bank Central Asia Tbk. Presiden Direktur Bank Central Asia Tbk Jahja Setiaatmadja (2021) mengungkapkan akan melakukan stock split saham BBCA dengan rasio 1 : 5 dengan harga berkisar Rp35.000 tersebut berubah menjadi Rp7.000. Alasan PT Bank Central Asia Tbk melakukan *stock split* agar harga sahamnya dapat lebih terjangkau sehingga investor lokal dapat membeli saham tersebut. *Stock split* dapat diartikan sebagai tindakan memecah nilai nominal saham menjadi pecahan yang lebih kecil dan jumlah lembar saham yang beredar menjadi banyak sesuai dengan faktor pemecahan saham (Diyani dan Hanafie, 2016). *Stock split* biasanya dilakukan pada saat harga saham dinilai terlalu tinggi sehingga akan mengurangi kemampuan investor untuk membelinya. Dengan demikian, sebenarnya *stock split* tidak mempunyai nilai ekonomis (Suaryana dan Putra, 2019). Secara teoritis *stock split* tidak memiliki nilai ekonomis karena *stock split* hanyalah mengamati saham yang beredar dengan cara menurunkan nilai pari saham sedangkan saldo modal saham dan laba yang ditahan tetap sama (Jogiyanto, 2017). Soedarman dan Lindananty (2021) mengatakan bahwa banyaknya peristiwa *stock split* di pasar modal memberikan indikasi *stock split* merupakan alat yang penting dalam praktik pasar modal karena *stock split* menjadi salah satu alat manajemen untuk membentuk harga pasar perusahaan, dan dalam praktik di pasar modal apabila perusahaan tersebut mempunyai kinerja yang bagus maka harga akan meningkat lebih cepat. Secara umum, *stock split* akan cenderung meningkatkan kinerja pasar pada hari pencatatan terakhir, karena besarnya kenaikan harga saham tergantung harga target *stock split*-nya (Jogiyanto, 2017). Harga saham yang terjangkau dapat mendorong minat investor untuk membeli saham sehingga permintaan saham akan meningkat. Ketika permintaan saham meningkat maka akan mendorong peningkatan pada volume perdagangan saham. Pertumbuhan permintaan saham yang

berkelanjutan akan mendorong harga saham menjadi lebih tinggi dan mempengaruhi return yang akhirnya akan meningkatkan abnormal return saham.

Permasalahan

Harga saham PT. Bank Central Asia Tbk yang tinggi menjadi suatu permasalahan karena kepemilikan saham oleh investor asing yang lebih besar dibandingkan dengan kepemilikan oleh investor retail. Hal ini disebabkan karena keterbatasan dana yang dimiliki oleh investor retail dalam berinvestasi memberikan dampak sulitnya untuk membeli saham *blue chip* ini yang tergolong mahal. Dengan adanya pemecahan saham diharapkan akan mempengaruhi pergerakan harga saham PT Bank Central Asia Tbk yang akan diukur dengan indikator *return*, *abnormal return*, dan *trading volume activity* sebelum dan sesudah *stock split*.

Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang diuraikan diatas, dapat dirangkum tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh *return* saham sebelum dan sesudah PT. Bank Central Asia Tbk melakukan aksi *stock split*.
2. Menganalisis pengaruh *abnormal return* saham sebelum dan sesudah PT. Bank Central Asia Tbk melakukan aksi *stock split*.
3. Menganalisis pengaruh *trading volume activity* saham sebelum dan sesudah PT. Bank Central Asia Tbk melakukan aksi *stock split*.

TINJAUAN PUSTAKA

Corporate Action

Corporate action pada umumnya merupakan suatu berita yang menjadi perhatian para investor di pasar modal, khususnya pemegang saham. Menurut Rahmah (2019:228) aksi korporasi atau *corporate action* adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan terbuka (*go public*) yang mampu memberikan pengaruh terhadap posisi, struktur, kepemilikan, jumlah efek yang beredar serta harga efek di pasaran. *Corporate action* dapat memberikan manfaat kepada perusahaan salah satunya dalam kebutuhan untuk meningkatkan modal perusahaan, selain itu dapat memberikan kesempatan kepada investor untuk menghadiri RUPS (Rapat Umum Pemegang Saham) sehingga mendapatkan informasi yang berhubungan pada perkembangan emiten dan mendapatkan hak yang sama untuk membeli atau menjual surat-surat berharga lainnya seperti *right issue*, *stock split*, *reverse stock*, pembagian dividen, pembagian saham bonus, dan lain-lain.

Stock Split

Stock split adalah suatu aksi yang dilakukan oleh perusahaan yang telah *go public* dimana perusahaan melakukan pemecahan nilai nominal saham menjadi lebih kecil (Jogiyanto, 2017:649). Pilotte (1997) berpendapat bahwa perusahaan melakukan aksi tersebut untuk mengoptimalkan kembali harga saham yang dinilai sudah terlalu tinggi, sehingga saham perusahaan menjadi representatif atau lebih mudah untuk diperdagangkan. Pendapat lain yang menyatakan bahwa, *stock split* merupakan suatu tindakan yang diambil perusahaan dalam menaikkan jumlah saham yang beredar dengan mengurangi nilai nominal suatu saham secara proporsional (Fahmi, 2014). Misalkan terjadinya *stock split* dengan perbandingan 1:5 artinya nilai nominal satu saham dibagi menjadi lima, sehingga pemegang saham akan menerima lima lembar saham baru untuk setiap satu lembar saham yang dimiliki sebelumnya. Nilai nominal saham baru tersebut sebesar seperlima dari nominal saham lama.

Signaling Theory

Signaling theory adalah teori yang melihat pada tanda-tanda mengenai keadaan atau kondisi yang menggambarkan suatu perusahaan (Fahmi, 2014). *Signaling theory* merupakan suatu tindakan dalam memberikan informasi atau petunjuk kepada pelaku pasar modal terkait kondisi suatu perusahaan, bagaimana manajemen perusahaan menilai prospek perusahaan tersebut di masa yang akan datang. Hanya beberapa perusahaan yang mampu memberikan sinyal yang dapat di percaya oleh pasar. Hal tersebut artinya kondisi perusahaan memiliki kinerja yang baik sehingga mendapatkan reaksi positif dari pasar. Salah satunya adalah informasi perusahaan yang mengeluarkan kebijakan *stock split* menjadi sinyal oleh para investor dan dapat dilihat dari dua sisi, yaitu sisi positif dan sisi negatif.

Trading Range Theory

Trading range theory merupakan teori yang menyatakan bahwa harga saham yang terlalu tinggi atau *overpriced* menimbulkan kurang aktifnya perdagangan saham, dengan kata lain saham tersebut kurang likuid karena sulit dijangkau oleh para pelaku pasar modal khususnya investor retail (perorangan). Menurut Fahmi (2014) berdasarkan *trading range theory* tingkat kemahalan harga saham menjadikan motivasi suatu perusahaan untuk mengeluarkan kebijakan *stock split*. Dengan adanya kebijakan *stock split*, perusahaan berupaya menata kembali harga saham pada rentang harga tertentu yang lebih kecil dibandingkan harga saham sebelumnya. Menurut teori ini, perusahaan dapat meningkatkan likuiditas perdagangan sahamnya karena akan mengembalikan harga saham sesuai minat pasar.

Return Saham

Return saham didefinisikan sebagai hasil yang diperoleh dari perubahan harga saham yang dihitung dengan mengurangkan harga saham pada waktu tertentu dengan harga saham pada periode sebelumnya. Rumus perhitungan *return* saham adalah sebagai berikut (Hartono, 2017) :

$$R_{it} = \frac{(P_{it} - P_{it-1})}{P_{it-1}}$$

Keterangan:

R_{it} = *Return* realisasi saham perusahaan i pada waktu ke t

P_{it} = *Closing price* saham perusahaan i harian sekarang

P_{it-1} = *Closing price* saham perusahaan i harian sebelumnya

Abnormal Return

Untuk melihat pengaruh *stock split* terhadap fungsi *signaling* atau tidak dapat diukur melalui *abnormal return*. *Abnormal return* adalah selisih *return* yang sesungguhnya (*actual return*) dengan *return* yang diharapkan (*expected return*). Reaksi pasar akan terjadi ketika suatu emiten mengumumkan kebijakan *stock split*. Jika investor beranggapan bahwa *stock split* adalah kabar baik, maka *abnormal return* akan bernilai positif. Artinya nilai *actual return* saham tersebut lebih besar daripada *expected return*. Sebaliknya, jika *abnormal return* tersebut bernilai negatif maka pemegang saham muncul sebagai kerugian yang besar. Formula untuk perhitungan variabel *abnormal return* adalah sebagai berikut (Kadafi, 2018):

$$AR_{it} = R_{it} - E(R_{it})$$

Keterangan :

AR_{it} = *abnormal return* saham i pada hari ke t

R_{it} = *actual return* untuk saham i pada hari ke t

$E(R_{it})$ = *expected return* untuk saham i pada hari ke t

Dalam penelitian ini menggunakan metode market adjusted model, dengan demikian tidak perlu menggunakan periode estimasi dalam membentuk model estimasinya sehingga *expeced return* adalah sama dengan return indeks pasar (Munthe, 2016). Rumus return indeks pasar yaitu:

$$R_{mt} = \frac{(IHSG_t - IHSG_{t-1})}{IHSG_{t-1}}$$

Dimana :

R_{mt} = Return pasar pada hari t

$IHSG_t$ = actual return untuk saham i pada hari ke t

$IHSG_{t-1}$ = expected return untuk saham i pada hari ke t

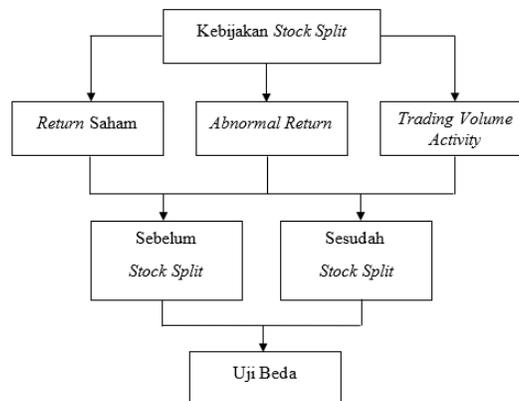
Trading Volume Activity

Trading volume activity atau aktivitas volume perdagangan saham adalah suatu indikator likuiditas saham yang dapat digunakan untuk melihat reaksi pasar modal terhadap informasi melalui parameter pergerakan aktivitas volume perdagangan di pasar. Rumus perhitungan *Trading Volume Activiy* dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$TVA_{it} = \frac{\sum_{\text{saham } i \text{ yang diperdagangkan pada hari ke-t}}}{\sum_{\text{saham } i \text{ yang beredar pada hari ke-t}}}$$

Kerangka Pemikiran

Peneliti menggunakan variabel independen yang terdiri dari *return*, *abnormal return*, dan *trading volume activity* sebelum dan sesudah *stock split*. perhitungan *return* dan *abnormal return* dilihat dari penutupan harga saham (*closing price*) harian selama 14 hari sebelum dan 14 hari sesudah *stock split* dilaksanakan. Hal tersebut untuk mengetahui pengaruh variable yang diperhitungkan terhadap pergerakan saham sebelum dan sesudah *stock split* dilakukan oleh perusahaan PT. Bank Central Asia Tbk, maka peneliti membentuk kerangka pemikiran penelitian seperti pada Gambar 1 sebagai berikut.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Sumber: Data diolah

H₁ : Terdapat pengaruh *return* saham yang signifikan antara sebelum dan sesudah melakukan aksi *stock split*.

H_2 : Terdapat pengaruh *abnormal return* saham yang signifikan antara sebelum dan sesudah melakukan aksi *stock split*.

H_3 : Terdapat pengaruh *trading volume activity* saham yang signifikan antara sebelum dan sesudah melakukan aksi *stock split*.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian komparatif, yaitu penelitian yang bersifat membandingkan. Penelitian komparatif menguraikan sifat-sifat dan keadaan sebenarnya dari dua atau lebih sampel penelitian, yang kemudian dibandingkan untuk mencari perbedaan antara *return* saham, *abnormal return*, dan *trading volume activity* 14 hari sebelum dan 14 hari sesudah emiten melakukan aksi korporasi *stock split*.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah emiten yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada subsektor perbankan selama periode penelitian yaitu tahun 2021 hanya PT. BCA yang melakukan aksi *stock split*. Peneliti memilih BBCA sebagai sampel dalam penelitian ini karena beberapa alasan diantaranya adalah BBCA menjadi cerminan IHSG untuk subsektor perbankan selama periode penelitian, berdasarkan data statistik yang dirilis oleh Bursa Efek Indonesia saham BBCA konsisten berada di urutan pertama sebagai *top constituents*, berdasarkan *fact sheet* indeks harga saham gabungan, papan utama ataupun keuangan selama periode penelitian, serta BBCA merupakan *top market capitalization* selama periode penelitian.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang bersifat sekunder. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelaporan keuangan PT. Bank Central Asia Tbk periode tahun 2021 pada 14 hari sebelum hari dan 14 hari sesudah, harga penutupan saham harian, volume perdagangan harian saham melalui situs resmi BEI dan *Yahoo Finance*.

Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik parametrik uji beda. Uji beda dilakukan untuk membuktikan apakah ada pengaruh yang signifikan pada *return* saham, *abnormal return*, dan *trading volume activity* sebelum dan sesudah peristiwa *stock split*. Pengujian dilakukan dengan *paired sample t-test*, namun jika data tidak berdistribusi normal maka pengujian yang digunakan adalah uji *wilcoxon signed ranks test* nonparametrik. Untuk menguji normalitas data akan digunakan uji *kolmogorov - smirnov* yaitu dengan membandingkan signifikansi asimtotik (*2-tailed*) (Ghozali, 2016). Metode pengolahan data menggunakan program SPSS (*Statistical Product Service Solution*) dan Microsoft Excel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan teknik analisis data yang berfungsi untuk memberikan gambaran serta mendeskripsikan mengenai karakteristik sampel yang bersifat mendasar dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Penjelasan tersebut dapat dilihat dari nilai minimum, maksimum, nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi dari sampel penelitian, meliputi variabel *penelitian return*, *abnormal return*, dan *trading volume activity* pada perusahaan PT Bank Central Asia Tbk selama 14 hari sebelum dan 14 hari sesudah dilakukannya *stock split*.

Tabel 1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	Minimu m	Maximum	Mean	Std. Dev
R_Sebelum	-.03429	.06383	.0098879	.02369665
R_Sesudah	-.01634	.01689	-.003484 1	.01061202
AB_Sebelum	-.04365	.02504	-.005388 8	.01529867
AB_Sesudah	-.01527	.02017	.0030766	.0030766
TVA_Sebelum	.00039	.00143	.0007238	.00031105
TVA_Sesudah	.00032	.00117	.0007316	.00027889

Berdasarkan Tabel 1, pada variabel *return* saham, nilai aktivitas *return* saham terendah pada periode sebelum *stock split* adalah -0,03429 dan tertinggi 0,06382, kemudian rata-rata sebelum *stock split* 0,0098879, dengan standar deviasi 0,2369665. Sedangkan pada periode setelah *stock split* nilai aktivitas *return* saham terendah -0,01634 dan tertinggi 0,01689, kemudian *mean* -0,0034841 dengan standar deviasi 0,01061202. Rata-rata variabel aktivitas *return* saham yang lebih kecil dari standar deviasi menunjukkan adanya penyimpangan dari nilai rata-rata. Untuk variabel *abnormal return* nilai *abnormal return* terendah pada periode sebelum *stock split* sebesar -0,04365 dan tertinggi sebesar 0,02504 maka *mean* sebesar -0,0053888 dengan standar deviasi dari 0,01529867. Sedangkan pada periode setelah *stock split* terlihat nilai *abnormal return* terendah sebesar -0,01527 dan tertinggi sebesar 0,02017, kemudian *mean* sebesar 0,0030766 dengan standar deviasi sebesar 0,0030766. Variabel rata-rata *abnormal return* yang lebih kecil dari standar deviasi menunjukkan adanya penyimpangan dari nilai rata-rata. Pada variabel aktivitas volume perdagangan, nilai aktivitas volume perdagangan terendah pada periode sebelum *stock split* adalah 0,00039, dan tertinggi 0,00143, kemudian rata-ratanya 0,0007238, dengan standar deviasi 0,00031105. Sedangkan pada periode setelah *stock split* terlihat nilai aktivitas volume perdagangan terendah 0,00032 dan tertinggi 0,00117, kemudian *mean* 0,0007316 dengan standar deviasi 0,00027889. Rata-rata variabel aktivitas volume perdagangan yang lebih besar dari standar deviasi menunjukkan tidak adanya penyimpangan dari nilai rata-rata.

Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas untuk mengetahui apakah data terhadap masing-masing variabel terdistribusi normal atau tidak telah disajikan pada tabel 1 berikut ini:

Tabel 2 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov
Sumber: SPSS, Data Diolah

	Kolmogorov-Smirnov ^a				
	Statistic	df	Sig.	Kesimpulan	Uji Hipotesis
R_Sebelum	.086	14	.200*	Normal	Wilcoxon Signed
R_Sesudah	.192	14	.044	Tidak Normal	Ranks Test
AB_Sebelum	.102	14	.200*	Normal	Paired Sample T-test
AB_Sesudah	.104	14	.104*	Normal	
TVA_Sebelum	.209	14	.200*	Normal	Paired Sample T-test
TVA_Sesudah	.230	14	.200*	Normal	

Hasil uji normalitas pada Tabel 2 menghasilkan hanya variable *return* pada peristiwa setelah *stock split* menunjukkan hasil nilai sig < 0.05 yaitu sebesar 0.044 sehingga dikatakan data berdistribusi tidak normal, maka uji selanjutnya adalah *uji wilcoxon signed rank test*. *Abnormal return* dan *trading volume activity*

memiliki nilai Sig. > 0.05 yang menunjukkan bahwa hasil data tersebut dikatakan berdistribusi normal sehingga dilanjutkan dengan menganalisis *uji paired sample t-test*.

Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menjawab permasalahan yang ada pada penelitian bahwa apakah terdapat pengaruh pada *return* saham, *abnormal return* dan *trading volume activity* sebelum dan sesudah peristiwa *stock split* dilakukan. Pada pengujian hipotesis yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan uji beda rata-rata *wilcoxon signed rank test* dan *paired sampel t-test*. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan menggunakan program SPSS maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Pengaruh *Return* Saham Sebelum dan Sesudah PT. Bank Central Asia Tbk Melakukan Aksi *Stock Split*

Tabel 3 Hasil Uji Wilcoxon Signed Ranks Test Return Saham
Sumber: SPSS, Data Diolah

Test Statistics ^a	
R_Setelah - R_Sebelum	
Z	-1.977 ^b
Asymp. Sig. (2-tailed)	.048

Dapat diketahui pada Tabel 3 bahwa nilai signifikansi *return* saham sebesar 0,048 dengan kata lain nilai probabilitas tersebut kurang dari 0,05 yang artinya H0 ditolak dan H1 diterima. Maka dapat disimpulkan terdapat perbedaan pada *return* saham sehingga berpengaruh pada peristiwa sebelum dan setelah *stock split* dilaksanakan. Hal tersebut dikarenakan bahwa informasi tentang kebijakan pemecahan saham yang dikeluarkan oleh perusahaan sebagai suatu pesan atau informasi (*signalling*) dapat tersampaikan dengan baik, sehingga kondisi di pasar tidak terjadi pada suatu pihak yang memiliki informasi lebih banyak daripada pihak lain (asimetri informasi).

Nilai rata-rata *return* saham sebelum *stock split* menunjukkan hasil yang positif namun setelah aksi *stock split* dilaksanakan menunjukkan nilai yang negatif. Hal tersebut menunjukkan pergerakan saham pada PT. Bank Centra Asia Tbk terhadap *return* saham tidak bereaksi secara berlebihan (*over reaction*). Investor beranggapan bahwa saham yang telah melakukan *stock split* akan memiliki keuntungan yang lebih kecil karena melihat nominal dalam saham setelah melakukan *stock split* menjadi lebih kecil. Padahal saham yang telah dipecah nilai nominalnya memang keuntungan yang dimiliki menjadi lebih kecil karena nominal saham tersebut yang lebih kecil daripada nominal harga sebelum *stock split*. Tetapi jika dilihat dari segi prosentase bisa saja *return* saham yang didapat ketika *stock split* dilakukan akan menjadi lebih besar, hal tersebut bergantung kepada jumlah lembar saham yang dimiliki oleh para investor. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Maulana, Kosim, dan Devia (2017) bahwa terdapat pengaruh *return* saham pada sebelum dan sesudah *stock split* dilaksanakan. Aksi *stock split* diharapkan memiliki dampak yang positif bagi emiten dan investor. Namun, hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian Diyani dan Hanafie (2016) yang menyatakan bahwa *return* saham tidak memiliki pengaruh pada sebelum dan setelah aksi *stock split*. Hal tersebut menunjukkan indikasi bahwa investor lebih berfokus pada fundamental perusahaan

Pengaruh *Abnormal Return* Saham Sebelum dan Sesudah PT. Bank Central Asia Tbk Melakukan Aksi *Stock Split*

Tabel 4 Hasil Uji Paired Sample T-Test Abnormal Return

Paired Differences	t	df	Sig. (2-tailed)

	Mean	Std. Dev	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
AR_Sebelum	-	.0142	.0038	-.0167	-.0002	-2.224	13	.045
AR_Sesudah								

Berdasarkan tabel 4, nilai t hitung variabel *abnormal return* yaitu sebesar -2.224 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,045. Dari hasil uji statistik tersebut dapat dilihat bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ ($0,045 < 0,05$). Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa H_1 yang menyatakan bahwa terdapat perbedaan signifikan atas *abnormal return* sebelum dan sesudah peristiwa *stock split* pada perusahaan PT. Bank Central Asia Tbk, diterima. Hasil tersebut menunjukkan adanya perbedaan pada *abnormal return* pada peristiwa sebelum dan sesudah *stock split* dilaksanakan. Sehingga dapat dinyatakan penelitian ini mendukung hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh *abnormal return* pada peristiwa 14 hari sebelum dan 14 hari sesudah terjadinya *stock split*, yang berarti bahwa pasar bereaksi atas peristiwa pengumuman *stock split* sehingga adanya pergerakan saham.

Penelitian ini sejalan dengan, *signaling theory* menyatakan bahwa pemecahan saham memberikan informasi kepada investor tentang prospek peningkatan return masa depan. Pada waktu informasi diumumkan dan semua pelaku pasar sudah menerima informasi tersebut, pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai berita yang baik (*good news*) atau berita buruk (*bad news*). Dalam penelitian ini *abnormal return* terdapat perbedaan yang berarti membawa sinyal baik. *Stock split* memberikan sinyal positif kepada perusahaan selaku penjual saham kepada pemegang saham dan investor lain yang berpotensi menjadi investor dikemudian hari. Yang menjadi sebab investor terpengaruh untuk berinvestasi pada perusahaan karena prospek peningkatan return di masa depan.

Didukung oleh penelitian Diyani dan Hanafie (2016), yakni adanya pengaruh Abnormal Return 14 hari sebelum dan 14 hari sesudah peristiwa *stock split* yang signifikan. Hal ini disebabkan penyerapan informasi pasar oleh investor tersebar dengan merata yang mengakibatkan keputusan investor untuk berinvestasi agar uang atau modalnya mendapatkan *return actual* yang paling maksimal. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis H2 dapat diterima sehingga adanya pengaruh *abnormal return* pada 14 hari sebelum dan 14 hari sesudah aksi *stock split*.

Pengaruh Trading Volume Activity Saham Sebelum dan Sesudah PT. Bank Central Asia Tbk Melakukan Aksi Stock Split

Tabel 5 Hasil Uji Paired Sample T-Test TVA

	Mean	Std. Dev	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference		t	df	Sig. (2-tailed)
				Lower	Upper			
TVA_Sebelum	-	.00047734	.00012757	-.00028339	.0002	-.06	1	.952
TVA_Sesudah	9					1	3	

Berdasarkan Tabel 5 hasil uji *paired sample t-test* diatas, diketahui bahwa pengujian hipotesis kedua diperoleh nilai t hitung yaitu sebesar -0.061 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,952. Dari hasil uji statistik tersebut dapat dilihat bahwa nilai signifikansi lebih besar dari $\alpha = 0,05$ ($0,0952 > 0,05$). Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa H_3 yang menyatakan bahwa terdapat perbedaan signifikan atas trading volume activity sebelum dan sesudah peristiwa *stock split* pada perusahaan PT. Bank Central Asia Tbk, ditolak. Hasil pengujian hipotesis ketiga pada penelitian ini secara statistik terbukti bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan pada *trading volume activity* (TVA) sebelum dan sesudah perusahaan melakukan *stock split*. Bahkan, TVA mengalami penurunan setelah *stock split*, yang berarti bahwa pasar

merespon secara negatif dengan adanya pengumuman *stock split*. Secara teori yaitu *trading range theory* yang menyatakan bahwa dengan perusahaan melakukan *stock split* maka harga saham yang lebih kecil akan lebih mudah dijangkau oleh para investor, sehingga akan lebih banyak investor yang akan melakukan transaksi saham, dan saham perusahaan akan menjadi lebih aktif untuk diperdagangkan. Namun pada penelitian ini, *trading volume activity* (TVA) mengalami penurunan dibanding periode sebelum *stock split* dilakukan. Adanya TVA yang menurun disebabkan keterbatasan dana yang dimiliki oleh investor retail dan dimana sebelumnya saham BBCA sebelum *stock split* sudah banyak dimiliki dan ditransaksikan oleh investor besar. Selain itu, edukasi pasar modal mengenai aksi korporasi seperti *stock split* masih kurang dipahami oleh para investor retail sehingga kenaikan investor retail tidak begitu mempengaruhi adanya pergerakan saham pada volume transaksi saham BBCA.

Menurut Yasa et al. (2017), menyatakan bahwa menurunnya TVA karena investor lebih mempercayai perusahaan yang mampu memberikan dividen yang tinggi di masa sekarang daripada perusahaan yang hanya memberikan janji *return* yang tinggi di masa yang akan datang. Penelitian yang memiliki hasil serupa yaitu seperti yang telah dilakukan oleh Alexander dan Kadafie (2018) serta Maulana Kosim, dan Devi (2021) yang menyatakan bahwa dengan adanya *stock split* membuat likuiditas perdagangan saham malah menjadi menurun karena ini menunjukkan investor bersikap hati-hati dalam memutuskan besarnya jumlah lot saat menjual atau membeli dan masih menunggu momentum yang tepat untuk berinvestasi.

Implikasi Penelitian

Periode ketika hari peristiwa *stock split* dilakukan hingga satu hari setelah *stock split* terjadi pada variabel volume perdagangan dan *return* saham memiliki angka yang lebih tinggi dibandingkan dengan periode lainnya. Hasil tersebut menjelaskan bahwa selain *stock split* memberikan reaksi kepada pasar terutama meningkatkan daya tarik investor untuk membeli saham, tetapi juga menjelaskan bahwa investor retail juga cenderung hanya mengambil untung dalam jangka pendek yaitu pada saat peristiwa *stock split* dilakukan. Hal tersebut dilihat dari nilai *abnormal return* dan TVA yang menurun dari peristiwa sesudah *stock split* dilakukan.

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang menyatakan bahwa pada peristiwa sesudah *stock split* terjadi penurunan angka pada *trading volume activity*. Penurunan aktivitas volume perdagangan tersebut bisa jadi merupakan indikasi bahwa perusahaan mempunyai prospek yang kurang baik. Maka sebaiknya perusahaan tidak terlalu memfokuskan pada kebijakan *stock split* tersebut, tetapi fokus bagaimana fundamental perusahaan bisa meningkat sesudah adanya peristiwa *stock split* sehingga kepercayaan investor akan memberikan prospek yang bagus di masa depan pun juga meningkat sehingga berminat untuk memiliki saham perusahaan.

KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan membuktikan apakah dengan apakan terdapat pengaruh yang signifikan pada *return* saham, *abnormal return*, *trading volume activity* pada peristiwa sebelum dan sesudah PT. Bank Central Asia Tbk melakukan aksi *stock split*. Dari pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh *return* saham yang signifikan antara sebelum dan sesudah melakukan aksi *stock split*.
2. Terdapat pengaruh *abnormal return* saham yang signifikan antara sebelum dan sesudah melakukan aksi *stock split*.
3. Tidak terdapat pengaruh TVA saham yang signifikan antara sebelum dan sesudah melakukan aksi *stock split*.

Bagi perusahaan, hasil penelitian ini menyatakan bahwa *stock split* tidak menjamin bahwa *trading volume activity* akan meningkat dan berhasil mengubah saham perusahaan menjadi lebih likuid. Oleh sebab itu, apabila perusahaan tetap melakukan *stock split* hendaknya perusahaan fokus pada bagaimana

kinerja perusahaan meningkat sesudah adanya peristiwa *stock split* sehingga investor percaya bahwa perusahaan mampu memberikan prospek yang baik dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad, I. M., & Damayanti, C. R. (2021). Perbedaan Saham Blue Chip Dan Non Blue Chip: Analisis Volume Perdagangan Return Saham Atas Kebijakan Stock Split. *Jurnal Bisnis Strategi*, 30(2), 139-153.
- Arlita, I. G., & Budiadnyani, N. P. (2022). Stock Split dan Return Saham. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 8, 689-694.
- Azis, M., Sri, M., & Maryam, N. (2015). *Manajemen Investasi Fundamental, Teknikal, Perilaku Investor dan Return Saham*. Yogyakarta: 2015.
- Bisnis.com. (2022). *Curhat Bos BCA, Alasan Stock Split dan Tips Investasi Saham*. Retrieved from <https://market.bisnis.com>:
<https://market.bisnis.com/read/20211016/192/1455145/curhat-bos-bca-alasan-stock-split-dan-tips-investasi-saham>
- Darmadji, T., & Fakhruddin, H. M. (2012). *Nilai pasar adalah nilai saham yang diperdagangkan di bursa efek*. (Edisi Ketiga ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Darmadji, T., & Fakhruddin, H. M. (2012). *Pasar Modal di Indonesia (Pendekatan Tanya Jawab)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Diyani, L. A., & Hanafie, L. (2016). Pengaruh Pengumuman Stock Split Terhadap Return Saham, Abnormal Return dan Trading Volume Activity. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi*, III(2), 13-20.
- Fahmi, I. (2014). *Manajemen Investasi: Teori dan Soal Jawab*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hadi, N. (2013). *Pasar Modal: Acuan Teoritis dan Praktis Investasi di Instrumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hartono, J. (2017). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi. Edisi Kesebelas*. Yogyakarta: BPFE.
- Kadafi, M. A., & Alexander. (2018). Analisis abnormal return dan trading volume activity sebelum dan sesudah stock split pada perusahaan yang terdaftar di bursa efek indonesia. *Jurnal Manajemen*, X(1), 1-6. Retrieved from <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>
- Maulana, M. F., Kosim, A. M., & Devi, A. (2021). Analisis Pengaruh Tingkat Harga Saham, Return Saham, dan Volume Perdagangan Saham terhadap Stock Split ISSI Periode 2015– 2020. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 245-256.
- Munthe, K. (2016). Perbandingan Abnormal Return dan Likuiditas Saham Sebelum dan Sesudah Stock split: Studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, 254-266.
- Namrata N, K. (2017, February). Split Impact on Companies Share Price. *Advances In*, 10(2).
- Putra, P. G., & Suaryana, I. G. (2019, Mei 2). Reaksi Pasar Atas Pengumuman Stock split. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 27(2), 1448-1471. doi:DOI: <https://doi.org/10.24843/EJA.2019.v27.i02.p23>
- Rahmah, M. (2019). *Hukum Pasar Modal*. Jakarta: Penerbit Kencana Prenada.

- Ririn, H. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika. doi:978-623-7771-07-4
- Rossiana, G. (n.d.). *Saatnya Investor Lokal Mendominasi Pasar Modal*. Retrieved from Investor.id: <https://investor.id/market-and-corporate/229466/saatnya-investor-lokal-mendominasi-pasar-modal>
- Santia, T. (n.d.). *OJK: Kinerja Industri Perbankan RI Tumbuh Positif Selama 5 tahun*. Retrieved from Liputan6.com: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5005990/ojk-kinerja-industri-perbankan-ri-tumbuh-positif-selama-5-tahun>
- Setionagoro, A., & Sampoerno, R. J. (2022). Analisis Pengaruh Stock Split Dan Right Issueterhadap Abnormal Return Dan Trading Volume Activity Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Indeks Lq45 Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode. *Diponegoro Journal of Management*, XI(1), 1-8. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>
- Simatupang, M. (2010). *Pengetahuan Praktis Investasi Saham dan Reksa Dana*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Suganda, T. (2018). *Event Study : "Teori dan Pembahasan Reaksi Pasar modalIndonesia"*. Malang: Seribu Bintang.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: alfabet.
- Suhartono, & Qudsi, F. (2009). *Portofolio Investasi Dan Bursa Efek* (Edisi pertama ed.). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Sukirno, S. (2019). *Makroekonomi Teori Pengantar*. Rajawali Pers.
- Sunariyah. (2013). *Pengantar Pengetahuan Pasar Modal (Edisi 6)*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Tandelilin, E. (2017). *Pasar Modal Manajemen Portofolio & Investasi*. Yogyakarta: Kanisius.

Penerapan Metode *Capital Asset Pricing Model* (CAPM) untuk Menentukan Pilihan Investasi pada Saham Sektor *Consumer Goods Industry* Periode Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2019-2021

Elok Sekar Wigati¹

elok.sekarwigati.ak18@mhs.pnj.ac.id

Endang Purwaningrum²

endang.purwaningrum@akuntansi.pnj.ac.id

¹Program Studi Manajemen Keuangan, Politeknik Negeri Jakarta

²Program Studi Manajemen Keuangan Politeknik Negeri Jakarta
Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, Kota Depok, Jawa Barat 16424

ABSTRACT

The purpose of this study to measure the accuracy of Capital Asset Pricing Model (CAPM) in predicting the risks and return that will be obtained by investors. CAPM can help investors determine the best investment decisions by choosing efficient stocks, especially in consumer goods industry, sub-sector food and beverage during the 2019-2021 Covid-19 pandemic which are listed on the IDX. The population selection in this study used all issuers of sub-sector food and beverage using purposive sampling method which resulted sample of 16 stocks. The results of the study indicate that all stocks that are used as research samples are feasible to be purchased or maintained by investors because all stocks show efficient results. This is evident from the results of the CAPM model analysis which shows that stocks in sub-sector food and beverage are indeed enduring despite the Covid-19 conditions.

Keywords: *CAPM; Investment; Consumer Goods Sector; and Sub Sector Food and Beverage.*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk mengukur ketepatan Capital Asset Pricing Model (CAPM) dalam memprediksi risiko dan keuntungan yang akan diperoleh investor. CAPM dapat membantu investor menentukan keputusan investasi yang terbaik dengan memilih saham efisien khususnya pada saham sektor barang konsumsi sub sektor makanan dan minuman selama masa pandemi Covid-19 tahun 2019-2021 yang terdaftar di BEI. Pemilihan populasi dalam penelitian menggunakan seluruh emiten saham sub sektor makanan dan minuman dengan metode pengambilan sampel secara acak yang menghasilkan sampel sebanyak 16 saham. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh saham yang dijadikan sampel penelitian layak untuk dibeli atau dipertahankan oleh investor karena seluruh saham menunjukkan hasil yang efisien. Hal ini terbukti dari hasil analisis bemodel CAPM yang menunjukkan bahwa saham sub sektor makanan dan minuman memang bersifat bertahan meskipun dalam kondisi Covid-19.

Kata-Kata Kunci: CAPM; Investasi; Sektor Barang Konsumsi; dan Sub Sektor Makanan dan Minuman.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Investasi di Indonesia cukup berkembang dikarenakan masyarakat mulai ikut berpartisipasi aktif dalam membangun perekonomian (Kementerian Keuangan, 2020). Jumlah investor pasar modal memiliki peningkatan dari tahun ke tahunnya (Kustodian Sentral Efek Indonesia, 2021). Investor perlu lebih teliti dalam memilih saham yang masih efisien untuk diinvestasikan. Hal tersebut dapat investor ketahui melalui metode *Capital Asset Pricing Model* (CAPM). CAPM sebagai model analisis pembentukan portofolio efisien, karena CAPM merupakan model keseimbangan yang dapat membantu untuk menyederhanakan gambaran hubungan antara *risk and return* (Putra&Yadnya, 2016). Hal ini selaras dengan prinsip “*high risk, high return*” semakin besar hasil yang diinginkan maka semakin besar pula risikonya dan sebaliknya, jika semakin kecil risiko yang diambil maka akan semakin kecil pula hasil yang akan diperoleh (Bodie at Al, 2013). Dengan metode CAPM, investor dapat mengukur kinerja saham dalam menentukan tingkat harapan pengembalian (*expected return*) dan meminimalisir risiko investasi (Putra&Yadnya, 2016). Penelitian ini menggunakan konsep CAPM untuk meningkatkan besarnya keuntungan dan meminimalisir risiko serta dapat menentukan keputusan berinvestasi pada saham yang layak untuk dibeli (saham efisien) atau dihindari (saham tidak efisien) pada saham yang masuk dalam sektor konsumen (*consumer goods industry sector*) khususnya sub sektor *food and beverage* selama masa pandemi tahun 2019-2021.

Perusahaan Sektor *consumer goods industry*, sub sektor *food and beverage* merupakan kategori sektor industri di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang memiliki peluang untuk berkembang pesat karena jumlah pertumbuhan masyarakat Indonesia yang terus (Bursa Efek Indonesia, 2021). Manurung & Haryanto (2015) menyatakan bahwa perusahaan yang bergerak di bidang *food and beverage* masuk dalam kategori sektor industri di BEI yang memiliki peluang untuk berkembang pesat karena diyakini akan memberikan kontribusi terbesar secara sektoral dan menjadi pilihan karena memiliki potensi kenaikan serta saham-saham *consumer goods* dinilai cukup *defensive*. Hal ini dapat dilihat dari tingkat Earning Per Share (EPS) saham dalam sektor konsumen di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Earning Per Share* merupakan bentuk pemberian profit/keuntungan yang diberikan kepada para pemegang saham dari setiap lembar saham yang dimiliki (Aminah, 2021). Hal tersebut dapat dilihat sesuai dengan kinerja perusahaan berdasarkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh profit melalui rasio profitabilitas (Nurmasari, 2020).

Pada tahun 2020, Covid-19 memberikan dampak tidak hanya ke sektor kesehatan, tetapi sektor ekonomi juga terkena dampaknya. Covid-19 membuat penurunan IHSG turun ke level 4000 untuk pertama kalinya dalam 4 tahun terakhir (Kiky, 2020). Covid-19 memberikan dampak buruk terhadap operasional diperusahaan yang membuat penurunan pendapatan sehingga membuat investor menarik uang yang telah diinvestasikan (Nurmasari, 2020). Ningsih & Mahfudz (2020) juga berpendapat bahwa Covid-19 menyebabkan *panic selling* yang berdampak terhadap menurunnya tingkat indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) sehingga banyak saham yang mengalami penurunan tak terkecuali sektor *consumer goods*.

Saraswati (2020) menyatakan bahwa sektor *consumer goods* menjadi sektor dengan tingkat penurunan terendah, hal itu dikarenakan banyak orang yang *panic buying* yang membuat tingkat produktivitas mengalami peningkatan dan menjaga kestabilan keuangan perusahaan yang berdampak positif terhadap reaksi investor. Pendapat lain menurut Aminah (2021), semua sektor terkena imbasnya tak terkecuali sektor *consumer goods* khususnya sub sektor *food and beverage*, namun daya beli masyarakat meningkat akibat adanya *panic buying*. Chowdhury & Abedin (2020) menemukan bahwa Covid-19 berinteraksi negatif terhadap pasar saham, semakin tinggi tingkat kasus Covid-19 memberikan

penurunan harga saham yang berakibat terjadinya kepanikan akibat keuangan global yang tidak stabil.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, investor dapat menjadikan *CAPM* sebagai model dalam menentukan pilihan investasi khususnya pada saham sektor *consumer goods* sub sektor *food and beverage* di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode masa pandemi Covid-19. Pada masa pandemi Covid-19 semua sektor terkena imbasnya tak terkecuali sektor *consumer goods*, namun saham-saham *consumer goods* khususnya sub sektor *food and beverage* memiliki peluang untuk berkembang pesat karena *volume* kebutuhan terhadap makanan dan minuman terus meningkat. Dalam hal ini, sub sektor *food and beverage* diyakini akan memberikan kontribusi terbesar secara sektoral dan menjadi pilihan karena memiliki potensi kenaikan serta saham-saham *consumer goods* dinilai cukup *defensive*.

Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimanakah kinerja saham-saham *consumer goods industry*, sub sektor *food & beverage* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama masa pandemi covid-19 pada tahun 2019-2021 berdasarkan penerapan *Capital Asset Pricing Model (CAPM)*?
2. Apakah penerapan *Capital Asset Pricing Model (CAPM)* dapat dijadikan acuan untuk investor dalam mengambil keputusan memilih saham yang efisien pada sektor *consumer goods industry*, khususnya sub sektor *food & beverage* di Bursa Efek Indonesia (BEI)?

Tujuan

1. Mengukur kinerja saham-saham *consumer goods industry*, sub sektor *food & beverage* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama masa pandemi covid-19 pada tahun 2019-2021 dengan melihat tingkat pengembalian saham dan risikonya berdasarkan penerapan *Capital Asset Pricing Model (CAPM)*.
2. Pengambilan Keputusan Investasi Saham berdasarkan penerapan *Capital Asset Pricing Model (CAPM)* sebagai acuan investor dalam berinvestasi pada saham efisien *consumer goods industry* sub sektor *food & beverage* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI).

TINJAUAN PUSTAKA

Investasi

Halim (2016:13), Investasi merupakan kegiatan menanamkan modal berupa uang atau aset berharga lainnya yang dilakukan pada saat ini (*present time*) ke dalam suatu benda, lembaga, atau suatu pihak dengan harapan investor (penanam modal) akan memperoleh manfaat di kemudian hari (*for the future*). Menurut Wulandari (2017) dalam aktivitasnya investasi terbagi menjadi dua jenis, yaitu *Real Investment* yaitu investasi nyata yang secara umum melibatkan aset berwujud seperti tanah, mesin-mesin atau pabrik dan *Financial Investment* yaitu investasi keuangan yang melibatkan kontrak tertulis seperti saham biasa dan obligasi (*bonds*). Perbedaan antara investasi pada *real investment* dan *financial investment* adalah tingkat likuiditas dari kedua investasi tersebut. Investasi pada *real investment* relatif lebih sulit untuk dicairkan karena terbentur pada komitmen jangka panjang antara investor dengan perusahaan. Sementara investasi pada *financial investment* lebih mudah dicairkan karena dapat dijual-belikan tanpa terikat waktu. Aset-aset yang bisa dijadikan sebagai alternatif investasi bisa digolongkan sebagai *real assets*, seperti tanah, bangunan, ataupun emas, sedangkan *financial assets*,

seperti saham, reksadana, obligasi, maupun sekuritas *derivative*. Investasi pada aset finansial dapat dibagi menjadi dua, yaitu investasi langsung dan investasi tidak langsung.

Saham

Saham dapat didefinisikan sebagai tanda penyertaan modal seseorang atau pihak (badan usaha) dalam suatu perusahaan atau perseroan terbatas. Dengan menyertakan modal tersebut, maka pihak tersebut memiliki klaim atas pendapatan perusahaan, klaim atas aset perusahaan, dan berhak menghadiri Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) (PT. Bursa Efek Indonesia, 2018). Bagi beberapa orang, investasi saham memiliki seni tersendiri karena saham bersifat fluktuatif yaitu bisa naik dan bisa turun, sama halnya dengan harga barang atau komoditi di pasar (Tandelilin, 2014).

Capital Assets Pricing Model (CAPM)

Dalam aktivitas investasi, *Capital Asset Pricing Model (CAPM)* menjadi suatu istilah yang harus dipahami dan dimengerti oleh para investor. CAPM merupakan model keseimbangan terutama dalam investasi saham, yang dimana model ini memperhitungkan risiko sistematis (beta) lalu risiko tersebut akan diuraikan dan menghasilkan ukuran seberapa besar *return* yang didapatkan (Chaudhary & Bakhshi, 2021). Risiko sistematis dalam model CAPM ini disebut sebagai beta (β) (Sari & Ryandono, 2018). Dalam penggunaannya, saham yang memiliki beta bernilai lebih besar dari satu (>1) memberikan *return* yang besar, namun risiko saham tersebut juga besar. Pada model CAPM, yang menjadi perhitungan kunci dalam menjabarkan *return* adalah nilai beta (Sari & Ryandono, 2018). CAPM sendiri dapat dicari dengan rumus persamaan sebagai berikut :

$$R_i = R_f + \beta_i(R_m - R_f)$$

Menurut Bodie et al (2014), tingkat pendapatan yang diharapkan (*expected return*) untuk model CAPM dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$E(R_i) = R_f + \beta_i[E(R_m) - R_f]$$

Keterangan :

R_i = Return saham i

R_f = Return investasi bebas risiko (risk free)

R_m = Return pasar (*return market*)

B = Beta/Risiko dari saham

$E(R_i)$ = Tingkat pendapatan yang diharapkan (*Expected Return*)

$E(R_m)$ = *Expected return of the market*

$(R_M - R_{RF})$ = *Market Risk Premium*

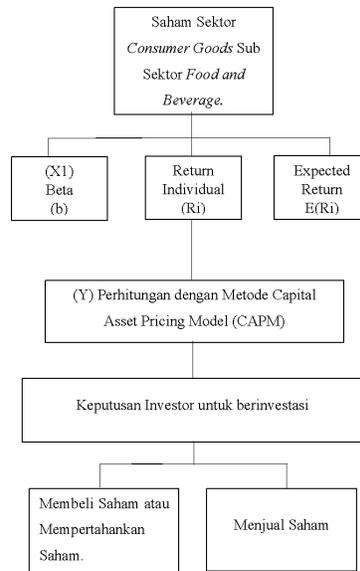
Consumer Goods Industry, Sub Sektor Food and Beverage

Industri Barang Konsumsi (*consumer goods industry*) merupakan sektor industri yang menarik hati karena produk barang konsumsi selalu dibutuhkan dalam kehidupan. Adapun sub sektor industri barang konsumsi yaitu industri makanan dan minuman, industri kosmetik dan keperluan rumah tangga, industri rokok, industri farmasi, serta industri peralatan rumah tangga. Barang Konsumsi (*Consumers Good*) meliputi semua jenis barang tahan lama maupun tidak tahan lama yang digunakan untuk keperluan rumah tangga. (Badan Pusat Statistik, 2021). Investor yang memilih untuk investasi pada perusahaan yang terdaftar dalam sektor ini ialah investor yang meyakini bahwa sektor barang konsumsi memiliki peluang dalam memberikan *return* dan cenderung stabil meskipun dalam masa-masa kritis. Sektor industri *Food and Beverage* merupakan sektor usaha yang terus mengalami pertumbuhan (Bursa Efek Indonesia, 2021). Seiring meningkatnya pertumbuhan jumlah penduduk di Indonesia, volume kebutuhan terhadap *Food and Beverage* pun terus meningkat. Perusahaan harus mampu memenuhi tuntutan masyarakat yang semakin kompleks akan kebutuhannya. Terlebih dengan kondisi Indonesia yang dilanda pandemi covid-19, membuat perusahaan harus mampu meningkatkan nilai tambah perusahaan dengan beradaptasi di kondisi

seperti ini karena perusahaan mempunyai tujuan untuk memaksimalkan nilai perusahaan atau meningkatkan tingkat kemakmuran *stakeholder*.

Kerangka Pemikiran

Sugiyono (2017:60) mengemukakan bahwa: “kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.” Gambaran kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Model Penelitian, Sumber: Data diolah

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling*. Adapun kriteria dalam penelitian ini ialah sektor *consumer goods* sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama masa pandemi periode 2019-2021 sebagai berikut:

1. Perusahaan sektor *consumer goods*, sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan data selama masa pandemi covid-19 tahun 2019-2021.
2. Perusahaan sektor *consumer goods*, sub sektor *food and beverage* yang melaporkan laporan keuangan periode masa pandemi covid-19 tahun 2019-2021.
3. Tidak pernah keluar dari BEI dari tahun 2019-2021.
4. Perusahaan sektor *consumer goods*, sub sektor *food and beverage* yang mendapatkan laba selama periode masa pandemi 2019-2021.
5. Perusahaan yang menggunakan mata uang rupiah (Rp).
6. Perusahaan yang membagikan deviden.

Penelitian berhasil mendapatkan 16 perusahaan yang dijadikan sampel penelitian yakni, AALI, BISI, BUDI, CEKA, CPIN, DLTA, DSNG, ICBP, INDF, JPFA, LSIP, MYOR, ROTI, SKLT, TGKA, ULTJ.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan untuk penelitian ini adalah data kuantitatif dengan bentuk data sekunder. Data yang digunakan bersumber situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id), Bank Indonesia (www.bi.go.id), Yahoo Finance (www.yahoo.finance.com), dan literatur-literatur ilmiah yang berkaitan dengan topik penelitian. Data yang diteliti berupa harga penutupan saham-saham pada saham sub sektor *Consumer Goods*, Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG), dan tingkat suku bunga acuan atau BI rate.

Metode Analisis Data

Metode pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Capital Asset Pricing Model* (CAPM). Penelitian ini berguna untuk pengambilan keputusan investor dalam membeli atau menjual saham. Memperhitungkan tingkat keuntungan serta risiko saham melalui metode *Capital Asset Pricing Model* (CAPM). Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif dengan cara melakukan perhitungan dan kemudian menganalisis data dalam bentuk angka-angka. Perhitungan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan memperhitungkan variabel-variabel dari CAPM di Microsoft Excel. Analisis penerapan metode *Capital Asset Pricing Model* (CAPM) sebagai dasar pengambilan keputusan dalam berinvestasi dilakukan dengan cara:

1. Mengumpulkan *closing price* yang masuk ke dalam sub sektor *food and beverage* selama periode covid-19 yaitu tahun 2019-2021.
2. Mengumpulkan data harga saham IHSG selama tahun 2019-2021 yaitu, data *closing price* bulanan.
3. Menghitung data suku bunga acuan / BI Rate selama tahun 2019-2021
4. Menghitung tingkat keuntungan masing-masing saham (R_i) *Return individual* dihitung berdasarkan data historis dan merupakan return yang telah terjadi.
5. Menghitung tingkat keuntungan pasar (R_m) Tingkat keuntungan pasar dalam penelitian ini menggunakan IHSG dan R_m dihitung dari harga penutup IHSG bulan ini dikurangi dengan harga penutup IHSG bulan sebelumnya lalu dibagi dengan harga penutup IHSG bulan sebelumnya.
6. Menghitung tingkat pengembalian bebas risiko/risk free rate (R_f) Tingkat pengembalian bebas risiko dihitung berdasarkan data dari suku bunga acuan yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia. Periode penelitian ini selama 2019 sampai 2021.
7. Mengumpulkan beta masing-masing saham, semakin besar beta maka semakin besar pula returnnya..

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Tingkat Pengembalian Saham Individual

Tingkat pengembalian saham individu merupakan besarnya keuntungan yang secara nyata diterima oleh investor ketika melakukan investasi. Tingkat pengembalian saham individu menjadi satu diantara banyaknya indikator dalam melakukan investasi. Tingkat pengembalian saham individu dihitung dengan cara mencari selisih antara harga penutupan saham (*closing price*) bulan ini (bulan ke-t) dengan harga penutupan saham bulan sebelumnya ($t-1$) kemudian dibagi dengan harga penutupan saham bulan sebelumnya ($t-1$). Hasil perhitungan tingkat pengembalian saham individu (R_i) dari 16 saham sektor *Consumer Goods* sub sektor *Food and Beverage* yaitu:

Tabel 1. Hasil Perhitungan Rata-rata *Return* Individu Setiap Perusahaan (R_i) dari tahun 2019- 2021.

NO.	Kode Saham	Nama Perusahaan	Ri	Persentase
1	AALI	PT. Astra Agro Lestari Tbk.	0,1376	13,76%
2	BISI	PT. Bisi Internasional Tbk.	0,1010	10,10%
3	BUDI	PT. Budi Starch & Sweetener Tbk.	0,0990	9,90%
4	CEKA	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.	0,1100	11,00%
5	CPIN	PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk.	0,1012	10,12%
6	DLTA	PT. Delta Djakarta Tbk.	0,1101	11,01%
7	DSNG	PT. Dharma Satya Nusantara Tbk.	0,0998	9,98%
8	ICBP	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.	0,0550	5,50%
9	INDF	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.	0,0454	4,54%
10	JPFA	PT. Japfa Comfeed Tbk.	0,1123	11,23%
11	LSIP	PT. Perusahaan Perkebunan London Sumatra Indonesia Tbk	0,0887	8,87%
12	MYOR	PT. Mayora Indah Tbk.	0,0938	9,38%
13	ROTI	PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk.	0,0787	7,87%
14	SKLT	PT. Sekar Laut Tbk.	0,0890	8,90%
15	TGKA	PT. Tigaraksa Satria Tbk.	0,0444	4,44%
16	ULTJ	PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Tbk.	0,0901	9,01%

(Sumber: Data diolah)

Tingkat pengembalian saham individu dari 16 saham perusahaan sub sektor *consumer goods* yang menjadi sampel penelitian pada tahun 2019 – 2021 menunjukkan bahwa seluruh perusahaan memiliki nilai rata-rata Return Individual (Ri) bernilai positif. Tabel diatas juga menunjukkan bahwa saham perusahaan PT. Astra Agro Lestari Tbk yang memiliki rata-rata keseluruhan tingkat pengembalian individu tertinggi selama periode penelitian yaitu sebesar 13,76% dan saham dengan rata-rata keseluruhan tingkat pengembalian individu terendah selama periode penelitian adalah saham perusahaan PT. Tigakarsa Satria Tbk. (TGKA) senilai 4,44%.

Hasil Analisis Tingkat *Return Market*

Return market atau tingkat pengembalian pasar merupakan tingkat pengembalian yang didasarkan pada perkembangan indeks saham. karena IHSG mewakili keseluruhan aktivitas perdagangan saham yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. *Return market* digunakan sebagai acuan dari rata-rata tingkat keuntungan seluruh saham perusahaan yang terdaftar di BEI.

Tabel 2. Perhitungan *Return Market*

	2019		2020		2021	
	IHSG	Rm	IHSG	Rm	IHSG	Rm
Januari	6532,96	0,0546	5940,04	-0,0571	5862,35	-0,0195
Februari	6443,34	-0,0137	5452,7	-0,082	6241,79	0,06472
Maret	6468,75	0,0039	4538,93	-0,1676	5985,52	-0,0411
April	6455,35	-0,0021	4716,4	0,0391	5995,61	0,00169
Mei	6209,11	-0,0381	4753,61	0,00789	5947,46	-0,008
Juni	6358,62	0,0241	4905,39	0,03193	5985,48	0,00639
Juli	6390,5	0,0050	5149,62	0,04979	6070,03	0,01413
Agustus	6328,47	-0,0097	5238,48	0,01726	6150,29	0,01322
September	6169,1	-0,0252	4870,03	-0,0703	6286,94	0,02222
Oktober	6228,31	0,0096	5128,22	0,05302	6591,34	0,04842
November	6011,83	-0,0348	5612,41	0,09442	6533,93	-0,0087
Desember	6299,53	0,0479	5979,07	0,06533	6581,48	0,00728

(Sumber: Data diolah)

Perhitungan *return market* selama periode 2019-2021 menghasilkan rata-rata *return market* yang bernilai positif yaitu sebesar 0,1040 atau 10%. *Return market* terendah terjadi pada bulan Maret 2020

yaitu sebesar -0,1676 atau -16,8%. IHSG mengalami penurunan karena investor merasa khawatir dengan adanya perlambatan ekonomi global akibat penyebaran virus covid-19. Sedangkan nilai tertinggi *Return market* terjadi pada bulan November 2020 sebesar 0,09442 atau setara dengan 9,4%.

Hasil Analisis Tingkat Pengembalian Bebas Risiko (Rf)

Risk free rate (Rf) merupakan tingkat pengembalian atas investasi bebas risiko yang menggunakan BI rate atau tingkat suku bunga acuan BI. Data yang digunakan ialah data suku bunga acuan atau BI rate bulanan. Rata-rata *risk free* selama periode covid-19 tahun 2019-2021 sebesar 1,6075 atau 16% yang kemudian dibagi dengan jumlah bulan sehingga perhitungan tersebut mendapatkan hasil sebesar 0,0447 atau 4%. Artinya, apabila investor menanamkan modalnya pada Suku Bank Indonesia (SBI) maka secara rata-rata, investor akan mendapat keuntungan sebesar 4% perbulannya. *Risk free* lebih kecil dari return market, artinya performa investasi saham dikatakan baik sehingga dapat menarik hati para investor untuk menanamkan modalnya pada investasi saham.

Hasil Analisis Tingkat Risiko Sistematis (β_i)

Beta berfungsi untuk menunjukkan adanya hubungan antara tingkat pengembalian suatu saham dengan tingkat pengembalian pasar. Investor harus mempertimbangkan nilai beta saham karena beta saham berpengaruh terhadap fluktuasi harga saham dan besar kecilnya tingkat pengembalian yang diharapkan. Saham dengan beta lebih dari 1 berarti saham yang bersifat agresif. Artinya, saham tersebut peka atau mudah terpengaruh dengan adanya perubahan pasar. Sedangkan saham dengan beta kurang dari 1 memiliki arti bahwa harga saham tidak terlalu berpengaruh terhadap perubahan pasar. Adapun hasil dari perhitungan beta 16 saham selama periode covid-19 tahun 2019-2021 yang disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. Beta Saham Perusahaan

NO.	Kode Saham	Nama Perusahaan	Beta (β)	Keterangan
1	AALI	PT. Astra Agro Lestari Tbk.	1,06	$\beta > 1$
2	BISI	PT. Bisi Internasional Tbk.	0,79	$\beta < 1$
3	BUDI	PT. Budi Starch & Sweetener Tbk.	0,27	$\beta < 1$
4	CEKA	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.	0,45	$\beta < 1$
5	CPIN	PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk.	0,32	$\beta < 1$
6	DLTA	PT. Delta Djakarta Tbk.	0,58	$\beta < 1$
7	DSNG	PT. Dharma Satya Nusantara Tbk.	0,27	$\beta < 1$
8	ICBP	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.	-0,02	$\beta < 1$
9	INDF	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.	0,01	$\beta < 1$
10	JPFA	PT. Japfa Comfeed Tbk.	1,01	$\beta > 1$
11	LSIP	PT. Perusahaan Perkebunan London Sumatra Indonesia Tbk.	0,04	$\beta < 1$
12	MYOR	PT. Mayora Indah Tbk.	0,01	$\beta < 1$
13	ROTI	PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk.	0,02	$\beta < 1$
14	SKLT	PT. Sekar Laut Tbk.	0,16	$\beta < 1$
15	TGKA	PT. Tigaraksa Satria Tbk.	-0,05	$\beta < 1$
16	ULTJ	PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Tbk.	-0,17	$\beta < 1$
Jumlah			4,9724	
Rata-rata Beta			0,3552	

(Sumber: Data diolah)

Berdasarkan perhitungan 16 beta saham diatas menghasilkan rata-rata beta sebesar 0,3552. Beta terbesar dimiliki oleh saham AALI dengan beta sebesar 1,0600 dan saham dengan beta terendah dimiliki oleh ICBP yaitu sebesar -0,0200. Dari 16 saham, terdapat 14 saham yang memiliki beta kurang dari 1 (β), saham-saham tersebut adalah saham dengan kode perusahaan BISI, BUDI, CEKA, CPIN, DLTA, DSNG, ICBP, INDF, LSIP, MYOR, ROTI, SKLTA, TGKA, ULTI. Saham-saham ini memiliki pergerakan yang agresif terhadap pasar dan bergerak searah dengan pasar. Jika IHSG naik maka harga saham tersebut juga akan naik dengan cepat atau sebaliknya, jika IHSG turun maka saham tersebut juga akan mengalami penurunan dengan signifikan.

Pembahasan Hasil Analisis CAPM

Expected Return atau tingkat pengembalian yang diharapkan [$E(R_i)$] merupakan besarnya keuntungan yang diharapkan dari investasi saham yang dilakukan oleh para investor. Metode CAPM digunakan untuk membuktikan tingkat pengembalian yang diharapkan oleh investor dengan menggunakan *Risk free rate* (R_f), Beta (β), dan rata-rata 16 *return market* [$E(R_m)$]. Hasil perhitungan tingkat pengembalian yang diharapkan [$E(R_i)$] dapat dilihat dalam tabel dibawah ini.

Tabel 4. Perhitungan *Expected Return*

NO.	Kode Saham	Rf	E(Rm)	E(Rm)-Rf	β	$\beta \cdot E(R_m) - R_f$	E(Ri)	%
1	AALI	0,0447	0,1040	0,0593	1,06	0,0629	0,1076	10,8%
2	BISI	0,0447	0,1040	0,0593	0,79	0,0468	0,0915	9,2%
3	BUDI	0,0447	0,1040	0,0593	0,27	0,0160	0,0607	6,1%
4	CEKA	0,0447	0,1040	0,0593	0,45	0,0267	0,0714	7,1%
6	DLTA	0,0447	0,1040	0,0593	0,58	0,0344	0,0791	7,9%
7	DSNG	0,0447	0,1040	0,0593	0,27	0,0160	0,0607	6,1%
8	ICBP	0,0447	0,1040	0,0593	-0,02	-0,0012	0,0435	4,4%
9	INDF	0,0447	0,1040	0,0593	0,01	0,0007	0,0454	4,5%
10	JPFA	0,0447	0,1040	0,0593	1,01	0,0599	0,1046	10,5%
11	LSIP	0,0447	0,1040	0,0593	0,04	0,0026	0,0473	4,7%
12	MYOR	0,0447	0,1040	0,0593	0,01	0,0005	0,0452	4,5%
14	SKLT	0,0447	0,1040	0,0593	0,16	0,0093	0,0540	5,4%
15	TGKA	0,0447	0,1040	0,0593	-0,05	-0,0030	0,0417	4,2%
16	ULTJ	0,0447	0,1040	0,0593	-0,17	-0,0101	0,0495	4,9%
						Jumlah	1,0118	
						Rata-rata	0,0632	

(Sumber: Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas, rata-rata tingkat pengembalian yang diharapkan [$E(R_i)$] sebesar 0,0632 atau 6,32%. Hasil tersebut didapat dari jumlah $E(R_i)$ 1,0118 lalu dibagi dengan jumlah saham yang diteliti yaitu sebanyak 16 saham. *Expected return* dengan nilai tertinggi dimiliki oleh saham AALI yaitu sebesar 10,8%. Sedangkan nilai *expected return* terendah dimiliki oleh TGKA dengan nilai 4,2%.

Hubungan *Return and Risk* dalam Metode CAPM

Gambar 2. Hubungan *Return and Risk* dengan CAPM



(Sumber: Data diolah)

Berdasarkan perhitungan *Return Individual* (R_i) dan *Expected Return* $E(R_i)$, maka 16 saham sektor *consumer goods* sub sektor *food and beverage* yang menjadi sampel penelitian dan telah dihitung selama periode covid-19 tahun 2019 hingga tahun 2021, semua saham dapat dinyatakan *undervalued*.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh saham yang dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini layak untuk dibeli atau dipertahankan oleh investor meskipun pada masa pandemi covid-19. Para investor dan calon investor dapat memilih saham yang akan dibeli dengan urutan saham yang memiliki *expected return* terbesar hingga terkecil yaitu AALI, JPFA, BISI, DLTA, CEKA, CPIN, BUDI, DSNG, SKLT, ULTI, LSIP, ROTI, INDF, MYOR, ICBP, TGKA. Saham sub sektor *food and beverage* tersebut layak dibeli oleh investor karena telah terbukti bersifat “bertahan/*defensive*” meskipun dalam keadaan pandemic covid-19. Bahkan seluruh saham dalam penelitian ini juga sejalan dengan adanya prinsip *High Risk, High Return* dimana investor yang rasional layak mendapatkan keuntungan yang besar dengan risiko yang sebanding.

SARAN

1. Investor diharapkan dapat menggunakan CAPM untuk mengoptimalkan keuntungan dan meminimalisir risikonya saat berinvestasi.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan sampel sektor *consumer goods* dengan sub sektor selain *food and beverage*. Hal tersebut bertujuan untuk membuktikan bahwa sub sektor seperti industri kosmetik dan keperluan rumah tangga, industri rokok, industri farmasi, serta industri peralatan rumah tangga juga dapat bertahan dalam kondisi pandemi Covid-19 seperti sub sektor makanan dan minuman.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminah, S. (2021). Membangkitkan UMKM di Masa Pandemi Covid 19 dengan Inovasi dan Teknologi. *Jurnal Ilmu Ekonomi Pembangunan*, 15(1).
- Aprialinita, D., Aulia, F. W., Aristi, M. D., Putri, N. H., Nurliyana, N., & Permatasari, V. P. (2022). Capital Asset Pricing Model (CAPM) Sebagai Alat Analisis Dalam Pengambilan Keputusan Investasi Saham Pada Indeks LQ-45 di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode Agustus 2020–Januari 2021. *Research in Accounting Journal (RAJ)*, 2(2), 256-263.
- Bodie, et al. (2014). *Investment*. Edisi kesembilan. Jakarta: Salemba Empat Darmadji, T dan Fakhrudin, H. (2012). *Pasar Modal Di Indonesia*. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba
- Hartono, J. (2017). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi Kesebelas. Yogyakarta: BPF
- Gujarati, D. N., Porter, D. C., & Gunasekar, S. (2012). *Basic econometrics*. Tata mcgraw-hill education.
- Chaudhary, R., & Bakhshi, P. (2021). Selection of the right proxy market portfolio for CAPM. *Investment Management and Financial Innovations*, 18(3), 16–26. [https://doi.org/10.21511/imfi.18\(3\).2021.02](https://doi.org/10.21511/imfi.18(3).2021.02)
- Anisah. (2019). Analisis Penentuan Portofolio Optimal Dengan Pendekatan Capital Asset Pricing Model Pada Saham-saham Yang Tergabung Jakarta Islamic Index Di Bursa Efek Indonesia. Vol. 4 No. 4. Tersedia di: <https://jom.unpak.ac.id/index.php/ilmumanajemen/issue/view/114>. [Diakses pada 15 juni 2022]
- Harry. (n.d.). “*Menkeu : Investasi Pada SDM Jadi Kunci Untuk Meningkatkan*.”
- Sunarya, IW. (2020). Penerapan Asset Pricing Model (CAPM) Terhadap Keputusan Investasi Pada Indeks LQ45 Periode 2017- 2019. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis* ISSN 2579-6224 (Versi

Cetak) ISSN-L 2579-6232 (Versi Elektronik). Vol. 4, No. 1, April 2020. Tersedia Di:
<https://Journal.Untar.Ac.Id/Index.Php/Jmieb/Article/View/7529>. [Diakses Pada 20 Juli 2022]

IDX. (n.d.). Retrieved from
<https://www.idx.co.id/data-pasar/laporan-statistik/digital-statistic-beta/daily-idx-indices?q=eyJ5ZWYyIjoiMjAyMSIsIm1vbnRoIjoiMyIsInF1YXJ0ZXIiOiJAsInR5cGUiOiJtb250aGx5In0=>

Manurung, H. T., & Haryanto, A. M. (2015). Analisis Pengaruh ROE, EPS, NPM Dan MVA Terhadap Harga Saham (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Go Public Sektor Food Dan Beverages Di BEI Tahun 2009–2013) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).

KSEI, (Statistik Pasar Modal Indonesia, 2021). (n.d.). Retrieved from Kustodian Sentral Efek Indonesia:
https://www.ksei.co.id/files/Statistik_Publik_Februari_2021.pdf.

Kiky, A. (2020). Manajemen Resiko terhadap Black Swan Event Maret 2020 di Indonesia. Studi Kasus Efek Covid-19 Terhadap Pasar Modal Indonesia. *Jurnal Bina Manajemen*, 8(2), 90–105.

www.bi.go.id [Diakses Pada 01 Juli 2022 pukul 23.00 WIB]

OJK. (2022). Retrieved from
<https://www.ojk.go.id/id/kanal/pasar-modal/data-dan-statistik/statistik-pasar-modal/Pages/Statistik-Bulanan-Pasar-Modal---Maret-2022.aspx>.

Pasardana. (2020). Retrieved from
(<https://pasardana.id/news/2020/10/9/menkeu-investasi-pada-sdm-jadi-kunci-untuk-meningkatkan-pertumbuhan-ekonomi/>).

Penerapan Metode *Altman Z-Score* Untuk Menganalisis Kebangkrutan (*Financial distress*) Pada PT Garuda Indonesia Tbk Sebelum Dan Selama Pandemi *Covid-19* (Tahun 2018-2019 Dan Tahun 2020-2021)

Dini Listiany¹⁾,

(dini.listiany.ak18@mhs.wpnj.ac.id)

Endang Purwaningrum²⁾

(endang.purwaningrum@akuntansi.pnj.ac.id)

Program Studi Manajemen Keuangan Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

Financial distress is a condition where the company is in an unhealthy state. This study aims to find out how the financial distress condition of PT Garuda Indonesia Tbk is based on the calculation of financial ratios in the Altman Z-Score model and see whether there are differences in financial distress conditions before and during the Covid-19 pandemic. The data used in this study is data sourced from the financial statements of the company PT Garuda Indonesia Tbk for the period 2018-2021 using the documentation method in obtaining research data. This study applies the Altman Z-Score model to analyze indications of Financial distress. The results showed that PT Garuda Indonesia Tbk has poor liquidity, working capital and the value of retained earnings has decreased every year. In addition, based on the analysis of the application of the Altman Z-Score model of PT Garuda Indonesia, information was obtained that there was no difference in the condition of Financial distress before and during the covid-19 pandemic, namely in the bankrupt zone.

Keywords: *Financial distress, Altman Z-Score, Bankruptcy.*

ABSTRAK

Financial distress merupakan suatu kondisi dimana perusahaan berada dalam keadaan tidak sehat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kondisi *financial distress* PT Garuda Indonesia Tbk berdasarkan perhitungan rasio keuangan dalam model *Altman Z-Score* dan melihat apakah terdapat perbedaan kondisi *financial distress* sebelum dan selama pandemi *Covid-19*. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data yang bersumber dari laporan keuangan perusahaan PT Garuda Indonesia Tbk periode 2018-2021 dengan menggunakan metode dokumentasi dalam memperoleh data penelitian. Penelitian ini menerapkan model *Altman Z-Score* untuk menganalisis indikasi *Financial distress*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Garuda Indonesia Tbk memiliki likuiditas yang buruk, modal kerja dan nilai laba ditahan setiap tahun mengalami penurunan. Selain itu berdasarkan analisis penerapan model *Altman Z-Score* PT Garuda Indonesia diperoleh informasi bahwa tidak terdapat perbedaan kondisi *Financial distress* sebelum dan selama pandemi *covid-19* yaitu berada pada zona bankrupt.

¹Dini Listiany. E-mail: dini.listiany.ak18@mhs.wpnj.ac.id

Kata kunci: Kesulitan Keuangan, *Altman Z-Score*, Kebangkrutan.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Permasalahan krisis ekonomi global terjadi pada tahun 2008 yang berawal dari krisis *subprime mortgage* di negara Amerika Serikat. Kejadian tersebut menyebabkan banyak perusahaan di beberapa negara mengalami *Financial distress* hingga kebangkrutan termasuk Indonesia. Kejadian ini sangat berpengaruh kepada aktivitas bisnis yang melemah dan ekonomi yang melambat di berbagai negara. (Zalindri, 2021). Kesulitan keuangan (*Financial distress*) adalah situasi dimana kondisi keuangan suatu perusahaan mengalami penurunan secara drastis. Suatu perusahaan yang mengalami kondisi *Financial distress* secara berkelanjutan memiliki potensi kebangkrutan yang sangat tinggi. Setiap perusahaan dapat mengalami kondisi *Financial distress* baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil, karena hal yang menyebabkan terjadinya *Financial distress* dapat berasal dari luar (eksternal) ataupun dalam (internal) perusahaan itu sendiri. Faktor internal seperti ketidakmampuan manajemen perusahaan dalam mengelola perusahaan dengan baik. Sedangkan faktor eksternalnya disebabkan oleh kondisi dari luar perusahaan itu sendiri yang sedang bermasalah. Salah satunya yaitu kondisi yang terjadi di banyak negara di dunia, yakni munculnya wabah penyakit virus *Covid-19*.

Virus *Covid-19* (Corona Virus Disease 19) diputuskan sebagai pandemi oleh World Health Organization (WHO) pada awal tahun 2020. *Covid-19* sangat berdampak ke berbagai jenis sektor salah satunya sektor transportasi dan penerbangan. Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan bahwa laju pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) sektor transportasi dan pergudangan mengalami kontraksi paling dalam akibat pandemi *covid-19* dengan minus 15,04 persen di sepanjang 2020. Salah satu penyebabnya yaitu jumlah masyarakat yang melakukan wisata ataupun menggunakan transportasi turun tajam selama masa pandemi *Covid-19*.

Tabel 1 Laju Pertumbuhan PDB Sektor Transportasi Tahun 2020

No	PDB Lapangan Usaha	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV	Tahunan
	Transportasi dan Pergudangan	1.29	-30.8	-16.71	-13.42	-15.04
1	Angkutan Udara	-13.21	-80.25	-63.9	-53.81	-53.01
2	Angkutan Rel	-6.95	-63.75	-51.11	-45.56	-42.34
3	Angkutan Darat	-5.15	-17.65	-5.03	-3.5	-5.34
4	Angkutan Laut	5.89	-17.28	-5.27	-1.19	-4.57
5	Angkutan Sungai Danau dan Penyebrangan	1.16	-26.66	-13.51	-12.28	-13

Sumber : <https://www.bps.go.id/>

Adhinegara (2021) menyatakan sektor transportasi yang paling terpukul dan terimbas akibat pandemi adalah maskapai penerbangan. Sektor ini anjlok cukup parah yaitu minus 53,8 persen di kuartal IV/2020 secara year on year (yoy). Akibat adanya penerapan PSBB yang membatasi pergerakan orang dan barang, sehingga sektor transportasi dan pergudangan terdampak paling parah. Salah satu contoh

perusahaan sektor transportasi yang terdampak dari adanya *Covid-19* yaitu Garuda Indonesia dimana perusahaan mengalami penurunan kapasitas guna menyesuaikan tren demand yang terjadi. VP Corporate Secretary PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk, Mitra Piranti dalam website Sinarmas Sekuritas mengungkapkan, bahwa sampai Agustus 2020, terdapat penurunan pada trafik yang diangkut oleh perusahaan baik untuk penumpang maupun kargo diangkut masing-masing sebesar 72% dan 50% dibandingkan dengan tahun lalu. Selain itu perusahaan juga melakukan modifikasi cabin pesawat yang umumnya mengangkut penumpang, namun dialihfungsikan mengangkut barang. Hal ini perusahaan lakukan untuk menjaga stabilitas keuangan perusahaan. Selain menjaga stabilitas keuangan perusahaan dengan penyesuaian system operasional perusahaan, diperlukan analisis *Financial distress* untuk menghindari terjadinya kebangkrutan dimasa mendatang.

Analisis *Financial distress* dapat berguna sebagai peringatan awal perusahaan sebelum terjadinya kebangkrutan yang sesungguhnya. Berbagai metode analisis telah dikembangkan untuk mendeteksi awal terjadinya kebangkrutan perusahaan. Salah satu metode analisis *Financial distress* yang terkenal dan populer yaitu metode *Altman Z-Score*. Model *Altman Z-Score* yang dikembangkan pada tahun 1968 oleh Edward I. Altman yaitu satu rumusan matematis untuk memprediksi kebangkrutan dengan tingkat kepastian yang cukup bagus dengan persentase keakuratan 95%. Model *Z-Score* merupakan salah satu model analisis multivariate yang berguna untuk menilai dan menentukan kecenderungan kebangkrutan perusahaan dan juga dapat digunakan sebagai ukuran dari keseluruhan kinerja keuangan. Analisis ini pada dasarnya mencari nilai “Z” yaitu nilai yang menunjukkan kondisi perusahaan dengan menganalisis lima rasio keuangan yang diperoleh dari hasil perhitungan laporan keuangan perusahaan, masing-masing rasio diberi bobot dan diperoleh nilai “Z”. Dari hasil perhitungan akan menghasilkan nilai Z yang mampu menggambarkan posisi keuangan perusahaan sedang dalam kondisi sehat, rawan bangkrut atau dalam kondisi bangkrut. Beberapa penelitian terdahulu yang menggunakan model *Altman Z-Score* dalam mendeteksi *Financial distress*/kebangkrutan perusahaan diantaranya yaitu penelitian oleh Nasution L. K., (2022) dengan judul “Analisis Laporan Keuangan Untuk Memprediksi Potensi *Financial distress* Akibat Pandemi *Covid-19* dengan menggunakan Metode *Altman Z-Score* (studi kasus pada PT Bakrieland Development Tbk)” hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa model *Altman Z-Score* dapat diimplementasikan dalam mendeteksi kemungkinan terjadinya kebangkrutan pada perusahaan, Analisis tersebut menunjukkan pada tahun 2018 PT Bakrieland Development Tbk memiliki nilai *Z-Score* sebesar 3,5 yang dikategorikan sebagai perusahaan yang sehat. Lalu pada tahun 2019 perusahaan mengalami penurunan nilai *Z-Score* menjadi 1,4 yang termasuk ke dalam kriteria grey area. Grey area merupakan area yang menunjukkan perusahaan tidak dalam keadaan sehat ataupun dalam resiko kebangkrutan. Serta memiliki potensi bangkrut pada tahun 2020 dan 2021 dengan nilai *Z-Score* sebesar 0,94 dan 0,93. Selain itu penelitian terdahulu menggunakan metode *Altman Z-Score* juga dilakukan oleh Intansari (2020) yang menyatakan bahwa PT Taman Jaya Impian Ancol memiliki perhitungan *Z-Score* yang menunjukkan bahwa kondisi perusahaan berfluktuasi yaitu pada triwulan I hingga triwulan III tahun 2018 perusahaan berada pada kategori grey area. Selanjutnya, pada triwulan IV sampai triwulan II tahun 2019 perusahaan menunjukkan kondisi tidak sehat. Pada triwulan III tahun 2019, perusahaan kembali berada pada kategori grey area dan kondisi terbaik perusahaan ditunjukkan pada triwulan IV tahun 2019 yaitu berada pada kategori sehat.

Penelitian ini memiliki beberapa kontribusi antara lain yaitu penulis akan mempertimbangkan aspek pada penelitian untuk mengetahui perbandingan di masa sebelum dan selama *Covid-19* sedangkan

pada penelitian terdahulu tidak menggunakan aspek tersebut melainkan hanya berdasar pada situasi ketidakpastian yang secara langsung dapat mempengaruhi stabilitas perusahaan, Selanjutnya kontribusi yang terdapat dalam penelitian ini yaitu terletak pada objek penelitian. Dimana objek penelitian ini dilakukan pada perusahaan sektor penerbangan. Alasan penulis memilih objek penelitian pada perusahaan penerbangan yaitu karena merupakan salah satu sektor yang terdampak pandemi *Covid-19* akibat beberapa bandara dan penerbangan harus diberhentikan kegiatannya. Dengan adanya pertimbangan fenomena dan fakta dari latar belakang di atas, maka perlu dilakukan analisis kesehatan keuangan (*Financial distress*) PT Garuda Indonesia Tbk sebelum dan selama pandemi *Covid-19* terjadi menggunakan metode *Altman Z-Score*. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur terbaru mengenai analisis *Financial distress* perusahaan penerbangan sebelum dan saat terjadi pandemi *Covid-19*. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi evaluasi perusahaan yang dapat kita nilai dari laporan keuangan perusahaan dan menjadi salah satu pertimbangan dalam perumusan kebijakan perusahaan dalam membuat aturan terkait dampak langsung *Covid-19*. Berdasarkan latar belakang hal tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Penerapan Metode *Altman Z-Score* Untuk Menganalisis Kebangkrutan (*Financial distress*) Pada PT Garuda Indonesia Tbk Sebelum Dan Selama Pandemi *Covid-19* (Tahun 2018-2019 Dan Tahun 2020-2021)”**

Tujuan Penelitian

1. Menerapkan Model *Altman Z-Score* Untuk Menganalisis dan Mendeskripsikan Kondisi Keuangan PT Garuda Indonesia Tbk Berdasarkan Perhitungan Rasio Keuangan Sebelum Pandemi *Covid-19*
2. Menerapkan Model *Altman Z-Score* Untuk Menganalisis dan Mendeskripsikan Kondisi Keuangan PT Garuda Indonesia Tbk Berdasarkan Perhitungan Rasio Keuangan Selama Pandemi *Covid-19*
3. Untuk Mengetahui Apakah Terdapat Perbedaan Kondisi *Financial distress* Dalam Model *Altman Z-Score* Pada PT Garuda Indonesia Tbk Sebelum Dan Selama Pandemi *Covid-19*
4. Untuk Mengetahui Prediksi Kondisi Keuangan PT Garuda Indonesia Tbk pada tahun 2022 – 2023

TINJAUAN PUSTAKA

Metode Altman Z Score

Metode *Altman Z-Score* atau Altman Bankruptcy Prediction Model *Z-Score* adalah model prediksi kebangkrutan yang banyak dikenal dan digunakan untuk menilai indikasi terjadinya kebangkrutan pada suatu perusahaan. Metode *Altman Z-Score* menggunakan formula untuk memprediksi kapan bisnis akan mengalami kebangkrutan. Dengan menggunakan rumus yang diinterpolasi dengan rasio keuangan maka akan dihasilkan nilai yang dapat digunakan untuk mengetahui potensi kebangkrutan disuatu perusahaan. Metode *Altman Z-Score* telah banyak digunakan untuk mengukur indikasi kebangkrutan perusahaan dikarenakan mudah digunakan. Alasan lainnya karena metode *Z-Score* dapat memberikan tingkat ketepatan prediksi kisaran 95 % (Sari, Hasbiyadi, & Arif, 2020)

Berikut ini formula *Altman Z-Score* yang digunakan untuk menganalisis potensi kebangkrutan pada perusahaan jasa (Diana, 2018)

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

Keterangan :

Z = Indeks Kebangkrutan

$X1 = \text{Modal kerja (Aktiva lancar - Hutang lancar)} / \text{Total aktiva}$

$X2 = \text{Laba Ditahan} / \text{Total Aktiva}$

$X3 = \text{Laba Sebelum Bunga dan Pajak} / \text{Total Aktiva}$

$X4 = \text{Nilai Pasar Ekuitas} / \text{Nilai Buku Hutang}$

Interpretasi penerapan model *Altman Z-Score* untuk analisis kebangkrutan menurut Diana (2018) adalah sebagai berikut:

1. Zona sehat (Non bankrupt) = $Z > 2,6$
2. Zona abu-abu (Grey Area) = $1,1 < Z < 2,6$
3. Zona distress (Bankrupt) = $Z < 1,1$

Model Altman tersebut merupakan interpretasi dari beberapa rasio keuangan yang dapat dijelaskan sebagai berikut (Diana, 2018).

1. Rasio *Net working capital to total assets*, digunakan untuk menilai seberapa besar tingkat likuiditas suatu perusahaan dengan membandingkan aset lancar yang dimiliki perusahaan untuk kegiatan operasional dengan total aset yang dimiliki tanpa pengaruh kewajiban yang ada.
2. Rasio *Retained earnings to total assets*, digunakan untuk menghitung kemampuan sebuah perusahaan dalam memperoleh laba ditahan berdasarkan total aset yang dimiliki.
3. Rasio *Earning before interest and tax to total assets*, digunakan untuk menghitung kemampuan perusahaan dalam menggunakan aset yang dimiliki untuk menghasilkan laba sebelum dikurangi biaya pajak dan bunga.
4. Rasio *Market value of equity to book value of debt*, digunakan untuk menghitung kemampuan perusahaan dalam melunasi total kewajiba jangka pendek dan jangka panjangnya menggunakan nilai pasar modal yang dimilikinya.

Financial distress

Financial distress atau kesulitan keuangan dapat dialami oleh berbagai perusahaan sebelum perusahaan tersebut mengalami kebangkrutan, disaat itu pula aset perusahaan tidak dapat memenuhi kewajiban atau utang perusahaan yang harus dilunasi. Ketidakmampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajibannya disebabkan oleh gagalnya perolehan keuntungan sehingga perusahaan mengalami kerugian dalam beberapa tahun terakhir (Rustyaningrum, 2021). Terdapat macam-macam kategori kesulitan keuangan (*Financial distress*), antara lain (Jannah, 2021) :

- a. Kesulitan ekonomi (*Economy Failure*) merupakan suatu keadaan dimana perusahaan memiliki total biaya termasuk biaya modal lebih besar daripada pendapatan perusahaan, sehingga perusahaan tidak mampu menutupi total biayanya.
- b. Kegagalan bisnis (*Business Failure*) merupakan suatu keadaan di mana perusahaan tidak mampu melanjutkan kegiatan bisnisnya karena mencoba mengurangi kerugian yang dialami kepada kreditur.
- c. Insolvensi Teknis (*Technical Insolvency*) yakni kondisi dimana perusahaan tidak berkemampuan menutup kewajibannya.
- d. Insolvensi Kebangkrutan (*Insolvency in Bankruptcy*) merupakan suatu keadaan di mana perusahaan tidak dapat menutup kewajibannya yang sudah jatuh tempo karena nilai aset yang tidak mencukupi.

- e. *Legal Bankruptcy* merupakan keadaan perusahaan yang telah ditetapkan bangkrut secara resmi dengan undang-undang.

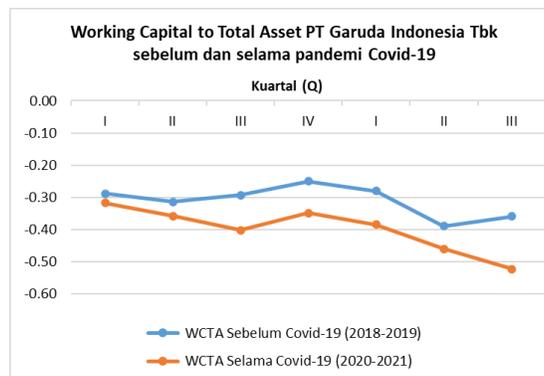
METODE PENELITIAN

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang terdiri dari laporan keuangan PT Garuda Indonesia tahun 2018-2021 dengan menggunakan metode dokumentasi dalam memperoleh data penelitian. Penelitian ini menerapkan model *Altman Z-Score* untuk menganalisis indikasi *Financial distress*. Model *Altman Z Score* dihitung dengan rasio-rasio keuangan sebagai komponen penyusun nilai Z Score untuk interpretasi keadaan *financial distress* PT Garuda Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Working Capital to Total Asset (WCTA)

Gambar 1 *Working Capital to Total Asset (WCTA)* PT Garuda Indonesia Tbk sebelum dan selama pandemi Covid-19

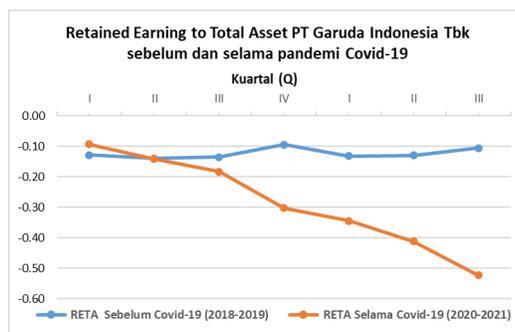


Sumber : data diolah (2022)

Berdasarkan hasil perhitungan rasio *Net working capital to total asset (WCTA)* terlihat bahwa nilai WCTA sebelum pandemi *Covid-19* sampai adanya pandemi *Covid-19* terus mengalami penurunan hingga per Q3 tahun 2021 nilai WCTA mencapai $-0,523$ yang turun cukup drastis dibandingkan dengan sebelum pandemi *Covid-19* yang per Q1 2018 hanya -0.289 .

Retained earnings to total assets (RETA)

Gambar 2 *Retained earnings to total assets (RETA)* PT Garuda Indonesia Tbk sebelum dan selama pandemi Covid-19



Sumber : data diolah (2022)

Berdasarkan hasil perhitungan rasio *Retained earnings to total assets* (RETA) PT Garuda Indonesia Tbk sebelum pandemi *Covid-19* sampai adanya pandemi *Covid-19* terus mengalami penurunan hingga per Q3 tahun 2021 nilai RETA mencapai $-0,522$ yang turun cukup drastis dibandingkan dengan sebelum pandemi *Covid-19* yang per Q1 2018 hanya -0.129 .

EBIT To Total Asset (EBITTA)

Gambar 3 *EBIT To Total Asset (EBITTA)* PT Garuda Indonesia Tbk sebelum dan selama pandemi *Covid-19*

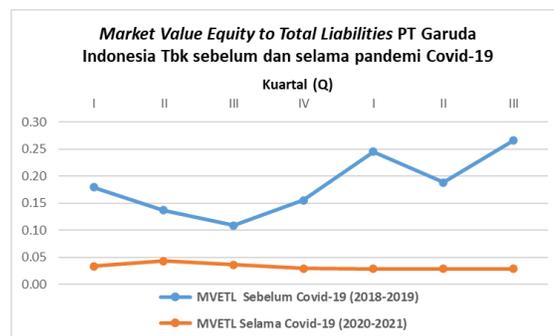


Sumber : data diolah (2022)

Berdasarkan hasil perhitungan rasio *EBIT To Total Asset (EBITTA)* PT Garuda Indonesia Tbk sebelum pandemi *Covid-19* sampai adanya pandemi *Covid-19* terus mengalami penurunan hingga per Q3 tahun 2021 nilai *EBBITA* mencapai -0.083 yang turun cukup drastis dibandingkan dengan sebelum pandemi *Covid-19* yang per Q1 2018 hanya -0.021 .

Market Value Of Equity To Book Value Of Liabilities (MVETL)

Gambar 4 *Market Value Of Equity To Book Value Of Liabilities (MVETL)*



Sumber : data diolah (2022)

Berdasarkan perhitungan Rasio *Market Value Of Equity To Book Value Of Liabilities (MVETL)* PT Garuda Indonesia Tbk sebelum pandemi *Covid-19* sampai adanya pandemi *Covid-19* terus mengalami penurunan hingga per Q3 tahun 2021 nilai *MVETL* mencapai 0.029 yang turun cukup drastis dibandingkan dengan sebelum pandemi *Covid-19* yang per Q1 2018 hanya 0.179 .

Hasil Perhitungan Nilai Z-Score PT Garuda Indonesia

Gambar 5 *Altman Z-Score* PT Garuda Indonesia Tbk sebelum dan selama pandemi *Covid-19*



Sumber : data diolah (2022)

Hasil nilai *Altman Z-Score* tahun 2018 hingga 2021 menunjukkan PT Garuda Indonesia selalu berada didaerah $< 1,1$ yaitu dalam zona *bankrupt*

PEMBAHASAN

Rasio Keuangan PT Garuda Indonesia Tbk sebelum pandemi *Covid-19*

Berdasarkan perhitungan rasio keuangan sebelum pandemi *Covid-19* tahun 2018-2019 PT Garuda Indonesia memiliki nilai rasio *working capital to total asset* yang bernilai negatif dan terus menurun. Hal ini mengindikasikan likuiditas PT Garuda Indonesia dalam keadaan buruk. Pada rasio *Retained earnings to total assets* terdapat nilai negatif dan terus menurun. Hal ini menunjukkan bahwa total asset yang dimiliki perusahaan dalam mengelola pendapatan atau laba yang diterima belum mampu menutupi beban-beban yang harus di tanggung selama periode tersebut. Pada rasio *earning before taxes to total assets* nilai rasio yang dimiliki cukup berfluktuatif dimana tahun 2018 mengalami peningkatan namun kembali turun pada tahun 2019. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen perusahaan masih belum dapat mengelola seluruh assetnya secara efektif untuk menghasilkan laba perusahaan sehingga pendapatan yang diterima oleh perusahaan tidak dapat menutupi biaya operasional yang dikeluarkan. Pada rasio *Market Value Of Equity To Book Value Of Liabilities* nilai rasio cukup rendah dan berfluktuatif dimana pada tahun 2018 mengalami penurunan lalu mengalami peningkatan pada tahun 2019. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki akumulasi hutang yang meningkat dan lebih besar dari modal yang dimilikinya.

Rasio Keuangan PT Garuda Indonesia Tbk selama pandemi *Covid-19*

Berdasarkan perhitungan rasio keuangan selama pandemi *Covid-19* tahun 2020-2021 nilai rasio *working capital to total asset* memiliki nilai rasio negatif yang lebih dalam dari sebelum adanya pandemi *Covid-19*. Hal tersebut merupakan dampak dari penurunan aset lancar karena pandemi *Covid-19*. Pada rasio *Retained earnings to total assets* nilai rasio bernilai negatif lebih dalam dari sebelum adanya pandemi *Covid-19*. Hal tersebut disebabkan pendapatan perusahaan yang turun semakin dalam akibat jumlah masyarakat yang berwisata turun tajam selama masa pandemi *Covid-19*. Pada rasio *earning before taxes to total assets* nilai rasio negatif lebih dalam dari sebelum adanya pandemi *Covid-19*. Pandemi *Covid-19* menyebabkan rendahnya pendapatan yang diterima dan besarnya biaya operasional yang

dikeluarkan PT Garuda Indonesia. Pada rasio market value of equity to book value of liabilities nilai rasio turun lebih dalam dari sebelum adanya pandemi *Covid-19*. Adanya pandemi *Covid-19* memberikan dampak turunnya pendapatan yang diterima dan membuat hutang melonjak. Hal tersebut memberikan pengaruh kurang baik untuk para investor di pasar modal karena menyebabkan kepercayaan investor menurun untuk PT Garuda Indonesia.

Kondisi *Financial distress* Pada PT Garuda Indonesia Tbk dalam Model *Altman Z-Score* Sebelum dan Selama Pandemi *Covid-19*.

Berdasarkan penerapan model *Altman Z-Score* dalam menghitung kondisi *Financial distress* PT Garuda Indonesia diperoleh informasi bahwa tidak terdapat perbedaan kondisi *Financial distress* pada tahun 2018 hingga 2021 yang berada pada *zona bankrupt*. Namun jika dinilai dari rata-rata, maximum, dan minimum nilai *Z-Score* terdapat perbedaan yang cukup signifikan pada nilai *Z-Score* sebelum pandemi *Covid-19* dan selama pandemi *Covid-19* berlangsung.

Prediksi Kondisi Keuangan PT Garuda Indonesia Tbk pada tahun 2022 – 2023

Dengan potensi pasar domestik dan internasional yang begitu besar dan berdasarkan beberapa sudut pandang terkait jalannya bisnis mulai dari sisi pemerintah, *customer*, kreditur, investor dan tata kelola perusahaan, maka penulis memprediksi PT Garuda Indonesia ditahun 2022-2023 akan mengalami perbaikan kinerja dan mengalami peningkatan pendapatan dimana *covid-19* telah mereda, pengajuan PKPU kepada para kreditur 95% telah disetujui, investor potensial akan mulai masuk dan tata kelola perusahaan juga akan lebih baik. Namun perbaikan tersebut akan terus bertahan atau tidak tergantung dari keadaan internal PT Garuda Indonesia di beberapa tahun selanjutnya. PT Garuda Indonesia harus benar-benar konsisten dalam memperbaiki *Good Corporate Governance* dan disiplin terhadap peraturan baru yang dikeluarkan pemerintah ataupun internal PT Garuda Indonesia, karena kesuksesan jalannya bisnis perusahaan juga ditentukan oleh *Good Corporate Governance* itu sendiri.

KESIMPULAN

Hasil perhitungan rasio keuangan PT Garuda Indonesia sebelum dan selama pandemi *covid-19* Tahun 2018-2021 menunjukkan PT Garuda Indonesia memiliki likuiditas yang buruk, modal kerja dan nilai laba ditahan setiap tahunnya juga mengalami penurunan. Selain itu berdasarkan analisis penerapan model *Altman Z-Score* dalam menghitung kondisi *Financial distress* PT Garuda Indonesia diperoleh informasi bahwa tidak terdapat perbedaan kondisi *Financial distress* pada tahun 2018 hingga 2021 yaitu berada pada *zona bankrupt*. Namun jika dinilai dari rata-rata, maximum, dan minimum nilai *Z-Score* terdapat perbedaan yang cukup signifikan yaitu nilai *Z-Score* mengalami penurunan semakin dalam dari sebelum pandemi *Covid-19* hingga selama pandemi *Covid-19* berlangsung. Hal ini mengindikasikan PT Garuda Indonesia berada dalam *zona bankrupt* yang semakin dalam. Namun, dengan potensi pasar domestik dan internasional yang begitu besar dan berdasarkan beberapa sudut pandang terkait jalannya bisnis mulai dari sisi pemerintah, *customer*, kreditur, investor dan tata kelola perusahaan, maka penulis memprediksi PT Garuda Indonesia ditahun 2022-2023 akan mengalami perbaikan kinerja dan mengalami peningkatan pendapatan dimana *covid-19* telah mereda.

KETERBATASAN

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah metode penelitian yang digunakan hanya metode *Altman Z-Score* sehingga diharapkan dapat menambahkan atau menggunakan metode lainnya untuk mendeteksi indikasi *financial distress*. Selain itu, perlu diteliti penyebab lebih dalam mengenai kebangkrutan PT Garuda Indonesia ditahun selain pada penelitian ini selain dari sisi keuangannya. Lalu dikarenakan pada penelitian ini hanya meneliti satu perusahaan yaitu PT Garuda Indonesia Tbk maka untuk penelitian selanjutnya dapat menambah perusahaan lain sejenis atau menggunakan perusahaan persektor.

DAFTAR PUSTAKA

- BBC.Com. (2019, Desember 8). *Kasus Garuda Indonesia: Erick Thohir pecat sejumlah direktur terkait dugaan penyelundupan motor Harley Davidson*. Retrieved from BBC.Com:
<https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-50689915>
- Diana, S. R. (2018). *Analisis Laporan Keuangan dan Aplikasinya*. Bogor: IN MEDIA.
- IQPlus. (2020). *INI DAMPAK PANDEMI COVID-19 KE GARUDA INDONESIA*. Retrieved 15 02, 2022, from Sinarmas Sekuritas:
<https://www.sinarmassekuritas.co.id/ini-dampak-pandemi-covid-19-ke-garuda-indonesia>
- Jannah, K. M. (2021). *PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE DAN RASIO KEUANGAN TERHADAP FINANCIAL DISTRESS*. *Undergraduate thesis*. Retrieved from
<http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/29587>
- Jelita, I. N. (2021, Agustus 19). *Dampak Pandemi, Penumpang Garuda Indonesia Hanya 870 Ribu di Semester I-2021*. Retrieved from Media Indonesia:
<https://mediaindonesia.com/ekonomi/426654/dampak-pandemi-penumpang-garuda-indonesia-hanya-870-ribu-di-semester-i-2021>
- Khotimah, L. K. (2019). Analisis Prediksi Kebangkrutan Suatu Perusahaan dengan Menggunakan Metode Altman *Z-Score* studi Kasus Pada PT. Garuda Indonesia Persero Tbk Periode 2008-2017. *Science of Management and Students Research Journal*, 1(8), 284-290. doi:10.33087/sms.v1i8.37
- Kompas.Com. (2021, November 12). *Disebut Bangkrut Secara Teknis, Ini 5 Fakta Kondisi Garuda Indonesia*. Retrieved from Kompas.Com:
https://www.kompas.com/tren/read/2021/11/12/110000565/disebut-bangkrut-secara-teknis-ini-5-fakta-kondisi-garuda-indonesia?page=all&jxconn=1*1pbvlua*other_jxampid*YnlJREpnM1pOSWlrcVNiWmtFT3dHcXVXbmh1dFAtYUtSNmUyNmFyRzU4YXk1UUhIajg1cFphQnhGYIJUU DRFUQ..#page
- Kompas.com. (2022). *Garuda Indonesia Dekati Calon Investor Potensial*. Retrieved from Kompas.com:
<https://money.kompas.com/read/2022/06/28/142657226/garuda-indonesia-dekati-calon-investor-potensial>
- Mata, C. (2022). *Akhirnya, Garuda Indonesia Bisa Bernafas Lega! Panja Komisi V Setujui Kucuran PMN 7,5 T untuk GIAA*. Retrieved from INDUSTRY.co.id:
<https://www.industry.co.id/read/106005/akhirnya-garuda-indonesia-bisa-bernafas-lega-panja-komisi-v-setujui-kucuran-pmn-75-t-untuk-giaa>

- Radifan, R. (2015). ANALISIS PENGARUH MEKANISME GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP KEMUNGKINAN FINANCIAL DISTRESS. *Diponegoro Journal of Accounting*, 4, 453-463.
- Rosana, F. C. (2022). *Panja Komisi VI DPR Setujui Pemberian PMN ke Garuda Indonesia Rp 7,5 Triliun*. Retrieved from tempo.co:
<https://bisnis.tempo.co/read/1584877/panja-komisi-vi-dpr-setujui-pemberian-pmn-ke-garuda-indonesia-rp-75-triliun>
- Rudianto. (2013). *Akuntansi Manajemen Informasi untuk Pengambilan Keputusan Strategis*. Jakarta: Erlangga.
- Rustyaningrum, N. (2021). ANALISIS PENGARUH MEKANISME CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP TERJADINYA FINANCIAL DISTRESS PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI INDONESIA. *DIPONEGORO JOURNAL OF ACCOUNTING*, 10, 1-12. Retrieved from <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Sari, N. R., Hasbiyadi, & Arif, M. F. (2020). Mendeteksi Financial Distress dengan Model Altman Z-Score. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, Vol 10. Retrieved from <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJA/article/view/23102/14923>
- Silaban. (2014). Analisis Kebangkrutan Dengan Menggunakan Model Altman (*Z-Score*) Studi Kasus Di Perusahaan Telekomunikasi Pasaman. *Jurnal Akuntansi XVIII*, No 03, 322–334.
- Statistik, B. P. (2020). *Pertumbuhan PDB*. Retrieved 03 01, 2022, from Badan Pusat Statistik: <http://www.bps.go.id>
- Zalindri. (2021). ANALISIS FINANCIAL DISTRESS PERUSAHAAN SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA SEBELUM DAN SESUDAH. *Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta*. Retrieved from <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/96267>

PERBANDINGAN DASAR KEPUTUSAN MASYARAKAT DALAM BERDONASI SECARA *ONLINE* DAN *OFFLINE*

Zalfa Tiara Putri¹⁾, Darna¹⁾

zalfa.tiaraputri.ak18@mhs.wpnj.ac.id, darna@akuntansi.pnj.ac.id

¹⁾ Politeknik Negeri Jakarta, Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, 16425, Beji, Depok, Indonesia

ABSTRACT

According to data from Dompot Dhuafa (2020), the results of fundraising carried out offline are greater than fundraising carried out online. This shows that there are differences in the decision to donate. This study aims to analyze the differences in decisions in contributing online and offline based on social spirit, income level, education level, technological knowledge, perceived ease of use, and perceived usefulness. Data analysis techniques in this study use Mann Whitney U Test. Data collection used is survey method by spreading online questionnaire through a google form. The population in this study is a community domiciled in Jabodetabek. The sample determination method uses the purposive sampling technique by taking a sample of 110 people divided into two, 52 people who donated online and 58 people who donated offline. The results showed that there are differences in the decisions of donators in donating based on social spirit, income level, education level, and technological knowledge. Meanwhile, the perceived ease of use and perceived usefulness don't influence differences in a person's decision to donate online and offline. This means that the presence or absence of ease and benefit in the donation system, will not affect the decisions of the two groups of people who donate online and offline. The results of this research are expected to have implications for related parties such as charitable institutions, donors, and academics.

Keywords: Social spirit, Income, Education, Technological Knowledge, and Perceived.

ABSTRAK

Menurut data Dompot Dhuafa (2020), hasil penggalangan dana yang dilakukan secara langsung lebih besar daripada penggalangan dana yang dilakukan secara *online*. Hal ini menunjukkan adanya perbedaan keputusan berdonasi pada masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tentang perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* berdasarkan jiwa sosial, tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, pengetahuan teknologi, persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan komparatif-kuantitatif dengan teknik analisa data *Mann Whitney U-Test*. Pengumpulan data yang digunakan adalah metode *survey* dengan menyebarkan kuesioner *online* melalui *google form*. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di Jabodetabek. Metode penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan mengambil sampel sebanyak 110 orang yang dibagi menjadi dua yaitu 52 orang yang berdonasi secara *online* dan 58 orang yang berdonasi secara *offline*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan keputusan dalam berdonasi pada seseorang berdasarkan jiwa sosial, tingkat pendapatan, tingkat pendidikan dan pengetahuan teknologi. Sedangkan, faktor persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan tidak memiliki pengaruh terhadap perbedaan keputusan seseorang dalam berdonasi secara *online* dan *offline*. Artinya, ada

¹⁾ Corresponding author. E-mail: zalfa.tiaraputri.ak18@mhs.wpnj.ac.id

atau tidak adanya kemudahan dan manfaat dalam sistem donasi, maka hal tersebut tidak mempengaruhi keputusan pada dua kelompok masyarakat yang berdonasi secara *online* dan *offline*. Hasil penelitian ini diharapkan mempunyai implikasi terhadap pihak-pihak yang terkait seperti lembaga kegiatan amal, donatur, calon donatur dan para akademisi.

Kata-Kata Kunci: Jiwa sosial, Pendapatan, Pendidikan, Pengetahuan Teknologi dan Persepsi.

PENDAHULUAN

Dalam sebuah *survey* yang dilakukan oleh *Charities Aid Foundation (CAF) World Giving Index (2021)*, Negara Indonesia mendapat peringkat pertama dikenal sebagai negara yang paling dermawan di dunia (Filantropi Indonesia, 2021). Walaupun Negara Indonesia sedang dilanda pandemi, hal itu tidak menghalangi masyarakatnya untuk tetap berbagi. Faktanya mengatakan bahwa banyak orang Indonesia tergerak membantu, bahkan sangat spontan jika menemukan yang sedang kesusahan, khususnya saat bencana. Sebelum berkembangnya teknologi informasi, masyarakat biasa menyalurkan donasinya secara langsung melalui kotak amal yang tersedia di tempat ibadah/*supermarket*, kegiatan penggalangan dana yang dilakukan di sisi jalan atau lampu merah.

Seiring dengan berkembangnya teknologi informasi yang terjadi saat ini, mengakibatkan seluruh aspek ekonomi menjadi sangat mudah dan canggih. Salah satu dampak positif adanya kemajuan teknologi informasi yang masyarakat rasakan adalah adanya tren berdonasi secara *online*. Fenomena tren berdonasi yang diakibatkan oleh kemajuan teknologi informasi dan pandemi Covid-19 menyebabkan terjadinya peningkatan penghimpunan donasi secara *digital* yang signifikan saat pandemi. Dibuktikan pada *Gopay Digital Donation Outlook 2020* yang menyatakan bahwa adanya peningkatan transaksi donasi melalui aplikasi Gojek selama pandemi dengan total donasi sebesar 102 miliar (GoPay, 2022). Selain itu, dikutip dari *blog.kitabisa.com* pada Desember 2020 donasi yang dikumpulkan selama pandemi melalui *platform* Kitabisa.com mencapai 168 Miliar rupiah (Kitabisa.com, 2020).

Tetapi hal tersebut tidak menutup kemungkinan bahwa cara konvensional adalah yang paling diminati oleh masyarakat, dibuktikan dari pernyataan Bapak Hamid dalam Forum Zakat & Filantropi (2020) melalui hasil riset tim peneliti pada 104 LAZ, hasil penghimpunan donasi secara digital tidak sebesar hasil penghimpunan donasi yang dikumpulkan secara konvensional, dengan perolehan sebesar Rp 2,5 Triliun yang digalang secara konvensional dan Rp 155 milyar yang digalang secara digital (Dompot Dhuafa, 2020).

Dari uraian latar belakang, terjadi peningkatan yang signifikan pada penghimpunan donasi secara *digital* yang diakibatkan oleh perkembangan teknologi informasi dan pandemi Covid-19, tetapi penggalangan dana ZISWAF secara konvensional masih lebih diminati oleh masyarakat karena sejatinya masyarakat senang untuk berdonasi secara langsung dengan alasan kepuasan sendiri secara langsung. Fenomena tersebut mengakibatkan adanya perbedaan cara berdonasi pada masyarakat yang diduga didasari oleh banyak faktor. Pada penelitian ini, peneliti mencoba mengambil beberapa faktor yang diduga dapat mempengaruhi cara berdonasi seseorang yaitu faktor jiwa sosial, tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, pengetahuan teknologi, persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan.

Terdapat asumsi dari Aziz, Nurwaihidin & Chailis (2019) jiwa sosial memiliki nilai-nilai yang ada pada diri manusia diantaranya rasa empati dan tanggung jawab sosial yang tinggi. Sehingga, jika tingkat rasa jiwa sosial donatur tinggi, mereka akan cenderung memutuskan untuk membantu orang lain yang mendapat musibah atau orang yang berhak menerima santunan

karena merasa empati. Kemudian, menurut Rizky (2020) ketika pendapatan seseorang semakin tinggi, maka biasanya diikuti oleh pengeluaran yang semakin tinggi pula. Selanjutnya, terdapat sebuah asumsi bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan yang ditempuh seseorang, maka hal tersebut dapat mempengaruhi diskusi dan pola serta tindakan seseorang dalam berperilaku, berinteraksi dan lainnya.

Pengetahuan menurut Uno (2021) didefinisikan sebagai penafsiran dan penerjemah informasi yang diterima seseorang sehingga seseorang tersebut dapat mengambil keputusan darinya. bahwa pengetahuan teknologi dalam penelitian ini adalah pengetahuan yang dimiliki donatur terkait teknologi yang nantinya akan memudahkannya untuk menyalurkan donasinya dengan mudah. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa pengetahuan teknologi dapat mempengaruhi keputusan masyarakat untuk berdonasi. Kemudian, teori yang dikemukakan Zulfian (2020) adalah dengan adanya tingkat kemudahan dalam penggunaan suatu layanan, pastinya seseorang akan lebih cenderung menggunakan layanan tersebut. Selanjutnya, dengan adanya manfaat yang diberikan oleh suatu sistem teknologi, maka akan mampu meningkatkan produktivitas kinerja bagi orang yang menggunakan sistem teknologi tersebut. Menurut Thompson, Higgins & Howel (1991) mengatakan bahwa apabila seseorang mengetahui ada manfaat yang baik dalam menggunakan teknologi informasi, maka ia akan menggunakan teknologi informasi tersebut.

Pertanyaan yang timbul dari latar belakang adalah 1) Apakah terdapat perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* pada seseorang berdasarkan jiwa sosial?; 2) Apakah terdapat perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* pada seseorang berdasarkan tingkat pendapatan?; 3) Apakah terdapat perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* pada seseorang berdasarkan tingkat pendidikan?; 4) Apakah terdapat perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* pada seseorang berdasarkan pengetahuan teknologi?; 5) Apakah terdapat perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* pada seseorang berdasarkan persepsi kemudahan?; 6) Apakah terdapat perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* pada seseorang berdasarkan persepsi kegunaan?

Tujuan dari penelitian ini adalah 1) Untuk menganalisis perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* pada seseorang berdasarkan jiwa sosial; 2) Untuk menganalisis perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* pada seseorang berdasarkan tingkat pendapatan; 3) Untuk menganalisis perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* pada seseorang berdasarkan tingkat pendidikan; 4) Untuk menganalisis perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* pada seseorang berdasarkan pengetahuan teknologi; 5) Untuk menganalisis perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* pada seseorang berdasarkan persepsi kemudahan; 6) Untuk menganalisis perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* pada seseorang berdasarkan persepsi kegunaan.

Manfaat dalam penelitian ini dibagi menjadi 2 yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis. Manfaat teoritis dalam penelitian ini adalah hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai perbedaan keputusan masyarakat dalam berdonasi secara *online* dan *offline* dan hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya. Kemudian, manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan bagi lembaga-lembaga dan *platform-platform fintech* dalam kegiatan amal dapat menambah referensi untuk mengetahui perbedaan keputusan masyarakat dalam berdonasi secara *online* dan *offline*, sehingga dapat memberi gambaran tentang analisa perilaku masyarakat, khususnya bagi donatur

dan calon donatur untuk menyusun strategi pemasaran yang mampu meningkatkan kembali antusias masyarakat dalam menyalurkan donasi.

TINJAUAN PUSTAKA

Donation-based crowdfunding sendiri merupakan penggalangan dana yang dilakukan oleh pelaku usaha kreatif, dunia hiburan ataupun organisasi tertentu dimana orang-orang memberikan uangnya dengan sukarela tanpa imbalan untuk membantu sesama kepada aktivitas yang ditawarkan oleh pelaku penggalang dana (Hariyani & Serfiyani, 2015). Dengan adanya *donation-based crowdfunding* ini, memberikan kemudahan pada kegiatan penggalangan dana seperti memberikan informasi kepada masyarakat melalui internet, biaya publikasi yang terjangkau, dan dapat memperoleh donasi dengan cepat.

Menurut Kumbara (2021) definisi dari keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar memutuskan untuk membeli produk yang dibutuhkan. Proses-proses yang meliputi pengambilan keputusan pembelian meliputi pengenalan masalah (kebutuhan), mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi secara baik masing-masing alternatif tersebut yang dapat memecahkan masalahnya, kemudian mengarah kepada keputusan pembelian (Sumarwan & Tjiptono, 2019). Terdapat tiga indikator untuk menentukan keputusan pembelian menurut Kotler dalam Kumbara (2021) yaitu a) kemantapan pada sebuah produk; b) kebiasaan dalam membeli produk; c) memberikan rekomendasi kepada orang lain.

Menurut glosarium kemsos.go.id jiwa sosial merupakan sikap yang memperlihatkan kepedulian untuk melakukan sesuatu kepentingan kemanusiaan dan sosial kemasyarakatan. Menurut Aziz, Nurwahidin & Chailis (2019) jiwa sosial mempunyai nilai-nilai yang melingkupi rasa empati seseorang dan tanggung jawab sosial yang tinggi pada seseorang. Sehingga, jika tingkat rasa jiwa sosial donatur tinggi, mereka akan cenderung memutuskan untuk membantu orang lain yang mendapat musibah atau orang yang berhak menerima santunan secara langsung karena merasa empati.

Pendapatan adalah gaji atau upah yang didapatkan seseorang berdasarkan hasil kerjanya dengan menyumbangkan tenaga maupun pikiran untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari (Tyasmadanti, 2021). Menurut Qardhawi (2004) menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh terhadap keputusan berdonasi karena kepemilikan harta suatu individu termasuk gaji/upah/hasil kerja yang bersifat tetap berkaitan erat dengan ibadah zakat, infaq, dan shodaqoh. Dalam Islam sebagian harta atau kekayaan yang dimiliki oleh seseorang wajib untuk dizakatkan kepada pihak-pihak yang berhak menerimanya. Menurut Rizky (2020) ketika pendapatan seseorang semakin tinggi, maka biasanya diikuti oleh pengeluaran yang semakin tinggi pula. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa besarnya atau meningkatnya pendapatan seseorang berbanding lurus dengan keputusan mereka dalam berdonasi.

Pendidikan merupakan sarana yang paling penting untuk mengembangkan keterampilan manusia dan mencapai tujuan pembangunan sosial dan ekonomi (Julianto & Utari, 2019). Menurut penelitiannya, tingkat pendidikan berhubungan erat dengan analisis pasar kerja, yang secara teori dapat diambil kesimpulan bahwa berdasarkan berbagai pandangan, terjadinya segmentasi upah sangat berkaitan erat dengan karakteristik pendidikan para pekerja. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat pendidikan secara tidak langsung dapat mempengaruhi masyarakat dalam berdonasi. Terdapat sebuah asumsi bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan yang ditempuh seseorang, maka hal tersebut dapat mempengaruhi diskusi dan pola serta tindakan seseorang dalam berperilaku, berinteraksi dan lainnya.

Menurut Uno (2021) pengetahuan didefinisikan sebagai penafsiran dan penerjemah informasi yang diterima seseorang sehingga seseorang tersebut dapat mengambil keputusan darinya. Pengetahuan konsumen merupakan segala informasi yang didapatkan oleh konsumen terkait produk-produk, jasa dan informasi yang akan bermanfaat bagi konsumen (Handayani, Azman, & Ismail, 2019). Jadi, dapat dikatakan bahwa pengetahuan teknologi dalam penelitian ini adalah pengetahuan yang dimiliki donatur terkait teknologi yang nantinya akan memudahkannya untuk menyalurkan donasinya dengan mudah. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa pengetahuan teknologi dapat mempengaruhi keputusan masyarakat untuk berdonasi.

Menurut Davis (1989), persepsi kemudahan adalah keyakinan pribadi bahwa sistem yang digunakan dalam teknologi informasi tidak sulit atau dapat juga didefinisikan sebagai kepercayaan seseorang bahwa komputer dapat mudah dipahami dan digunakan serta tidak memerlukan banyak usaha untuk menggunakannya. Menurut Zulfian (2020) jika seseorang menemukan tingkat kerumitan dalam penggunaan suatu layanan, tidak menutup kemungkinan pada penggunaannya untuk tidak melanjutkan atau menggunakan layanan karena sistem yang digunakan sangat rumit atau sulit dipahami. Sementara, jika ditemukan kemudahan dalam penggunaan suatu layanan, pastinya seseorang akan lebih cenderung menggunakan layanan tersebut. Berdasarkan penelitian Aieni & Purwantini (2017) persepsi kemudahan terbagi menjadi empat unsur, diantaranya adalah a) mudah untuk mempelajari *platform crowdfunding*; b) *platform crowdfunding* mudah untuk digunakan; c) mudah untuk mengingat cara menggunakan *platform crowdfunding*; d) interaksi dengan *platform crowdfunding* sangat jelas dan mudah dimengerti.

Persepsi kegunaan didefinisikan oleh Davis (1989) merupakan keyakinan seseorang dimana ia berpikir bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Jika terlihat kenaikan pada penggunaan suatu layanan serta layanan tersebut digunakan secara terus-menerus, dapat dikatakan bahwa teknologi tersebut telah berhasil dalam meningkatkan kualitas layanannya (Ahmad & Pambudi, 2014). Hal tersebut dapat diartikan bahwa adanya kegunaan dari fasilitas *platform crowdfunding* yang mampu meningkatkan produktivitas kinerja bagi orang yang menggunakan fasilitas tersebut. Dalam penelitian Linardi & Nur (2021) persepsi kegunaan dibagi menjadi tiga unsur, diantaranya adalah a) *Platform crowdfunding* memberikan manfaat berdonasi; b) Menggunakan *platform crowdfunding* meningkatkan kinerja individu; c) Menggunakan *platform crowdfunding* meningkatkan produktivitas berdonasi.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah; 1) H1: terdapat perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* pada seseorang berdasarkan jiwa sosial; 2) H2: terdapat perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* pada seseorang berdasarkan pendapatan; 3) H3: terdapat perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* pada seseorang berdasarkan pendidikan; 4) H4: terdapat perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* pada seseorang berdasarkan pengetahuan teknologi; 5) H5: terdapat perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* pada seseorang berdasarkan persepsi kemudahan; 6) H6: terdapat perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* pada seseorang berdasarkan persepsi kegunaan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian komparatif-kuantitatif dengan mengumpulkan data lapangan (kuesioner *online*) pada dua sampel independen yaitu masyarakat yang berdonasi secara *online* dan masyarakat yang berdonasi secara *offline*. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah berdonasi secara *online* maupun *offline* di wilayah Jabodetabek dengan teknik *purposive sampling*. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yang

diperoleh dari kuesioner *online*. Jenis kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup dengan jawaban kuesioner yang sudah disediakan menggunakan skala diferensial semantik. Pengujian ini menggunakan uji parametrik *Independent Sample T-Test* jika data terbukti berdistribusi normal atau uji non parametrik *Mann Whitney U-Test* jika data tidak berdistribusi dengan normal.

HASIL & PEMBAHASAN

Tabel 1. Perbandingan Rata-Rata Jiwa Sosial

		Ranks		
Cara Berdonasi	N	Mean Rank	Sum of Ranks	
Jiwa Sosial	Online	52	46.23	2404.00
	Offline	58	63.81	3701.00
Total		110		

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2022

Tabel 2. Hasil Uji Hipotesis Pertama

Test Statistics ^a	
	Jiwa Sosial
Mann-Whitney U	1026.000
Wilcoxon W	2404.000
Z	-2.994
Asymp. Sig. (2-tailed)	.003

a. Grouping Variable: Cara Berdonasi

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2022

Dari tabel 1. dapat dilihat bahwa rata-rata jiwa sosial pada masyarakat yang berdonasi secara *offline* lebih tinggi daripada *online* yaitu 63,81 dan 46,23. Kemudian, tabel 2. menunjukkan bahwa adanya perbedaan keputusan masyarakat dalam berdonasi secara *online* dan *offline* berdasarkan jiwa sosial. Dibuktikan dari nilai Z hitung sebesar $(-2,994) < Z$ tabel $(-1,96)$. Menurut Aziz, Nurwaihidin & Chailis (2019) jiwa sosial mempunyai nilai-nilai seperti empati dan tanggung jawab sosial yang tinggi. Dari hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa kelompok masyarakat yang berdonasi secara *offline* memiliki rasa jiwa sosial lebih tinggi dari kelompok masyarakat yang berdonasi secara *online*. Hal ini sejalan dengan penelitiannya (Aziz, Nurwaihidin & Chailis, 2019), bahwa jiwa sosial berpengaruh negatif terhadap keputusan seseorang untuk berdonasi secara *online* dan apabila seseorang mempunyai jiwa sosial yang tinggi, maka ia akan cenderung untuk berdonasi secara langsung kepada mereka yang tertimpa musibah atau kepada orang berhak menerima santunan karena merasa empati. Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Tyasmasdanti (2021) yang menyatakan bahwa jiwa sosial berpengaruh terhadap keputusan masyarakat untuk berdonasi secara *online* melalui *platform crowdfunding*.

Tabel 3. Perbandingan Rata-Rata Tingkat Pendapatan

		Ranks		
Cara Berdonasi	N	Mean Rank	Sum of Ranks	
Tingkat Pendapatan	Online	52	47.52	2471.00
	Offline	58	62.66	3634.00
Total		110		

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2022

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis Kedua

Test Statistics ^a	
	Tingkat Pendapatan
Mann-Whitney U	1093.000
Wilcoxon W	2471.000
Z	-2.514
Asymp. Sig. (2-tailed)	.012

a. Grouping Variable: Cara Berdonasi

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2022

Dari tabel 3. dapat dilihat bahwa rata-rata tingkat pendapatan pada kelompok masyarakat yang berdonasi secara *offline* lebih tinggi daripada *online* yaitu 62,66 dan 47,52. Kemudian, pada tabel 4. menunjukkan bahwa adanya perbedaan keputusan masyarakat dalam berdonasi secara *online* dan *offline* berdasarkan tingkat pendapatan dengan nilai Z hitung sebesar -2,514, dengan demikian dapat dikatakan bahwa Z hitung $(-2,514) < Z$ tabel $(-1,96)$. Pendapatan adalah gaji atau upah yang didapatkan seseorang berdasarkan hasil kerjanya dengan menyumbangkan tenaga maupun pikiran untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari (Tyasmasdanti, 2021). Menurut Qardhawi (2004) dalam menyatakan bahwa pendapatan mempengaruhi keputusan seseorang untuk berdonasi karena kepemilikan harta pribadi, termasuk gaji/upah permanen/hasil kerja berkaitan erat dengan zakat, infak dan sedekah. Dari hasil pengujian hipotesis kedua, menunjukkan bahwa pada kelompok masyarakat yang berdonasi secara *offline* memiliki tingkat pendapatan yang lebih tinggi dari kelompok masyarakat yang berdonasi secara *online*. Sehingga, apabila terdapat kenaikan pendapatan pada kelompok masyarakat yang berdonasi secara *offline*, maka akan berbanding lurus dengan donasi yang akan dikeluarkannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang digunakan oleh Rizky (2020) yaitu ketika pendapatan seseorang semakin tinggi, maka biasanya diikuti oleh pengeluaran yang semakin tinggi pula. Selain itu, hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hamidah (2020), namun, tidak sejalan dengan hasil penelitian Utami, Muthohar & Ridlo (2021).

Tabel 5. Perbandingan Rata-Rata Tingkat Pendidikan

Ranks				
Cara Berdonasi		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Tingkat Pendidikan	Online	52	47.66	2478.50
	Offline	58	62.53	3626.50
	Total	110		

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2022

Test Statistics ^a	
	Pendidikan
Mann-Whitney U	1100.500
Wilcoxon W	2478.500
Z	-2.528
Asymp. Sig. (2-tailed)	.011

a. Grouping Variable: Cara Berdonasi

Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis Ketiga

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2022

Dari tabel 5. dapat dilihat bahwa rata-rata tingkat pendidikan kelompok *online* lebih rendah daripada kelompok *offline* yaitu sebesar 47,66 dan 62,53. Kemudian, pada tabel 9. menunjukkan bahwa adanya perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* berdasarkan tingkat pendidikan dengan nilai Z hitung $(-2,528) < Z$ tabel $(-1,96)$. Pendidikan merupakan sarana yang paling penting untuk mengembangkan keterampilan manusia dan mencapai tujuan pembangunan sosial dan ekonomi (Julianto & Utari, 2019). Menurut penelitiannya, tingkat pendidikan berhubungan erat dengan analisis pasar kerja, yang secara teori dapat diambil kesimpulan bahwa berdasarkan berbagai pandangan, terjadinya segmentasi upah sangat berkaitan erat dengan karakteristik pendidikan para pekerja. Dari hasil pengujian hipotesis ketiga, menunjukkan bahwa pada kelompok masyarakat yang berdonasi secara *offline* mempunyai tingkat pendidikan yang lebih tinggi daripada kelompok *online*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fajri (2020) bahwa tingkat pendidikan dapat mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan muzakki dalam membayar zakat melalui BAZNAS/LAZNAS. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh

Tabel 7. Perbandingan Rata-Rata Pengetahuan Teknologi

		Ranks		
Cara Berdonasi		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Pengetahuan	Online	52	61.75	3211.00
Teknologi	Offline	58	49.90	2894.00
Total		110		

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2022

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis Keempat

Test Statistics ^a	
	Pengetahuan Teknologi
Mann-Whitney U	1183.000
Wilcoxon W	2894.000
Z	-1.967
Asymp. Sig. (2-tailed)	.049

a. Grouping Variable: Cara Berdonasi

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2022

Dari tabel 7. dapat dilihat bahwa rata-rata pengetahuan teknologi dari kelompok *online* lebih tinggi daripada kelompok *offline* yaitu sebesar 61,75 dan 49,90. Kemudian, tabel 8. menunjukkan bahwa adanya perbedaan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* berdasarkan pengetahuan teknologi dengan nilai Z hitung $(-1,967) < Z$ tabel $(-1,96)$. Pengetahuan menurut Uno (2021) didefinisikan sebagai penafsiran dan penerjemah informasi yang diterima seseorang sehingga seseorang tersebut dapat mengambil keputusan darinya. Jadi, dapat dikatakan bahwa pengetahuan teknologi dalam penelitian ini adalah pengetahuan yang dimiliki donatur terkait teknologi yang nantinya akan memudahkannya untuk menyalurkan donasinya dengan mudah.

Hal tersebut dapat dikatakan bahwa pengetahuan teknologi dapat mempengaruhi keputusan masyarakat untuk berdonasi

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kelompok masyarakat yang berdonasi secara *online* mempunyai pengetahuan teknologi yang lebih luas daripada kelompok masyarakat yang berdonasi secara *offline*. Sehingga, apabila seorang donatur mempunyai pengetahuan dan menguasai teknologi internet, maka ia akan tertarik dan memilih untuk menyalurkan donasinya secara *online* karena berdasarkan pengalaman dan ia menganggap berdonasi secara *online* lebih mudah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Andriyani (2014). Namun, tidak sejalan dengan penelitian Irhamsyah (2019).

Tabel 9. Perbandingan Rata-Rata Persepsi Kemudahan

		Ranks		
Cara Berdonasi		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Persepsi Kemudahan	Online	52	60.40	3141.00
	Offline	58	51.10	2964.00
Total		110		

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2022

Tabel 10. Hasil Uji Hipotesis Kelima

Test Statistics ^a	
	Persepsi Kemudahan
Mann-Whitney U	1253.000
Wilcoxon W	2964.000
Z	-1.545
Asymp. Sig. (2-tailed)	.122

a. Grouping Variable: Cara Berdonasi

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2022

Dari tabel 9. dapat dilihat bahwa rata-rata persepsi kemudahan kelompok *online* lebih tinggi daripada kelompok *offline* yaitu sebesar 60,40 dan 51,10. Kemudian, tabel 10. menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* berdasarkan persepsi kemudahan dengan nilai Z hitung (-1,545) > Z tabel (-1,96). Menurut Davis (1989), persepsi kemudahan adalah keyakinan pribadi bahwa sistem yang digunakan dalam teknologi informasi tidak sulit atau dapat juga didefinisikan sebagai kepercayaan seseorang bahwa komputer dapat mudah dipahami dan digunakan serta tidak memerlukan banyak usaha untuk menggunakannya. Teori yang dikemukakan oleh Zulfian (2020) adalah dengan adanya tingkat kemudahan dalam penggunaan suatu layanan, pastinya seseorang akan lebih cenderung menggunakan layanan tersebut. Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan teori tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketika terdapat kemudahan dalam sistem donasi, maka hal tersebut tidak mempengaruhi keputusan kepada kedua kelompok masyarakat yang berdonasi secara *online* dan *offline* terhadap penggunaan suatu sistem teknologi. Hal ini diduga karena *platform crowdfunding* masih dianggap sulit untuk dipelajari dan instruksi dalam *platform crowdfunding* masih sulit untuk dimengerti. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tyasmasdanti (2021) dan Aieni & Purwantini (2017).

Tabel 11. Perbandingan Rata-Rata Persepsi Kegunaan

Ranks	
-------	--

Cara Berdonasi		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Persepsi	Online	52	57.91	3011.50
Kegunaan	Offline	58	53.34	3093.50
Total		110		

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2022

Tabel 12. Hasil Uji Hipotesis Keenam
Test Statistics^a

	Persepsi Kegunaan
Mann-Whitney U	1382.500
Wilcoxon W	3093.500
Z	-.756
Asymp. Sig. (2-tailed)	.449

a. Grouping Variable: Cara Berdonasi

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2022

Dari tabel 11. dapat dilihat bahwa rata-rata persepsi kegunaan pada kelompok masyarakat yang berdonasi secara *online* lebih tinggi daripada kelompok *offline* 57,95 dan 53,34. Kemudian, tabel 12. menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan keputusan masyarakat dalam berdonasi secara *online* dan *offline* berdasarkan persepsi kegunaan dengan nilai Z hitung (-0,756) lebih besar dari Z tabel (-1,96). Persepsi kegunaan didefinisikan oleh Davis (1989) merupakan keyakinan seseorang dimana ia berpikir bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Menurut Thompson, Higgins & Howel (1991) mengatakan bahwa apabila seseorang mengetahui ada manfaat yang baik dalam menggunakan teknologi informasi, maka ia akan menggunakan teknologi informasi tersebut. Dengan adanya manfaat yang diberikan oleh suatu sistem teknologi, maka akan mampu meningkatkan produktivitas kinerja bagi orang yang menggunakan sistem teknologi tersebut.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan teori tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya manfaat dari sistem teknologi yang dapat meningkatkan kinerjanya, maka hal tersebut tidak akan mempengaruhi keputusan kepada kedua kelompok masyarakat yang berdonasi secara *online* dan *offline* terhadap penggunaan suatu sistem teknologi. Hal ini diduga karena responden pada penelitian ini menganggap bahwa penggunaan teknologi informasi belum begitu mendatangkan manfaat untuk mereka. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Linardi & Nur (2021) dan Aieni & Purwantini (2017).

KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah 1) hasil uji *Mann Whitney U* untuk hipotesis pertama menunjukkan bahwa terdapat perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* berdasarkan jiwa sosial; 2) hasil Uji *Mann Whitney U* untuk hipotesis kedua menunjukkan bahwa terdapat perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* berdasarkan tingkat pendapatan; 3) hasil uji *Mann Whitney U* untuk hipotesis ketiga menunjukkan hasil bahwa terdapat perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* berdasarkan tingkat pendidikan; 4) hasil uji *Mann Whitney U* untuk hipotesis keempat menunjukkan hasil bahwa terdapat perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* berdasarkan pengetahuan teknologi; 5) hasil uji *Mann Whitney U* untuk hipotesis kelima menunjukkan hasil bahwa tidak terdapat perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* berdasarkan persepsi kemudahan; 6) hasil uji *Mann Whitney U* untuk hipotesis keenam menunjukkan hasil

bahwa tidak terdapat perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* berdasarkan persepsi kegunaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, & Pambudi, B. S. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan, dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking BRI). *Jurnal Studi Manajemen*, 8, 4. Retrieved Mei 7, 2022
- Aieni, A. N., & Purwantini, A. H. (2017). Eksplorasi Penggunaan Mobile Banking: Pendekatan Technology Acceptance Model. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 15(1), 86-96. Retrieved from <https://journal.unimma.ac.id/>
- Andriyani, D. (2014). Pengaruh Faktor Keamanan, Pengetahuan Teknologi Internet, Kualitas Layanan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Jejaring Sosial.
- Aziz, I. A., Nurwahidin, N., & Chailis, I. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Menyalurkan Donasi Melalui Platform Crowdfunding Berbasis Online. *Jurnal Syarikah*, 5(1), 94-108. doi:<https://doi.org/10.30997/jsei.v5i1.1835>
- Davis, F. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarteky*, 13(3), 319-339. doi:DOI:10.2307/249008
- Dompert Dhuafa. (2020, Juni 30). *LAZ Siap Transformasi ke Era Digital*. Retrieved from Dompert Dhuafa: <https://www.dompertdhuafa.org/>
- Fajri, I. A. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Masyarakat Jakarta Dalam Membayar Zakat Melalui BAZNAS/LAZNAS.
- Filantropi Indonesia. (2021, Juni 15). *Indonesia Kembali Jadi Negara Paling Dermawan di Dunia*. Retrieved April 4, 2022, from Filantropi Indonesia: <https://filantropi.or.id>
- GoPay. (2022, April 21). *GoPay Rilis Riset Donasi Digital untuk Dukung #SejutaKebaikan*. Retrieved from GoPay: <https://gopay.co.id/>
- Hamidah, D. N. (2020). PENGARUH PENDAPATAN, PENGETAHUAN ZAKAT DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MUZAKKI DALAM MEMBAYAR ZAKAT DI LEMBAGA AMIL ZAKAT (STUDI MASYARAKAT KOTA MALANG). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, 9(1). Retrieved from <https://jimfeb.ub.ac.id/>
- Handayani, A., Azman, H. A., & Ismail, I. (2019). Pengaruh Pengetahuan dan Sikap Terhadap Perilaku Memilih Bank Syariah Dengan Faktor Religiusitas Sebagai Moderating Variable. *EKONOMI SYARIAH: Journal of Economic*, 3, 3-4. Retrieved Juli 11, 2022
- Hariyani, I., & Serfiyani, C. Y. (2015, Desember). Perlindungan Hukum Sistem Donation Based Crowdfunding Pada Pendanaan Industri Kreatif Di Indonesia. *Jurnal Legislasi Indonesia*, 12, 8. Retrieved Mei 14, 2022
- Irhamasyah, A. (2019). Analisis Faktor-Faktor Preferensi Yang Mempengaruhi Keputusan Metode Pembayaran Zakat Bagi Muzakki di Era Digital.
- Julianto, D., & Utari, P. A. (2019). Analisa Pengaruh Tingkat Pendidikan Terhadap Pendapatan Individu Di Sumatera Barat. *IKRAITH EKONOMIKA*, 2, 126. Retrieved Juli 12, 2022, from media.neliti.com
- Kitabisa.com. (2020, Desember 18). *Kaleidoskop 2020: Gotong Royong Masyarakat Indonesia Justru Meningkat Pesat Selama Pandemi*. Retrieved from Kitabisa.com: <https://blog.kitabisa.com/>
- Kumbara, V. B. (2021). Determinansi Nilai Pelanggan dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604-630. doi:<https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>

- Linardi, C., & Nur, T. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berdonasi Melalui Platform Crowdfunding. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 4(2), 249-267. doi:<https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i2.181>
- Qardhawi, Y. (2004). *Hukum Zakat*. Bogor: Bogor Universal Law Publishing.
- Rizky, R. N. (2020). Pengaruh Harga, Pendapatan, dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Impor Pada Konsumen Pengguna E-Commerce Sociolla (Studi Pada Mahasiswa di Universitas Brawijaya). *Jurnal Ilmiah FEB Universitas Brawijaya*, 9(1). Retrieved from <https://jimfeb.ub.ac.id/>
- Sumarwan, U., & Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen* (1 ed.). Bogor: PT Penerbit IPB Press. Retrieved Mei 6, 2022
- Thompson, R. L., Higgins, C. A., & Howell, J. M. (1991). Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization. *MIS Quarterly*, 15(1), 125-143. doi:<https://doi.org/10.2307/249443>
- Tyasmadanti, F. (2021). Faktor-Faktor Pengaruh Keputusan Masyarakat Menyalurkan Donasi Melalui Platform Financial Technology Crowdfunding Berbasis Online.
- Uno, H. B. (2021). *Teori Motivasi dan Pengukurannya: Analisis di Bidang Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Utami, N. S., Muthohar, A. M., & Ridlo, M. (2021). Analisis Tingkat Pendapatan, Kepercayaan dan Reputasi terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating. *IQTISHODUNA*, 17(1), 1-16. doi:<https://doi.org/10.18860/iq.v17i1.10630>
- Zulfian, D. M. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berdonasi Secara Online Melalui Platform Financial Technology Crowdfunding. Retrieved from <https://dSPACE.uin.ac.id/>

Evaluasi Program ZMART BAZNAS (Bazis) Provinsi DKI Jakarta Untuk Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Mustahik

Riesha Lulu Alifah¹, Darna¹

riesha.lulualifah.ak18@mhs.pnj.ac.id, darna@akuntansi.pnj.ac.id

¹Politeknik Negeri Jakarta, Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, 16425, Beji, Depok, Indonesia

ABSTRACT

BAZNAS (Bazis) of DKI Jakarta Province through the ZMART program in 2020 has distributed productive zakat in the form of business capital to mustahik as many as 1,700 stalls, the existence of this program should be able to help more mustahik, but in reality, the number of poor people is increasing. This evaluation study aims to analyze the successful implementation of the distribution and utilization of productive zakat in the form of venture capital towards the economic independence of mustahik in the ZMART Program through the CSE-UCLA evaluation model. The population in this study were the mustahik recipients of assistance in the ZMART program in the North Jakarta area by taking samples using purposive sampling techniques and determining the number of samples with saturated sampling, i.e., all the population was sampled as many as 20 people. The data analysis method used a descriptive qualitative method to analyze the data from the questionnaire results by interpreting the average score into the Respondent Achievement Level (TCR) criteria, and the interview results were interpreted in descriptive form. The results of this study indicate that the ZMART BAZNAS (Bazis) Program of DKI Jakarta Province in general can increase the economic independence of mustahik, especially in the North Jakarta area, as seen from the overall evaluation component based on the CSE-UCLA evaluation model, getting a total average value of the Respondent Achievement Level (TCR) of 75.51% with the category "Enough". On average, mustahik experiences an increase in their income within 1 to 3 years after joining the program. This is because the main need required by mustahik is additional business capital for managing their business. The results of this study are expected to have implications for BAZNAS (Bazis) of DKI Jakarta Province in order to improve the quality and service of the program and carry out monitoring more intensely.

Keywords: *Productive Zakat; Business Capital; Mustahik Economic Independence*

ABSTRAK

BAZNAS (Bazis) Provinsi DKI Jakarta melalui program ZMART pada tahun 2020 telah mendistribusikan zakat produktif dalam bentuk modal usaha ke mustahik sebanyak 1.700 warung, adanya program tersebut seharusnya dapat lebih banyak membantu mustahik namun dalam realisasinya jumlah penduduk miskin semakin meningkat. Penelitian evaluasi ini bertujuan untuk menganalisa keberhasilan pelaksanaan pendistribusian dan pendayagunaan zakat produktif dalam bentuk modal usaha terhadap kemandirian ekonomi mustahik pada Program ZMART melalui model evaluasi CSE-UCLA. Populasi dalam penelitian ini adalah para mustahik penerima bantuan pada Program ZMART di wilayah Jakarta Utara dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* serta penentuan jumlah sampel dengan sampling jenuh yaitu semua populasi dijadikan sampel sebanyak 20 orang. Metode analisa

¹ Corresponding author. E-mail: riesha.lulualifah.ak18@mhs.pnj.ac.id

data menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menganalisa data dari hasil kuesioner dengan menginterpretasikan skor rata-rata kedalam kriteria Tingkat Capaian Responden (TCR) dan hasil wawancara yang diinterpretasikan dalam bentuk deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Program ZMART BAZNAS (Bazis) Provinsi DKI Jakarta secara garis besar dapat meningkatkan kemandirian ekonomi mustahik khususnya di wilayah Jakarta Utara dilihat dari keseluruhan komponen evaluasi berdasarkan model evaluasi CSE-UCLA mendapatkan nilai rata-rata total dari Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 75,51% dengan kategori "Cukup". Rata-rata mustahik mengalami peningkatan pendapatannya dalam jangka waktu 1 sampai 3 tahun setelah mengikuti program, hal ini karena kebutuhan utama yang diperlukan mustahik yaitu tambahan modal usaha untuk pengelolaan usahanya. Hasil penelitian ini diharapkan memiliki implikasi untuk BAZNAS (Bazis) Provinsi DKI Jakarta agar dapat meningkatkan kualitas dan pelayanan terhadap program dan melakukan *monitoring* secara lebih intens.

Kata-Kata Kunci: Zakat Produktif; Modal Usaha; Kemandirian Ekonomi Mustahik

PENDAHULUAN

Permasalahan kemiskinan masih menjadi salah satu perhatian pemerintah di negara manapun tidak terkecuali Indonesia, hal ini tentunya sekaligus menjadi tantangan bagi pemerintah melalui kebijakannya untuk mengurangi tingkat kemiskinan sehingga taraf hidup masyarakatnya dapat meningkat. Semakin tinggi tingkat kemiskinan di suatu negara, dapat dikatakan semakin rendah pula tingkat kebahagiaan di wilayah tersebut. Badan Pusat Statistik (BPS) menggunakan konsep 'pendekatan kebutuhan dasar' yang mendefinisikan kemiskinan sebagai keadaan ketidakmampuan ekonomi untuk memenuhi kebutuhan dasar makanan dan non-makanan. Dari pandangan Islam, sebagai agama *rahmatan lil 'alamin* menganjurkan agar setiap muslim dapat bekerja dengan tangannya sendiri sehingga dapat memenuhi kebutuhan hidupnya dan tidak bergantung kepada orang lain.

Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta menunjukkan bahwa sejak bulan Maret 2017 hingga sebelum pandemi, tingkat kemiskinan Jakarta sudah berada pada angka penurunan. Kenaikan tingkat kemiskinan mulai terjadi pada periode Maret 2019 ke Maret 2020, salah satunya dipicu oleh pandemi covid-19. Persentase penduduk miskin pada Maret 2020 sebesar 4,53 persen, meningkat 1,06 poin persen dibanding Maret 2019 yang sebesar 3,47 persen. Selanjutnya jumlah penduduk miskin pada tahun 2021 sebanyak 501,92 ribu orang setara dengan 4,72 persen dari total penduduk DKI Jakarta, meningkat 21,06 ribu orang dibanding Maret 2020 yang sebanyak 480,86 ribu orang. Ini menunjukkan bahwa tingkat penduduk miskin di DKI Jakarta masih relatif tinggi meskipun sebelumnya sempat mengalami penurunan namun tidak terlalu signifikan. Berbagai macam faktor penyebab bertambahnya angka kemiskinan di Jakarta antara lain karena masih banyak masyarakat yang belum memiliki penghasilan tetap sehingga mempengaruhi kemampuan daya belinya, selain itu banyak masyarakat yang bekerja di sektor informal dan UMKM, sementara sektor tersebut bergantung dari aktivitas perekonomian yang terpaksa melambat karena adanya pandemi covid-19 (Badan Pusat Statistik DKI Jakarta, 2021).

Zakat dianggap sebagai salah satu cara untuk mengurangi tingkat kemiskinan. Dalam istilah ekonomi Islam, zakat adalah tindakan mentransfer kekayaan dari si kaya kepada kaum miskin. Dari kegiatan transfer harta ini, diharapkan dapat membawa perubahan ekonomi yang kemudian digunakan oleh penerima harta untuk kegiatan produksi maupun konsumsi. Melalui pendekatan ekonomi, zakat dapat berkembang menjadi konsep sosial (*muamalah*), yaitu konsep bagaimana manusia melakukan kehidupan sosial, termasuk dalam bentuk ekonomi. Tujuan zakat tidak hanya untuk membantu masyarakat miskin dalam hal konsumtif tetapi juga memiliki tujuan jangka panjang yaitu untuk mengurangi tingkat kemiskinan.

Peran lembaga zakat sangat penting sebagai penghubung maupun penyedia jasa baik dalam pengumpulan, pendistribusian, pengelolaan dan pendayagunaan sekaligus pengawasan dana *zakat, infaq dan shadaqah* guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan data dari Badan Amil Zakat Nasional dalam Laporan Pelaksanaan Pengelolaan Zakat Nasional Tahun 2020, jumlah OPZ (Organisasi Pengumpul Zakat) khususnya di provinsi DKI Jakarta sebanyak 19 OPZ yang terdiri dari 1 BAZNAS Provinsi, 12 LAZ berskala nasional, 1 LAZ berskala provinsi dan 5 LAZ berskala kota/kabupaten. Ini menunjukkan bahwa dengan semakin banyak jumlah OPZ (Organisasi Pengumpul Zakat) yang tersedia di wilayah tersebut maka akan semakin banyak pula mustahik yang dapat terbantu.

BAZNAS (Bazis) Provinsi DKI Jakarta adalah salah satu badan amil zakat yang menerapkan pendistribusian dan pendayagunaan dana zakat produktif dalam bentuk modal usaha melalui Program ZMART, dimana dalam program tersebut fokus utamanya yaitu untuk membantu para *mustahik* mengembangkan usahanya sehingga diharapkan dapat mengurangi tingkat kemiskinan, meningkatkan pendapatan masyarakat dan memberikan kemandirian berekonomi khususnya di wilayah DKI Jakarta.

Berdasarkan melihat kondisi masyarakat yang memiliki potensi usaha namun terkendala modal usaha sehingga tidak adanya pengembangan dalam usahanya, kebutuhan lebih besar dari pendapatan yang ada sehingga belum bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari, serta peningkatan jumlah penduduk miskin yang masih relatif tinggi. Atas dasar permasalahan tersebut, peneliti melakukan penelitian mengenai evaluasi program ZMART BAZNAS (Bazis) Provinsi DKI Jakarta dalam mencapai tujuan untuk menciptakan kemandirian ekonomi sehingga diharapkan dapat mengurangi tingkat kemiskinan dan memperkecil kelompok mustahik khususnya di DKI Jakarta dimana dalam hal ini peneliti membatasi cakupan penelitiannya di wilayah Jakarta Utara karena wilayah tersebut memiliki tingkat kenaikan persentase angka kemiskinan paling tinggi khususnya pada tahun 2020 ke tahun 2021 yaitu sebesar 0,46% dari 6,78% ke 7,24%. (Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta, 2021).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, permasalahan yang akan diteliti adalah; 1) Apakah program ZMART BAZNAS (Bazis) Provinsi DKI Jakarta mampu menciptakan kemandirian ekonomi mustahik?, 2) Berapa lama jangka waktu keberhasilan mustahik setelah mengikuti program ZMART BAZNAS (Bazis) Provinsi DKI Jakarta?

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, tujuan penelitian ini sebagai berikut; 1) Menganalisis program ZMART BAZNAS (Bazis) Provinsi DKI Jakarta dalam menciptakan kemandirian ekonomi mustahik, 2) Menganalisis jangka waktu keberhasilan mustahik setelah mengikuti program ZMART BAZNAS (Bazis) Provinsi DKI Jakarta.

TINJAUAN PUSTAKA

Zakat adalah bagian tertentu dari kekayaan yang Allah perintahkan untuk dikeluarkan dan diberikan kepada yang berhak (*mustahiq*). Dalam Al-Quran disebutkan, “*Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan menyucikan mereka*” (QS. at-Taubah [9]: 103). Sementara menurut Peraturan Menteri Agama No 52 Tahun 2014, Zakat adalah harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim atau badan usaha yang dimiliki oleh orang islam untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat islam.

Menurut Mursyaidi (2013), Pendistribusian dana zakat adalah aktifitas atau kegiatan untuk mengatur sesuai manajemen dalam upaya menyalurkan dana zakat dari pihak muzakki kepada mustahik sehingga tercapai tujuan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan dapat memperkecil masyarakat miskin dan pada akhirnya akan meningkatkan kelompok

muzakki. Sejauh ini, terdapat dua jenis pola dalam penyaluran dana zakat yaitu; 1) Distribusi Dana Zakat Konsumtif, zakat yang dibagikan kepada mustahik dapat digunakan secara langsung untuk kegiatan konsumtif yang realisasinya tidak akan jauh dari pemenuhan kebutuhan sembako bagi kelompok delapan asnaf, 2) Distribusi Dana Zakat Produktif, bentuk pendistribusian dana zakat produktif ini adalah pemberian zakat untuk jangka panjang secara kolektif oleh lembaga amal zakat yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dari berbagai aspek seperti pembuatan program yang dapat memberikan manfaat bagi orang lain. Pemberian dana zakat produktif ini dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan jangka panjang dan tidak habis dalam jangka waktu pendek saja.

Pengertian modal disampaikan oleh Istinganah (2019) yaitu kekayaan yang dimiliki oleh pemilik usaha, baik dalam bentuk uang ataupun barang yang dapat digunakan untuk memberika keuntungan di masa yang akan datang. Adapun fungsi dan tujuan dari modal usaha menurut Fitriah, Murjana & Suardana (2020) yaitu; 1) Jaminan kontinuitas operasional kegiatan usaha, modal usaha sangat penting untuk keberlanjutan operasional kegiatan usaha agar dapat terus berjalan dengan lancar, 2) Membantu pemilik usaha dalam pembuatan keputusan, modal usaha yang dimiliki dapat membantu pemilik usaha mengetahui kondisi usaha yang sedang dijalankan, apakah usaha sedang dalam keadaan baik atau sebaliknya sehingga mempengaruhi dalam pengambilan keputusan di masa mendatang, 3) Memberi upah ke karyawan atau pekerja, modal sangat diperlukan untuk diberikan kepada karyawan atau pekerja dalam bentuk gaji maupun tunjangan, 4) Simpanan, selain untuk keperluan operasional, modal dapat digunakan sebagai simpanan untuk mengantisipasi dari hal-hal yang tidak diinginkan.

Menurut Arikunto (2014), evaluasi program adalah rangkaian kegiatan yang dilakukan dengan sengaja untuk melihat tingkat keberhasilan suatu program. Evaluasi program merupakan kegiatan yang dimaksudkan untuk mengetahui seberapa tinggi tingkat keberhasilan dari kegiatan yang telah direncanakan. Adapun tujuan dan fungsi dari evaluasi yaitu; 1) Mengetahui apakah tujuan yang ditetapkan telah tercapai dalam kegiatan, 2) Memberikan pengamatan terhadap hasil, 3) Mengetahui kemampuan dan kelayakan, 4) Memberikan hasil umpan balik terhadap kegiatan yang dilaksanakan.

Salah satu model evaluasi program yaitu Model Evaluasi CSE-UCLA (*Center for the Study of Evaluation-University of California in Los Angeles*). Menurut Divayana (2017), model CSE-UCLA merupakan model evaluasi yang memiliki lima dimensi evaluasi, antara lain *system assessment* yang memberikan informasi tentang keadaan sistem, *program planning* yang membantu pemilihan program tertentu untuk memenuhi kebutuhan program, *program implementation* yang menyiapkan informasi untuk memperkenalkan program, *program improvement* yang memberikan informasi tentang fungsi atau kinerja program, *program certification* yang memberi informasi tentang manfaat atau kegunaan dari program. Model ini cocok digunakan untuk mengevaluasi program layanan yang membantu kehidupan manusia, seperti: program perpustakaan, bank, koperasi, *e-government*, *e-learning* dan lainnya.

ZMART adalah salah satu program BAZNAS (Basis) Provinsi DKI Jakarta yang bertujuan meningkatkan perekonomian masyarakat melalui modal usaha. Program ZMART memberikan bantuan berupa barang dagang yang dapat dijual seperti sembako. Sembako menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat, sehingga mempunyai nilai jual yang tinggi. Selain memberikan modal usaha berupa barang, BAZNAS (Basis) juga memberikan pelatihan usaha dan memberikan pendampingan bagi pelaku usaha. Hal ini bertujuan agar masyarakat mempunyai kemandirian ekonomi dari kalangan masyarakat menengah ke bawah di wilayah DKI Jakarta. Program ZMART merupakan salah satu upaya BAZNAS (Basis) Provinsi DKI

Jakarta untuk mengembalikan daya beli masyarakat kepada UMKM yang sempat terpuruk karena pandemi covid-19. (BAZNAS (Bazis) Provinsi DKI Jakarta, 2020).

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini adalah jenis penelitian evaluatif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian evaluatif ini digunakan untuk mengukur keberhasilan suatu kegiatan atau program dan menentukan keberhasilan suatu program apakah telah sesuai dengan yang diharapkan, sedangkan pendekatan kualitatif digunakan karena penelitian ini dilakukan pada objek yang berkembang apa adanya. Dalam pendekatan ini hasil penelitian berupa gambaran yang mengungkapkan dan menjelaskan pendistribusian dan pendayagunaan dana zakat produktif dalam bentuk modal usaha pada program ZMART BAZNAS (Bazis) Provinsi DKI Jakarta. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dari jawaban kuesioner mustahik penerima bantuan program ZMART BAZNAS (Bazis) Provinsi DKI Jakarta di wilayah Jakarta Utara dan data sekunder dari wawancara dengan Staf Pendistribusian dan Pendayagunaan BAZNAS (Bazis) Provinsi DKI Jakarta Kota Administrasi Jakarta Utara. Teknik analisis dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif kualitatif dengan pengolahan data *editing, coding, tabulating* yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dan wawancara dan menginterpretasikan hasil persentase skor pada setiap komponen evaluasi ke dalam kriteria Tingkat Capaian Responden (TCR) menurut Riduwan (2010):

Tabel 1. Kriteria Tingkat Capaian Responden

Rentang Skala	Kategori TCR
91- 100%	Sangat Baik
81% - 90%	Baik
65% - 80%	Cukup
55% - 64%	Kurang
0% - 54%	Tidak Baik

Sumber: Riduwan (2010)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian Berdasarkan Aspek *System Assessment*

Berkaitan dengan analisis kebutuhan dan tujuan yang ingin dicapai program, dapat disimpulkan bahwa pemenuhan kebutuhan dari mustahik secara garis besar sudah sesuai dengan tujuan program berdasarkan nilai skor rata-rata total 4,12 dengan tingkat capaian responden sebesar 82,40%.

Hasil tersebut didukung dengan hasil wawancara yang dilakukan kepada Staf Bidang Pendistribusian dan Pendayagunaan Zakat di BAZNAS (Bazis) DKI Jakarta Kota Administrasi Jakarta Utara sebagai pihak pengelola Program ZMART mengenai visi misi, tujuan program yang diselenggarakan secara garis besar sudah tercapai yaitu untuk meningkatkan pendapatan masyarakat kalangan menengah kebawah khususnya yang terkena dampak pandemi covid-19, penerima bantuan program mendapatkan tambahan modal usaha yang diharapkan dapat digunakan untuk mengembangkan usaha ritelnya sehingga tidak bergantung dengan bantuan lain, meningkatkan daya saing usahanya serta menciptakan kemandirian ekonomi. Strategi yang dilakukan dalam mempersiapkan program ini yaitu dengan membuat beberapa konsep bantuan seperti *repeat order* dengan memberikan bantuan langsung ke mustahik dengan nominal tertentu

sesuai dengan klasifikasi yang telah ditetapkan, bantuan yang diberikan dapat berupa sembako, *branding* toko, produk ayam potong beku yang sudah diungkep (*Ayam Monas*). Dari segi dukungan terhadap penyelenggaraan program, baik dari civitas BAZNAS (Basis) Provinsi DKI Jakarta maupun masyarakat sekitar memberikan dukungan yang positif terhadap program, masyarakat merasa sangat terbantu dengan adanya tambahan modal usaha untuk pembelian sarana dan prasarana dan keperluan usaha lainnya berkat adanya Program ZMART BAZNAS (Basis) Provinsi DKI Jakarta.

Husein & Widiastuti (2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa zakat dapat digunakan untuk membangun infrastruktur dan pelayanan, merancang program-program yang efektif sehingga menghantarkan kehidupan para mustahik menjadi lebih mudah. Pemberian modal untuk usaha memiliki dampak terhadap peningkatan pendapatan mustahik, modal digunakan untuk kegiatan produksi dan jika jumlah permintaan semakin meningkat maka otomatis jumlah pelanggan akan bertambah. Sukri (2018) menyatakan bahwa dengan program zakat produktif secara umum sangat membantu mustahik dalam meningkatkan kualitas hidup mandiri dan mengurangi tingkat kemiskinan, karena setelah mengikuti program, mustahik dapat memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari dan keadaan hidupnya lebih membaik. Sejalan dengan penelitian ini terkait dengan analisis kebutuhan program dan tujuan program, kebutuhan mustahik akan pemberian bantuan modal usaha dan adanya dukungan dari civitas BAZNAS (Basis) maupun masyarakat sekitar karena dinilai akan sangat membantu masyarakat dalam memulihkan kondisi ekonomi mereka akibat adanya pandemi covid-19.

Hasil Penelitian Berdasarkan Aspek *Program Planning*

Berkaitan dengan perencanaan dan pembuatan keputusan dalam penyelenggaraan program, dapat disimpulkan bahwa perencanaan yang dibuat untuk penyelenggaraan Program ZMART tersebut dapat dikatakan cukup baik berdasarkan nilai rata-rata skor total 3,79 dengan nilai tingkat capaian responden sebesar 75,83%.

Hasil analisis dari jawaban responden tersebut didukung dengan wawancara yang ditunjukkan kepada Staf Bidang Pendistribusian dan Pendayagunaan BAZNAS (Basis) DKI Jakarta Kota Administrasi Jakarta Utara sebagai pihak pengelola Program ZMART terkait kesiapan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan cukup baik karena sebelum pendamping turun ke lapangan, mereka diberikan pembekalan berupa pelatihan terkait mekanisme program, materi pelatihan ke mustahik, serta penanganan terhadap masalah yang kemungkinan dapat terjadi saat di lapangan. Sedangkan sarana dan prasarana pendukung penyelenggaraan program masih terus dilakukan pengembangan seperti penyediaan barang-barang pendukung untuk kegiatan usaha dan pemberian fasilitas seperti *branding* warung penerima manfaat, alat pendingin untuk penyimpanan produk beku, penggunaan *scanner* dan alat print untuk bukti pembelian. Tujuan kedepannya agar para pelaku usaha dapat mengelola usahanya dengan sistem seperti minimarket namun dengan skala yang lebih kecil. Hasil pencapaian tersebut didukung pula dari segi kesiapan pemberian dana dari BAZNAS (Basis) Provinsi DKI Jakarta yang lancar, dana akan langsung disalurkan melalui rekening mustahik setelah sebelumnya mendapatkan konfirmasi dari BAZNAS (Basis) Jakarta Utara. Bantuan yang disalurkan dapat berupa sembako, *branding* dan santunan yang dialokasikan ke wilayah melalui kelurahan dalam bentuk pemberian *voucher* atau kupon yang dapat ditukarkan ke warung penerima bantuan Program ZMART.

Perencanaan program mencakup kesiapan pemberian modal usaha, sarana dan prasarana dan pemberian pelatihan terhadap mustahik penerima bantuan program. Hasil penelitian ini sejalan teori yang disampaikan oleh Jaya & Huraiah (2020) dalam penelitiannya bahwa perencanaan yang baik dapat dicapai dengan mempertimbangkan kondisi dimasa yang akan datang dan kegiatan yang diputuskan akan dilaksanakan. Artinya, dalam perencanaan sebuah program, harus memperhatikan beberapa aspek seperti hasil yang ingin dicapai, apa yang akan dilakukan, waktu dan skala prioritas serta dana agar pengelolaan zakat produktif sesuai dengan tujuan dan tepat sasaran.

Hasil Penelitian Berdasarkan Aspek *Program Implementation*

Berkaitan dengan persiapan untuk memperkenalkan program ke masyarakat, dapat disimpulkan bahwa kegiatan sosialisasi yang dilakukan pada Program ZMART dapat dikatakan cukup baik berdasarkan nilai skor rata-rata total 3,83 dengan nilai tingkat capaian responden sebesar 76,50%.

Hasil analisis jawaban responden tersebut didukung oleh hasil wawancara dengan Staf Bidang Pendistribusian dan Pendayagunaan Zakat di BAZNAS (Bazis) DKI Jakarta Kota Administrasi Jakarta Utara sebagai pihak pengelola Program ZMART mengenai persiapan untuk memperkenalkan program yang berkaitan dengan sosialisasi yang dilakukan, secara garis besar dikategorikan cukup baik. Sosialisasi terhadap pelaksanaan program ini sangat penting untuk terus ada kedepannya, hal ini berkaitan dengan program-program yang ada di BAZNAS (Bazis) Provinsi DKI Jakarta, dimana penghimpunan dana dari program yang ada merupakan dana dari para muzakki, maka perlu dilakukan sosialisasi baik ke tingkat wilayah, kelurahan maupun RT dan RW sebagai bentuk transparansi terhadap realisasi dana yang dihimpun dari para muzakki melalui lembaga BAZNAS (Bazis) Provinsi DKI Jakarta. Sosialisasi yang diberikan mencakup pengenalan program, sarana dan prasarana, pemberian bantuan modal usaha, serta kegiatan pelatihan dan pendampingan. Kegiatan sosialisasi diberikan satu kali setelah BAZNAS (Bazis) menentukan mustahik yang terpilih sebagai penerima bantuan program, sebelumnya mustahik tersebut telah di data oleh pihak kelurahan setempat maupun tim pengelola Program ZMART.

Anwar (2018) menyatakan bahwa untuk mencapai zakat produktif, diperlukan adanya pengelolaan. Dalam pengelolaan tersebut meliputi kegiatan sosialisasi, sosialisasi program dilakukan untuk menyamakan persepsi calon penerima dengan program yang diberikan sehingga perlu dilakukan sosialisasi setiap satu bulan sekali agar kegiatan usaha mustahik dapat terpantau berkembang dengan baik. Yulinda & Susilo (2022) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa sosialisasi program dilakukan agar informasi mengenai program dapat tersampaikan dengan baik ke masyarakat, terutama bagi penerima bantuan modal usaha. Jika sosialisasi yang diberikan kurang, maka akan menyebabkan jumlah mustahik penerima bantuan program menjadi sedikit. Sejalan dengan penelitian ini, diperlukan tambahan kuantitas pelaksanaan sosialisasi untuk mempertahankan jumlah mustahik yang menerima bantuan program agar dapat terpantau dengan lebih baik.

Hasil Penelitian Berdasarkan Aspek *Program Improvement*

Berkaitan dengan fungsi dan kinerja dari program apakah program tersebut berjalan menuju pencapaian tertentu yang diharapkan, dimana pencapaian yang diharapkan dalam Program ZMART yaitu dapat membantu mustahik dalam meningkatkan pendapatannya dan terwujudnya kemandirian berwirausaha dapat dikatakan cukup baik berdasarkan nilai rata-rata total sebesar 3,48 dan nilai tingkat capaian responden sebesar 69,50%.

Hasil analisis jawaban responden tersebut didukung dengan hasil wawancara yang ditunjukkan kepada Staf Bidang Pendistribusian dan Pendayagunaan Zakat di BAZNAS (Bazis) DKI Jakarta Kota Administrasi Jakarta Utara sebagai pihak pengelola Program ZMART, terkait dengan proses kegiatan pelatihan dan pendampingan yang diberikan dapat dikatakan masih kurang karena sampai saat ini masih bersifat tentatif dan belum dilakukan secara berkala, hal ini disebabkan karena adanya pandemi covid-19 sehingga adanya kebijakan pembatasan pertemuan sehingga tidak memungkinkan diadakannya kegiatan pelatihan secara langsung. Bentuk pelatihan yang diberikan yaitu penggunaan aplikasi ZMART untuk pengelolaan usaha secara *online*, strategi untuk meningkatkan daya saing usaha agar konsumen lebih tertarik melakukan pembelian produk di warung binaan Program ZMART. Selanjutnya, terkait dampak dari proses pelatihan dan pendampingan yang diberikan terhadap kemampuan mustahik dalam mengelola kegiatan usahanya dapat dikatakan cukup baik. Meskipun mustahik penerima manfaat memiliki semangat berwirausaha dan mau membuka wawasannya tetapi masih kurangnya pengawasan intens dan pemberian pelatihan tentunya hal ini akan memberikan dampak terhadap kemampuan mustahik dalam mengelola usahanya.

Fitri (2017) menyatakan bahwa pendayagunaan dana zakat untuk kegiatan ekonomi produktif harus disertai dengan pendampingan secara teknis maupun manajemen karena sebagai pelaku usaha yang masih baru tentunya membutuhkan bimbingan dan pendampingan untuk meminimalisir terjadinya kegagalan dalam pengelolaan usaha. Nuriana (2020) berpendapat bahwa mustahik yang mengikuti pelatihan usaha, kemungkinan besar akan menambah keterampilan tenaga kerja untuk mengelola usahanya. Adanya pelatihan yang tepat dapat memberikan keuntungan agar para mustahik dapat meningkatkan potensi diri.

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa kuantitas pemberian kegiatan pelatihan dan pendampingan usaha masih kurang karena adanya pandemi covid-19 yang membatasi pertemuan secara langsung dan pihak BAZNAS (Bazis) tidak melakukan kegiatan pelatihan secara *online* sehingga diperlukan penambahan kuantitas pelaksanaan pelatihan usaha agar dapat memaksimalkan pencapaian tujuan program yaitu menumbuhkan kemandirian berwirausaha. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Danuludin & Hakiem (2021) dalam kendala yang dihadapi BAZNAS Kota Bogor di masa pandemi covid-19 adalah terbatasnya ruang gerak BAZNAS Kota Bogor untuk melakukan pengawasan langsung kepada penerima bantuan program zakat produktif sehingga upaya pengembangan juga sulit untuk dilakukan.

Hasil Penelitian Berdasarkan Aspek *Program Certification*

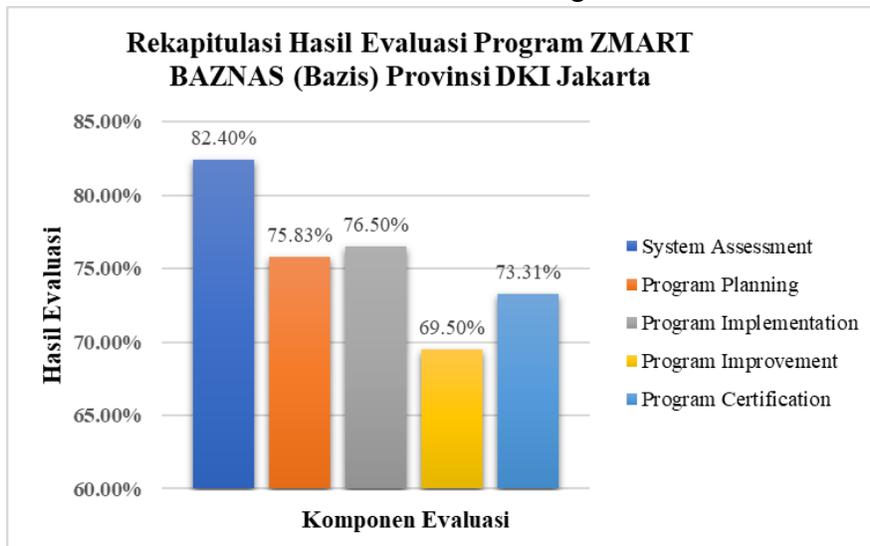
Berkaitan dengan nilai atau kegunaan dari program terhadap manfaat yang dapat dirasakan oleh masyarakat secara garis besar dapat dikatakan cukup baik berdasarkan nilai skor rata-rata total 3,67 dengan nilai tingkat capaian responden sebesar 73,31%.

Adanya Program ZMART ini dapat dirasakan secara langsung manfaatnya oleh mustahik yaitu dengan pemberian modal usaha dalam bentuk bahan-bahan pokok, *branding* dengan pengecatan warung dan pemasangan plang ZMART, pemberian alat pendingin untuk penyimpanan produk beku. Program ZMART ini menurut tanggapan mustahik sesuai dengan harapan mereka dalam meningkatkan pendapatan usaha, dibuktikan dengan rata-rata mustahik mengalami peningkatan pendapatan dalam jangka waktu 1 sampai 3 tahun. Tim pengelola Program ZMART sudah berusaha untuk memberikan pelayanan dengan baik sesuai dengan kebutuhan mustahik seperti memberikan akses komunikasi yang baik dengan menyediakan forum diskusi melalui *WhatsApp Group* di masing-masing wilayah DKI Jakarta bagi para penerima bantuan program sebagai media bertukar informasi dan penyampaian kritik dan saran.

Media tersebut dipilih karena rata-rata mustahik penerima bantuan program berada di kelompok usia 46-55 tahun dan memiliki keterbatasan pengetahuan menggunakan teknologi.

Menurut Rahmadhani (2021) yang menyatakan bahwa pendistribusian dana zakat produktif dapat mempengaruhi tingkat pendapatan mustahik dengan meningkatnya kemampuan mustahik dalam mencukupi kebutuhan sehari-hari. Penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Syahriza, Harahap & Fuad (2019) dalam pendistribusian zakat produktif oleh Rumah Zakat Sumatera Utara dinilai sudah efektif dalam meningkatkan kesejahteraan mustahik dengan meningkatnya pendapatan delapan dari tiga belas orang mustahik. Adanya program zakat produktif dalam bentuk modal usaha dapat dirasakan manfaatnya meskipun belum secara optimal, tidak hanya dari segi pemberian bantuan modal, tetapi juga dari segi pelayanan berupa kemudahan akses komunikasi maupun media penyampaian kritik dan saran terkait dengan program. Dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti bahwa bentuk dana zakat produktif yang diberikan oleh ZMART BAZNAS (Bazis) Provinsi DKI Jakarta dalam bentuk dana hibah, mustahik tidak memiliki kewajiban untuk mengembalikan dana tersebut dan sudah menjadi hak milik mustahik untuk digunakan dalam mengembangkan usahanya, mustahik hanya perlu mengikuti prosedur dan aturan yang diberikan dari BAZNAS (Bazis) Provinsi DKI Jakarta yaitu mengikuti pelatihan dan pendampingan.

Berikut rekapitulasi hasil evaluasi pelaksanaan Program ZMART BAZNAS (Bazis) Provinsi DKI Jakarta di Kota Jakarta Utara diberikan oleh gambar 1:



Gambar 1; Rekapitulasi Hasil Evaluasi Program ZMART BAZNAS (Bazis) Provinsi DKI Jakarta

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan di BAZNAS (Bazis) Provinsi DKI Jakarta Kota Administrasi Jakarta Utara terkait dengan pendistribusian dana zakat produktif dalam bentuk modal usaha pada Program ZMART, maka kesimpulan yang dapat diambil mengacu kepada tujuan penelitian, yaitu; 1) Program ZMART BAZNAS (Bazis) Provinsi DKI Jakarta secara garis besar dapat meningkatkan kemandirian ekonomi mustahik khususnya di wilayah Jakarta Utara. Hasil evaluasi pelaksanaan program jika dilihat dari keseluruhan komponen evaluasi berdasarkan model evaluasi CSE-UCLA mendapatkan nilai sebesar 75,51% dengan kategori “Cukup”. Adapun masih ditemukan beberapa kendala dalam pelaksanaan program seperti kurangnya kuantitas pelaksanaan pelatihan dan *monitoring* lebih lanjut terhadap

mustahik yang tidak melakukan *repeat order* melalui BAZNAS (Bazis) serta tidak adanya laporan hasil usaha terhadap mustahik penerima bantuan program, 2) Dilihat dari jangka waktu keberhasilan mustahik setelah mengikuti Program ZMART BAZNAS (Bazis) Provinsi DKI Jakarta, rata-rata mustahik mengalami peningkatan pendapatannya dalam jangka waktu 1 sampai 3 tahun setelah mengikuti program tersebut. Hal ini karena kebutuhan utama yang sangat diperlukan mustahik yaitu tambahan modal usaha untuk pengelolaan usahanya. Jika terdapat mustahik yang gagal dalam mengelola usahanya, biasanya karena adanya faktor lain seperti letak geografis tempat usaha dan jenis produk yang dijual kurang sesuai dengan minat konsumen, tidak mengikuti kegiatan pelatihan yang diberikan, serta faktor pengeluaran lebih besar daripada penerimaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, A. T. (2018, Juni). Zakat Produktif Untuk Pemberdayaan Ekonomi Umat. *Jurnal Zakat dan Wakaf, Vol 5 No. 1*, 52-55.
- Arikunto, S., & Jabar, A. (2014). *Evaluasi Program Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Badan Amil Zakat Nasional. (2019). *Statistik Zakat Nasional*. Jakarta: Badan Amil Zakat Nasional.
- Badan Pusat Statistik. (2022, March 17). *BPS Provinsi DKI Jakarta*. Retrieved from <https://jakarta.bps.go.id/indicator/23/645/1/garis-kemiskinan-jumlah-dan-persentase-penduduk-miskin-di-daerah-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-dki-jakarta.html>: jakarta.bps.go.id
- BAZNAS (Bazis) DKI Jakarta. (2020, December 29). *baznasbazisdki.id*. Retrieved from <https://baznasbazisdki.id/program/zmart-upaya-baznas-bazis-dki-jakarta-berdayakan-pedagang-to-ko-kelontong-di-tengah-gempuran-toko-modern/>: <https://baznasbazisdki.id>
- Danuludin, M., Ibdalsyah, & Hakiem, H. (2021). Implementasi Pendistribusian Zakat Produktif Untuk Usaha Mikro Mustahik Di Era Pandemi Covid-19: Studi Kasus Program Bogor Berkah Baznas Kota Bogor. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, Vol 4 No 1*, 106. doi:1047467/elmal.v4i2.517
- Divayana, D. G. (2017). Evaluasi Pelaksanaan Blended Learning di SMK IT Udayana Menggunakan Model CSE-UCLA. *Jurnal Pendidikan Vokasi, 7 No 1*, 67.
- Fitri, M. (2017). Pengelolaan Zakat Produktif Sebagai Instrumen Peningkatan Kesejahteraan Umat. *Jurnal Ekonomi Islam t Volume 8, Nomor 1*, 169.
- Fitriah, Murjana, & Suardana. (2020). Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi, Modal Usaha, Lama Usaha dan Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecamatan Pringgabaya Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Syariah (ALIANSI), 2*.
- Husein, A. A., & Widiastuti, T. (2020). Dampak Pemberdayaan Zakat Produktif Dalam Tingkat Keberhasilan Mustahik. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan, Vol. 7 No. 6*.
- Istinganah, N. F. (2019). *Pengaruh Modal Usaha, Tingkat Pendidikan Dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Perkembangan Usaha Kecil Dan Menengah Kecamatan Pedurungan Kota Semarang*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Jaya, D. P., & Hurairah. (2020). Zakat Produktif Sebagai Modal Usaha Masyarakat (Studi Badan Amil Zakat Kota Bengkulu). *AL-IMARAH: Jurnal Pemerintahan dan Politik Islam, 2 No. 2*, 238.
- Menteri Agama Republik Indonesia. (2014). *Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 52 Tahun 2014 Tentang Syarat Dan Tata Cara Penghitungan Zakat Mal Dan Zakat Fitrah Serta Pendayagunaan Zakat Untuk Usaha Produktif*. Jakarta.
- Mursyaidi. (2013). *Akuntansi Zakat Kontemporer*. Bandung: PT Rosdakarya.
- Nuriana, M. A. (2020, Juni). Pengaruh Pendayagunaan Zakat Produktif Dan Pelatihan Usaha Terhadap Pendapatan Mustahik. *Jurnal Studi Islam dan Sosial, 1 No 1*, 57.
- Rahmadhani, D. (2021). *Analisis Pendistribusian Dana Zakat Produktif Terhadap Pendapatan Mustahik Di BAZNAS Provinsi Sumatera Utara*. Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Riduwan. (2010). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sukri, F. B. (2018). *Analisis Program Zakat Produktif Sebagai Pengentasan Kemiskinan Pada Lembaga Pengelola Zakat Di Kota Yogyakarta*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

- Syahriza, M., Harahap, P., & Fuad, Z. (2019). Analisis Efektivitas Distribusi Zakat Produktif Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Mustahik (Studi Kantor Cabang Rumah Zakat Sumatera Utara). *AT-TAWASSUTH: Volume IV No. 1*, 155-156.
- Yulinda, & Susilo, J. (2022). Efektivitas Pendayagunaan Dana Zakat, Infak dan Sedekah Melalui Program Pengembangan Ekonomi MAPAN (Mandiri Terdepan) pada Baitul Maal Hidayatullah Samarinda. *JESM: JURNAL EKONOMI SYARIAH MULAWARMAN*.

Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Melalui Media Sosial TikTok Terhadap Keputusan Belanja di Aplikasi Tokopedia Dengan Kemudahan Sebagai Variabel Moderasi

Salsabila Khairunnisa¹⁾, Sylvia Rozza,¹⁾

¹⁾ salsabila.khairunnisa.ak18@mhs.wpnj.ac.id

²⁾ sylvia.rozza@akuntansi.pnj.ac.id

Politeknik Negeri Jakarta, Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, Kukusan, Kecamatan Beji, Kota Depok, Jawa Barat 16425.

ABSTRACT

The digitalization revolution makes it simpler for humans to store and even retrieve information. Furthermore, digitalization creates new economic opportunities for entrepreneurs, with the internet serving as the core of operations. E-commerce is the name given to this new type of company. Tokopedia, one of Indonesia's largest e-commerce enterprises, was established in 2009. Tokopedia, on the other hand, has just 244.34 million users, according to statistics. This figure is still lower than Shopee, which has 834.52 million users. Moreover, some users continue to encounter difficulties when using the Tokopedia program. The purpose of this study is to examine the impact of electronic word of mouth via social media TikTok on purchase decisions on the Tokopedia application, as moderated by the perceived ease of use variable. Simple regression analysis and Moderated Regression Analysis (MRA) were applied in the study, with data collected through the use of a questionnaire instrument distributed to 100 respondents. According to the findings of this study, partially electronic word of mouth via social media TikTok has a substantial impact on purchasing decisions. Other findings, however, indicate that perceived ease of use does not moderate the association between the electronic word of mouth and purchasing decisions. This study is likely to have implications for Tokopedia as an additional reference in raising the number of users by enhancing Tokopedia-related content on the TikTok app and improving the quality of its services, such as expanding the range of payment options.

Keywords: *Electronic Word of Mouth, E-commerce, Perceived Ease of Use, Purchase Decision, TikTok, Tokopedia.*

ABSTRAK

Fenomena digitalisasi semakin memudahkan manusia dalam menyimpan bahkan mengakses sebuah informasi. Selain itu, digitalisasi juga membuka lini usaha baru bagi para pebisnis dengan jantung operasionalnya adalah internet. Lini usaha baru tersebut dikenal dengan e-commerce. Tokopedia merupakan salah satu perusahaan e-commerce besar di Indonesia yang berdiri pada tahun 2009 silam. Namun, data menunjukkan jika Tokopedia hanya memiliki jumlah pengguna sebesar 244.34 juta. Jumlah ini masih kalah dengan pesaingnya, Shopee yang memiliki pengguna sebesar 834,52 juta. Selain itu beberapa pengguna juga masih menemukan adanya hambatan dalam pengguna aplikasi Tokopedia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari electronic word of mouth melalui media sosial TikTok terhadap keputusan berbelanja di aplikasi Tokopedia yang dimoderasi oleh variabel kemudahan.

¹ Corresponding author. E-mail: salsabila.khairunnisa.ak18@mhs.wpnj.ac.id

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana dan Moderated Regression Analysis (MRA) dengan pengumpulan data menggunakan instrumen kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial electronic word of mouth melalui media sosial TikTok memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berbelanja. Namun, hasil lain menunjukkan jika kemudahan tidak memoderasi hubungan antara electronic word of mouth dan keputusan berbelanja. Penelitian ini diharapkan memiliki implikasi bagi Tokopedia sebagai acuan tambahan dalam meningkatkan jumlah penggunaannya dengan memperbanyak konten terkait Tokopedia di aplikasi TikTok dan dapat meningkatkan kualitas produknya, seperti memperbanyak variasi metode pembayaran.

Kata-Kata Kunci: *Electronic Word of Mouth, E-commerce, Kemudahan, Keputusan Belanja, TikTok, Tokopedia*

PENDAHULUAN

E-commerce adalah proses jual beli dan memasarkan barang serta jasa melalui sistem elektronik, seperti radio, televisi dan jaringan komputer atau internet, (Wong, 2013). E-commerce memiliki fasilitas yang memudahkan penggunaannya dalam membandingkan beberapa brand, selain itu konsep e-commerce juga dibuat sedemikian rupa seperti offline store dengan menyajikan fitur interaksi antara penjual dan pembeli untuk mempengaruhi keputusan belanjanya (Rosario dan Raimundo, 2021). Semenjak adanya fenomena e-commerce ini, gaya hidup masyarakat pun berubah. Pembelian barang, kini tidak perlu repot-repot pergi keluar rumah, cukup membutuhkan perangkat ponsel, barang yang diinginkan dapat dibeli.

Transaksi e-commerce merupakan transaksi yang sah dilakukan dalam Islam karena didasarkan pada prinsip masalah, yang berarti mengambil manfaatnya dan menolak mudharatnya untuk mencapai tujuan syara' atau memenuhi hukum Islam. Pada umumnya, transaksi e-commerce merupakan transaksi yang terjadi ketika pembayaran dilakukan di muka dan barang akan diekspedisi terlebih dahulu, karena jarak pembeli yang jauh. Jika dikaitkan dengan ekonomi Islam, transaksi ini termasuk ke dalam *Ba'i Salam*.

Tokopedia merupakan salah satu epigon dari *e-commerce* terbesar di Indonesia, tidak hanya menyediakan platform untuk berbelanja online, Tokopedia juga menyediakan fitur pembayaran tagihan rumah tangga, seperti air, listrik dan gas. Seaasia.co salah satu kanal jurnalistik di Asia Tenggara, pada tahun 2020 merilis "*Top 10 Retail Company in Southeast Asia*" dan menunjukkan Tokopedia menduduki urutan pertama dan berhasil mengungguli SM Retail, perusahaan besar dari Filipina dan Central Group, perusahaan konglomerat dari Thailand. Melansir dari Kompas.com Lasono (2021) dalam artikelnya yang berjudul "Persaingan E-commerce Ketat, Shopee Unggul dalam Jumlah Kunjungan Pengguna" menyatakan bahwa jumlah pengguna aktif Tokopedia per-bulannya mencapai 244.34 juta pengguna. Hal ini cukup membuktikan Tokopedia merupakan perusahaan startup yang besar. Meskipun begitu, Tokopedia masih kalah dalam menggaet banyak pengguna di Indonesia, karena salah satu pesaingnya yakni Shopee memiliki jumlah pengguna yang sangat besar, seperti disampaikan dalam Lasono (2021) jumlah pengguna Shopee mencapai angka yang fantastis, yaitu sebesar 834,52 juta.

Pada tahun 2021, perusahaan riset pasar asal Prancis, IPSOS melakukan survei mengenai persaingan e-commerce di Indonesia yang mengikutsertakan tiga perusahaan e-commerce besar

di Indonesia, Shopee, Tokopedia dan Lazada. Dilansir dari Perkasa (2022), survei IPSOS menggunakan empat indikator, yaitu BUMO (Brand Use Most Often), Top of Mind, penetrasi konsumen dan nilai transaksi dalam tiga bulan terakhir. Survei yang dilakukan pada 1000 responden dengan rincian 50% generasi milenial dan 40% generasi Z menghasilkan e-commerce Shopee menduduki peringkat pertama pada setiap indikator, sedangkan Tokopedia hanya berhasil menduduki posisi kedua. Jika melihat dari riset yang dilakukan IPSOS, hal ini mengindikasikan bahwa masih kurangnya jumlah pengguna di *e-commerce* Tokopedia.

Namun, perusahaan Tokopedia tetap melakukan berbagai promosi untuk menarik perhatian calon pengguna, dilansir dari Maarif (2021) menyatakan salah satu promosi Tokopedia adalah dengan menjalankan program WIB (Waktu Indonesia Belanja), setiap akhir bulan ketika mayoritas masyarakat Indonesia sudah menerima gaji. Pada tanggal ini juga, Tokopedia menyiarkan tayangan hiburan di TV Indonesia dengan mengundang berbagai artis ternama untuk bekerjasama dalam memasarkan Tokopedia. Tokopedia juga sering mengikuti bazaar dan berkolaborasi dengan beberapa vendor besar, seperti BBW (Big Bad Wolf), Jakcloth dan Jakarta Sneakers Day.

Dalam berpromosi, ada satu teknik promosi yang tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan, melainkan oleh konsumen lama atau tetap. Mereka akan memanfaatkan berbagai media sebagai wadah menyampaikan opininya mengenai produk yang digunakannya, baik berupa komentar, informasi atau testimoni. Inilah yang dikenal dengan *word of mouth* atau yang kini telah berevolusi menjadi *electronic word of mouth*. Menurut Peter dan Olson dalam Putri (2020) *Electronic word of mouth* merupakan alat pemasaran yang efektif dan tentunya tak ada biaya yang perlu dikeluarkan perusahaan, karena pelaku *electronic word of mouth* adalah pihak dari konsumen sendiri yang kemudian menyampaikan persepsinya kepada konsumen lain, seperti informasi tentang promosi, diskon, kegunaan produk, kemudahan dalam pemakaian dan lain-lain. Ketika ada opini positif dari orang lain terhadap suatu produk secara tidak sadar menimbulkan rasa keinginan bagi orang lain untuk membeli produk.

Pada agama islam, Allah SWT telah memerintahkan agar hamba-hamba-Nya untuk berkata dengan benar dan jujur, sebab di setiap perbuatan dan perkataan akan diminta pertanggungjawabannya di hadapan Allah SWT (Harbani, 2021). Seperti yang difirmakan Allah SWT pada surah Al-Ahzab: 70 yang memiliki arti "Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar," Oleh sebab itu, dalam penyebaran *electronic word of mouth* alangkah baiknya jika para pengguna membuat opini pribadinya dengan kata-kata yang baik, jujur dan memberikan motivasi bagi penjual untuk meningkatkan produksinya, karena di setiap kata yang ditulis dan diucapkan akan selalu ada pertanggungjawabannya di hari akhir nanti.

Ada berbagai macam platform yang dapat digunakan untuk melakukan kegiatan *electronic word of mouth*, salah satunya adalah melalui aplikasi TikTok. TikTok merupakan sebuah aplikasi untuk membuat suatu video berdurasi pendek maksimal 3 menit. Berbeda dengan aplikasi video lainnya, seperti YouTube, Facebook dan Instagram yang memberikan fitur video berbentuk *landscape*, aplikasi asal China ini memberikan kemudahan bagi penggunanya dengan video berbentuk *portrait* dan cukup dengan melakukan *scrolling ups and downs* untuk

menampilkan video. Dalam perkembangannya, TikTok berhasil memiliki jumlah pengguna yang mencapai 1 miliar pengguna pada 2021 silam, bahkan di Indonesia mencapai angka 92.2 juta pengguna TikTok dihitung per juli 2021 (Jaiver, 2021). Hal ini dapat dijadikan potensi bagi Tokopedia dalam menggaet calon penggunanya melalui *electronic word of mouth* di TikTok.

Jika dilihat kembali kesuksesan dari aplikasi TikTok, seharusnya kegiatan *electronic word of mouth* mengenai Tokopedia dapat berjalan lancar dan dapat menstimulus calon pengguna. Namun, berdasarkan survey pra penelitian yang dilakukan peneliti mengenai media *electronic word of mouth* yang memikat pengguna untuk berbelanja di Tokopedia, mereka mengaku jika aplikasi Instagram menjadi media *electronic word of mouth* yang membuat responden terpicat untuk berbelanja di Tokopedia. Ada beberapa alasan yang diungkapkan mengenai hal ini, seperti mereka lebih sering menemui iklan mengenai Tokopedia di Instagram dibanding aplikasi lain dan kerabat atau influencer yang lebih sering melakukan *review product*-nya di Instagram.

Tidak hanya *electronic word of mouth*, kemudahan dalam menggunakan teknologi menjadi salah satu factor calon pengguna memutuskan untuk menjadi penggunanya. Imas, Hidayah dan Indriastuti (2021) menyebutkan calon pengguna akan memutuskan berbelanja di *e-commerce* tergantung kepada efek yang diberikan dari fitur yang disediakan. Hasil survey penelitian pendahuluan yang dilakukan kepada beberapa pengguna aplikasi Tokopedia, mengaku fitur yang disediakan Tokopedia mudah untuk digunakan dan dipahami atau user friendly. Namun, beberapa pengguna juga mengaku mengalami hambatan dalam penggunaannya, contohnya seperti notifikasi yang terlalu banyak, tampilan yang kurang efektif dan referensi produk atau merchant yang kurang banyak. Hal ini menjadi salah satu alasan mengapa pengguna suka beralih ke platform pesaing

TINJAUAN PUSTAKA

E-commerce Tokopedia

Tokopedia merupakan salah satu perusahaan startup di bidang *e-commerce* yang didirikan oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison pada 17 Agustus 2009. Perusahaan ini mengusung model bisnis marketplace, dimana memperbolehkan baik individu, toko kecil dan brand besar untuk membuka usahanya secara online. Dikutip dari Tokopedia.com, perusahaan bernuansa hijau ini menjadi *e-commerce* terpopuler di kalangan UMKM, karena fitur yang digunakan mudah bagi penjual dan memberikan omzet yang besar bagi pelaku UMKM. Hal ini dapat dibuktikan dengan jumlah UMKM yang terdaftar di Tokopedia yang mencapai lebih dari 11 juta pelaku UMKM. Untuk memajukan UMKM Indonesia, Tokopedia menyediakan fitur yang memudahkan pembeli untuk mengakses produk UMKM, seperti Bangga Buatan Indonesia, TokoMart dan KTP (Kumpulan Toko Pilihan). Kini Tokopedia telah melakukan merger dengan perusahaan startup transportasi, yakni Gojek pada 17 Mei 2021 silam dengan nama “GoTo”.

Electronic Word of Mouth (Getok Tular)

Electronic word of mouth merupakan suatu opini subjektif yang dapat bersifat positif maupun negatif yang dibuat oleh seorang pengguna melalui media berbasis internet, sehingga

dapat menyebar dengan cepat mengenai produk yang telah digunakannya. Teknik promosi ini memiliki tingkat penyebaran yang lebih cepat daripada dari *word of mouth* konvensional karena akses dan penyebaran internet yang cepat. Seperti yang disebutkan Goyette, Ricard, Bergeron dan Marticotte (2010) *electronic word of mouth* merupakan suatu diskusi online informal yang menyebar dengan cepat antara individu mengenai sebuah produk atau jasa.

Pada penelitian ini, wadah *electronic word of mouth* yang dipilih adalah TikTok. Banyak pengguna yang memanfaatkan platform TikTok untuk mengunggah video kreasinya, ada yang berupa tarian, menyanyi hingga promosi produk, termasuk mengunggah pengalamannya dalam menggunakan suatu produk, sehingga hal ini menjadikan Tik-Tok sebagai salah satu alat Electronic Word of Mouth.

Dengan penggunaan TikTok sebagai alat *electronic word of mouth* akan memudahkan orang lain untuk melihat bagaimana visualisasi produknya secara jelas, tidak hanya sekedar ulasan orang berupa komentar yang menjadi penghalang calon pengguna untuk melihat produk secara langsung

Kemudahan

Davis (1989) mengungkapkan kemudahan (*perceived ease of use*) adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa memanfaatkan teknologi akan lebih efektif, karena tidak membutuhkan usaha yang keras dari penggunaannya. Pada konsep ini berisikan mengenai tujuan dari penggunaan teknologi dan kemudahan penggunaannya dengan tujuan menyesuaikan keinginan pengguna (Davis dalam Dewi, 2021). Seorang pengguna memiliki persepsi akan percaya pada konsep ini jika teknologi dapat memudahkan pekerjaannya. Dengan ini dapat disimpulkan, jika kemudahan merupakan opini subjektif pengguna mengenai kepercayaan nya atas seberapa jauh teknologi dapat memudahkan kegiatannya

Keputusan Berbelanja

Keputusan berbelanja adalah keadaan ketika seorang konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk dari suatu *brand* yang biasanya membutuhkan banyak pertimbangan. Setiap konsumen sering dihadapkan berbagai pilihan produk sebelum membeli, mereka akan membandingkan produk tersebut dari berbagai aspek, seperti kualitas, harga dan promosi, sehingga konsumen sering membutuhkan waktu yang lama dalam memutuskan berbelanja seperti yang disampaikan oleh Stahlberg dan Maila (2010) Konsumen sering menghabiskan waktu yang cukup banyak dalam membeli suatu produk dan mereka juga mudah terpengaruh oleh strategi marketing penjual, seperti penawaran khusus, beli 1 gratis 1 dan lain sebagainya.

Hipotesis Penelitian

H1 = *Electronic word of mouth* melalui media sosial TikTok berpengaruh positif signifikan pada keputusan berbelanja

H2 = *Electronic word of mouth* pada media sosial TikTok berpengaruh positif signifikan pada keputusan berbelanja yang dimoderasi oleh kemudahan

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, metode penelitian yang dipilih adalah metode penelitian kuantitatif deskriptif yang digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan objek penelitian. Populasi yang dipilih pada penelitian ini adalah pengguna Tokopedia dan TikTok dengan teknik sampel *purposive sampling* yang merupakan salah satu metode dari *non random sampling*. Teknik ini dipilih agar dapat menentukan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga diharapkan dapat menjawab pertanyaan penelitian. Pengumpulan data menggunakan instrument kuesioner skala likert 4 yang disebar kepada 100 responden.

Analisa data yang digunakan adalah regresi sederhana dan *moderated regression analysis* (MRA). Analisis regresi sederhana digunakan jika peneliti ingin memprediksi mengenai keadaan naik atau turunnya suatu variabel independent terhadap variabel dependen. Sesuai dengan yang disebutkan Ghazali (2018) analisis regresi sederhana dilakuakn untuk menguji variabel independent terhadap variabel dependen dan uji MRA adalah untuk mengetahui, jika adanya variabel moderasi apakah dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independent dan dependen. Pada penelitian ini regresi sederhana digunakan untuk menguji pengaruh parsial dari *electronic word of mouth* melalui media sosial TikTok terhadap keputusan belanja, sedangkan uji MRA digunakan untuk menguji apakah kemudahan memoderasi hubungan pengaruh *electronic word of mouth* melalui media sosial TikTok terhadap keputusan belanja.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Regresi Linier Sederhana

Pengujian regresi sederhana dipilih pada penelitian ini untuk melihat tingkat intensitas pengaruh variabel *electronic word of mouth* terhadap keputusan berbelanja pengguna aplikasi Tokopedia. Hasil dari uji analisis regresi sederhana dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1 Hasil Uji Regresi Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B			
1 (Constant)	9,800		8,011	,000
electronic_word_of_mouth	,168		5,661	,000

a. Dependent Variable: keputusan_berbelanja

Berdasarkan koefisien persamaan regresi linear sederhana di atas, nilai konstanta yang bernilai 9,800 menyiratkan bahwa jika variabel *electronic word of mouth* (X) bernilai nol atau tetap, maka variabel keputusan berbelanja (Y) akan bernilai 9,800. Hasil uji T jika melihat dari nilai signifikansinya menunjukkan bahwa variabel *electronic word of mouth* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang mana lebih kecil dari ketentuan signifikansi uji T = 0,005. Berdasarkan hasil di atas, dapat disimpulkan jika variabel *electronic word of mouth* (X) melalui social media TikTok mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan berbelanja (Y) pengguna aplikasi Tokopedia.

Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Pengujian MRA digunakan untuk melihat apakah variabel moderasi yang dipilih yakni kemudahan dapat memperkuat atau memperlemah hubungan pengaruh variabel independent (*electronic word of mouth*) terhadap variable dependen (keputusan berbelanja). Sebelum pengujian, perlu diketahui ada empat klasifikasi mengenai moderasi menurut Ghazali (2013) dalam Anggraini (2021) yang ditunjukkan pada tabel 2.

Tabel 2 Klasifikasi Variabel Moderasi

No	Tipe Moderasi	Koefisien
1.	Pure Moderasi	b2 Tidak signifikan b3 Signifikan
2.	Quasi Moderasi	b2 Signifikan b3 Signifikan
3.	Homologisier Moderasi (Bukan Moderasi)	b2 Tidak Signifikan b3 Tidak Signifikan
4.	Prediktor	b2 Signifikan b3 Tidak Signifikan

Tabel 2 diperlukan untuk mengetahui tipe moderasi yang terjadi pada penelitian ini setelah dilakukannya uji MRA, b2 merupakan variabel moderasi kemudahan, sedangkan b3 merupakan variabel interaksi antara variabel independent (*electronic word of mouth*) dengan variabel kemudahan. Pengujian MRA sendiri menggunakan metode uji T, untuk melihat seberapa besar pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan berbelanja yang dimoderasi variabel kemudahan. Hasil uji MRA dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3 Hasil Uji MRA

	B	t	Sig.
(Constant)	-11,819	-1,438	,154
Electronic word of mouth	,421	2,016	,047
Kemudahan	,589	2,931	,004
Electronic word of mouth*kemudahan	-,007	-1,450	,150

Nilai dari interaksi antara variabel *electronic word of mouth* dengan kemudahan terhadap keputusan berbelanja adalah negative sebesar (-0,007). Hal ini mengungkapkan bahwa adanya hubungan yang berbanding terbaik antara variabel interaksi *electronic word of mouth* dengan kemudahan terhadap keputusan berbelanja. Dalam hal ini apabila interaksi antara variabel *electronic word of mouth* dengan kemudahan diturunkan satu satuan, maka variabel keputusan berbelanja akan mengalami peningkatan sebesar 0,007.

Nilai pada variabel *electronic word of mouth* (X1) adalah 0,421, hal ini mengungkapkan jika adanya hubungan yang searah antara variabel *electronic word of mouth* dan keputusan berbelanja. Dalam arti lain, apabila variabel *electronic word of mouth* meningkat sebesar satu satuan, maka variabel keputusan berbelanja juga mengalami peningkatan sebesar 0,421.

Variabel kemudahan pada penelitian ini memiliki nilai positif sebesar 0,589 yang dapat diartikan bahwa adanya hubungan yang searah antara variabel kemudahan dan keputusan berbelanja. Semakin positif nilai kemudahan, maka akan meningkatkan keputusan berbelanja pengguna Tokopedia sebesar 0,589 untuk setiap satu satuannya.

Pembahasan

Pengaruh *Electronic Word of Mouth* melalui Media sosial TikTok Terhadap Keputusan Berbelanja di Aplikasi Tokopedia

Hipotesis pertama (H1) yang diajukan pada penelitian ini ialah *electronic word of mouth* melalui media sosial TikTok berpengaruh positif terhadap keputusan berbelanja di aplikasi Tokopedia. Berdasarkan hasil uji analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa H1 diterima, artinya *electronic word of mouth* berpengaruh positif terhadap keputusan berbelanja seorang pengguna di aplikasi Tokopedia, dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan semakin tinggi atau semakin baik dari *electronic word of mouth* yang tersebar melalui TikTok, maka semakin berpengaruh terhadap keputusan berbelanja seorang pengguna di aplikasi Tokopedia.

Hasil penelitian ini selaras dengan teori Goyette et al., (2010) yang menyatakan bahwa *electronic word of mouth* merupakan sebuah diskusi *online* yang dapat menyebar dengan cepat mengenai sebuah produk, yang mana melalui diskusi inilah suatu keputusan dari calon konsumen dapat terpengaruh. Penggunaan TikTok sebagai alat *electronic word of mouth* juga dapat dijadikan salah satu factor keputusan berbelanja calon konsumen, karena dengan kreasi video yang menarik, terlebih adanya visualiasi barang yang jelas, memotivasi calon konsumen untuk membeli produk yang sama (Nganom, 2020). Penelitian ini juga selaras dengan Nyoko dan Samuel (2019) yang menyatakan *electronic word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berbelanja calon konsumen.

Pengaruh *Electronic Word of Mouth* melalui Media sosial TikTok Terhadap Keputusan Berbelanja di Aplikasi Tokopedia Dimoderasi dengan Kemudahan

Hipotesis kedua (H2) yang diajukan adalah variabel kemudahan yang memoderasi pengaruh *electronic word of mouth* melalui TikTok terhadap keputusan berbelanja di aplikasi Tokopedia. Berdasarkan hasil analisis uji *moderated regression analysis* (MRA) menunjukkan bahwa kemudahan tidak memoderasi, tetapi menjadi variabel predictor dalam mempengaruhi hubungan antara *electronic word of mouth* terhadap keputusan berbelanja, dengan nilai signifikansi yang dimiliki $X1*Z$ adalah sebesar 0,150 yang lebih besar dari ketentuan signifikansi (0,05). Oleh sebab itu H2 ditolak.

Sesuai dengan hasil analisis telah diuji, hal ini mengindikasikan bahwa interaksi antara variabel *electronic word of mouth* yang tersebar melalui TikTok dan kemudahan atas fitur yang

disajikan Tokopedia bukanlah hubungan yang dapat menjadi factor penentu calon konsumen untuk memutuskan berbelanja di Tokopedia. Konsumen merasa cukup dengan *electronic word of mouth* sebagai salah satu factor keputusan mereka untuk berbelanja di Tokopedia dan kemudahan tidak mempengaruhi apapun.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh *electronic word of mouth* melalui media sosial TikTok terhadap keputusan berbelanja di aplikasi Tokopedia dengan kemudahan sebagai variabel moderasi, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. *Electronic word of mouth* yang tersebar melalui media sosial TikTok memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan berbelanja di aplikasi Tokopedia. Pengaruh utama terjadi dalam informasi mengenai kualitas produk yang terjual di Tokopedia. Dengan TikTok konsumen memperoleh berbagai informasi akan produk yang akan dibeli di Tokopedia, baik secara kualitas, kuantitas, cara pemakaian, detail produk, harga dan lain sebagainya. Sehingga hal ini akan mengurangi kekhawatiran konsumen akan barang yang ingin dibelinya, mengingat salah satu kekurangan penggunaan dari *e-commerce* yaitu ketidakpastiaan produk
- b. Kemudahan tidak memoderasi pengaruh dari *electronic word of mouth* terhadap keputusan berbelanja. Artinya, dalam hubungan *electronic word of mouth* dan keputusan berbelanja tidak diperkuat ataupun diperlemah oleh variabel kemudahan. Segala karakteristik dari *electronic word of mouth* dianggap sudah cukup sebagai bahan pertimbangan dalam berbelanja dan kemudahan tidak ada kaitannya.

Berdasarkan hasil simpulan yang telah dipaparkan, adapun saran yang ingin diajukan kepada beberapa pihak yang bersangkutan, seperti:

- a. Untuk perusahaan Tokopedia harapannya dapat mengadakan lebih banyak *event* yang berkolaborasi dengan TikTok, agar dapat meningkatkan *engagement* konten Tokopedia pada aplikasi TikTok, sehingga calon konsumen memperoleh banyak informasi mengenai produk yang terjual di Tokopedia dan dapat menarik perhatiannya. Hal ini dapat dilakukan dengan meminta *feedback* atas barang yang sudah dibeli melalui media sosial TikTok. Melalui cara ini, Tokopedia dapat mengetahui aspek-aspek apa saja yang memang perlu ditingkatkan, lalu setelah pengguna memberikan *feedback* yang diminta, pihak Tokopedia dapat memberikan *reward* sebagai apresiasi atas apa yang telah dilakukan pengguna dapat berupa diskon, promo, *cashback* dan lain sebagainya. Penggunaan *influencer* atau TikTok-ers yang telah memiliki reputasi di kalangan pengguna TikTok juga bisa dijadikan solusi lain untuk meningkatkan konten Tokopedia (*electronic word of mouth*) di TikTok.
- b. Berdasarkan hasil profil responden pada penelitian ini, ditemukan juga jika generasi Z merupakan pengguna terbanyak dalam penggunaan aplikasi Tokopedia dan TikTok, hal ini dapat dijadikan potensi yang besar bagi Tokopedia untuk menambah jumlah penggunanya, dengan membuat konten yang menarik di TikTok yang sesuai dengan selera generasi Z, seperti penggunaan *sound* yang sedang tren, kualitas visual video yang *aesthetic* dan durasi video yang singkat, padat dan jelas. Hasil responden juga menyatakan perempuan sebagai pengguna terbanyak aplikasi Tokopedia dan TikTok, dalam hal ini pihak Tokopedia dapat lebih menonjolkan barang-barang yang biasa digunakan perempuan, seperti *fashion*, *skincare*, alat dekorasi rumah dan lain sebagainya

- c. Bagi peneliti selanjutnya, dapat juga menggunakan media sosial lain yang menjadi wadah *elctronic word of mouth* sebagai objek penelitian dengan metode analisis dan teori yang berbeda agar mendapatkan hasil dengan perspektif yang berbeda, seperti Instagram, Twitter, Facebook dan lain sebagainya

DAFTAR PUSTAKA

- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly*. 319-340
- Goyette, I., Richard, L., Borgeron, J., & Marticotte, F. (2010). e-WOM Scale: word-of-mouth measurement scale for e-services context. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, 27(1), 5-23.
- Kotler, P., Harris, L. C., Armstrong, G., & He, H. (2019). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Lasono, I. N. (2021, October 8). *Persaingan E-commerce Ketat, Shopee Unggul dalam Jumlah Kunjungan Pelanggan*. Rumah Pemilu 2019. Retrieved Maret 19, 2022, from <https://pemilu.kompas.com/read/2021/10/08/145757126/persaingan-e-commerce-ketat-shopee-unggul-dalam-jumlah-kunjungan-pelanggan>
- Perkasa, M. (2022, January 30). *Shopee Vs Tokopedia, Siapa yang Menjadi Top of Mind Konsumen?* Marketeers. Retrieved March 29, 2022, from <https://www.marketeers.com/shopee-vs-tokopedia-siapa-yang-menjadi-top-of-mind-konsumen/>
- Rosário, A., & Raimundo, R. (2021). Consumer Marketing Strategy and E-Commerce in the Last Decade: A Literature Review. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(7), 3003-3024
- Wong, J. (2013). *Internet marketing for beginners*. Elex Media Komputindo

Analisis Pembuatan Portofolio Optimal Menggunakan Pendekatan *Single Index Model* (Studi Pada Perusahaan yang Terdaftar di Indeks IDX-MES BUMN 17 Periode April 2021– Februari 2022)

Nadhifa Aulia¹⁾, Sabar Warsini²⁾

1) nadhifa.aulia.ak18@mhs.w.pnj.ac.id

2) sabar.warsini@akuntansi.pnj.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine what stocks form the optimal portfolio, the proportion of funds in each stock and what is the expected return rate and risk level of the optimal portfolio of the IDX-MES BUMN 17 index for the period April 2021-February 2022 using the single index model approach. The sample selection technique used purposive sampling method and obtained 13 stocks of IDX-MES BUMN 17 index as research samples. The type of data used in this study is quantitative data. The data source in this study is secondary data. The data analysis method used in this research is single index model. The results of this study indicate that from 13 stocks, there are 3 stocks that eligible to be included in the optimal portfolio. These stocks include PGAS with the fund proportion of 12.53%, PTBA with the fund proportion 29.47% and TLKM with the fund proportion 57.99%. Based on the calculation of the optimal portfolio formed, the expected return portfolio is 0.0268 and portfolio risk is 0.0024. The optimal portfolio tahl formed is recommended for risk-neutral investors.

Keywords: optimal portfolio; return; risk; single index model

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saham- saham pembentuk portofolio optimal, besar proporsi dana pada masing- masing saham serta berapa tingkat *return* yang diharapkan dan tingkat risiko dari portofolio optimal dari indeks IDX-MES BUMN 17 periode April 2021– Februari 2022 menggunakan pendekatan *single index model*. Teknik pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dan diperoleh 13 saham dari indeks IDX-MES BUMN 17 sebagai sampel penelitian. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *single index model*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari 13 saham, terdapat 3 saham yang layak masuk ke dalam portofolio optimal. Saham tersebut diantaranya PGAS dengan proporsi dana 12,53%, PTBA dengan proporsi dana sebesar 29,47% dan TLKM sebesar 57,99%. Berdasarkan perhitungan portofolio optimal yang terbentuk, maka didapat *expected return* portofolio sebesar 0,164% dan risiko portofolio optimal sebesar 0,05%. Portofolio optimal yang terbentuk ini direkomendasikan untuk investor yang *risk neutral*.

Kata-Kata Kunci: portofolio optimal; *return*; risiko; *single index model*

¹ Sabar W. E-mail: sabar.warsini@akuntansi.pnj.ac.id

1. PENDAHULUAN

Investasi di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat. Berdasarkan data dari PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) pada tanggal 10 Desember 2021, tercatat sepanjang tahun 2021 jumlah investor pasar modal Indonesia telah mencapai 7,27 juta *Single Investor Identification* (SID) atau tumbuh 87,59 persen dibandingkan pencapaian di akhir tahun 2020 sebesar 3,88 juta SID. (KSEI, 2020, www.ksei.co.id). Selain itu, berdasarkan Survei Nasional Inklusi dan Keuangan Indonesia Tahun 2019, persentase masyarakat yang telah mengakses lembaga, produk, dan layanan jasa keuangan sesuai dengan kemampuannya atau inklusi keuangan yaitu sebesar 76.19%. Hal tersebut berbanding terbalik dengan persentase tingkat pengetahuan, keterampilan dan keyakinan dalam mengelola keuangan atau literasi keuangan yang hanya sebesar 38.03%. (OJK, 2021, <https://www.ojk.go.id/id>). Pengamat dan praktisi pasar modal, Wira (2022) juga mengatakan bahwa tingkat literasi keuangan di Indonesia yang sangat rendah sehingga membuat para calon investor kebingungan untuk memilih saham yang tepat untuk investasi. (Kontan, 2022, <https://amp.kontan.co.id>).

Sebagai investor tentu ingin melakukan investasi pada saham yang menghasilkan *return* yang tinggi dengan risiko yang rendah. Maka dari itu, investor harus cermat dan selektif dalam menentukan strategi dan keputusan investasi agar mendapatkan *return* yang maksimal dan risiko yang minimal serta mengetahui proporsi dana untuk setiap saham. Para calon investor harus melakukan manajemen portofolio untuk mengetahui proporsi setiap saham, *return* yang maksimal dan risiko yang minimal.

Terdapat berbagai macam metode yang digunakan untuk membentuk portofolio optimal seperti model Markowitz dan *single index model*. Perhitungan portofolio optimal menggunakan model Markowitz lebih kompleks karena menghitung risiko dengan menggunakan kovarians melalui hubungan varians dengan kovarians. Sedangkan metode *single index model* hanya menyederhanakan risiko menjadi risiko pasar dan risiko keunikan perusahaan. Menurut Hartono (2017), pembentukan portofolio optimal menggunakan metode *single index model* dilakukan dengan menghitung koefisien beta yang mencerminkan tingkat risiko dan tingkat *return* masing-masing saham yang diamati.

Terdapat penelitian terdahulu yang meneliti mengenai pembentukan portofolio optimal. Penelitian dari Sari (2017) melakukan penelitian pembentukan portofolio optimal pada perusahaan *Property, Real Estate And Building Construction* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2015) menggunakan metode *single index model* dan menggunakan sampel 15 saham. Hasilnya terdapat 4 saham yang termasuk ke dalam portofolio optimal. Penelitian lain dilakukan oleh Kristianto dan Zuhri (2018) yang meneliti pembentukan portofolio optimal menggunakan metode *single index model* dan menggunakan sampel 21 saham. Hasilnya terdapat 14 saham yang termasuk ke dalam portofolio optimal. Penelitian lain yang dilakukan oleh Wahyuni dan Darmayanti (2019) meneliti pembentukan portofolio optimal menggunakan metode *single index model* dengan menggunakan objek saham Indeks IDX30. Sampel penelitian ini adalah 25 saham. Hasilnya terdapat 8 saham yang termasuk ke dalam portofolio optimal. Penelitian lain yang dilakukan oleh Margana dan Artini (2017) yang menganalisis pembentukan portofolio optimal menggunakan metode *single index model* dan menggunakan objek saham Indeks LQ 45 periode Agustus 2015- Januari 2016. Sampel penelitian ini adalah 45 saham. Hasilnya terdapat 9 saham yang masuk ke dalam portofolio optimal. Penelitian

lain yang dilakukan oleh Prayitno (2020) yang menganalisis pembentukan portofolio optimal menggunakan metode *single index model* dan menggunakan objek saham-saham yang masuk dalam *Jakarta Islamic Index* (JII) di Bursa Efek Indonesia Periode Desember 2016 – Desember 2019 ini. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh saham-saham yang masuk dalam *Jakarta Islamic Index* (JII) di Bursa Efek Indonesia Periode Desember 2016 – Desember 2019. Hasilnya terdapat 4 saham yang termasuk ke dalam portofolio optimal.

Berbeda dengan penelitian yang sudah ada, penelitian ini menggunakan indeks IDX-MES BUMN 17. Peneliti memilih IDX-MES BUMN 17 sebagai objek penelitian karena indeks IDX-MES BUMN merupakan indeks yang baru diluncurkan oleh PT Bursa Efek Indonesia (BEI) yang bekerjasama dengan Masyarakat Ekonomi Syariah (MES) pada bulan April 2021. Konstituen indeks IDX-MES BUMN 17 diseleksi Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) dan yang dipilih hanya saham Perusahaan Terdaftar BUMN dan afiliasinya. Penentuan 17 saham konstituen Indeks IDX-MES BUMN 17 dipilih berdasarkan likuiditas transaksi di pasar reguler terbaik, kapitalisasi pasar terbesar, kinerja keuangan yang baik, serta tingkat kepatuhan yang baik (IDX ISLAMIC,2021, <https://idxislamic.idx.co.id/>).

Periode yang diambil dalam penelitian ini adalah bulan April 2021-Februari 2022 dengan data yang digunakan adalah data historis harian. Menurut Abdalloh (2022) mengatakan bahwa prospek pasar modal syariah mengalami peningkatan yang tajam selama tahun 2021 yakni ditandai dengan meningkatnya jumlah investor sebanyak 647%.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti melakukan penelitian tentang “ Analisis Pembentukan Portofolio Optimal Menggunakan Metode *Single Index Model* (Studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Indeks IDX-MES BUMN 17 Periode April 2021– Februari 2022)”.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Investasi

Investasi adalah suatu penundaan konsumsi sekarang untuk dimasukkan ke aset produktif selama periode waktu tertentu (Hartono, 2017). Investasi merupakan pengorbanan sejumlah dana atau sumber dana lainnya yang dilakukan saat ini yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan di masa yang akan datang (Sari,2017).

Investasi Saham

Menurut Santosa (2022), investasi saham merupakan penyertaan atau penanaman modal oleh individu atau badan usaha pada saham atau perusahaan atau perseroan terbatas sehingga pemilik mengklaim aset tersebut dan mengikuti Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Dengan membeli saham perusahaan tersebut, investor dapat dikatakan memilih perusahaan tersebut dan berhak untuk mendapatkan keuntungan perusahaan sesuai dengan jumlah saham yang dimiliki.

Indeks IDX-MES BUMN 17

IDX-MES BUMN merupakan indeks saham syariah yang baru diluncurkan oleh PT Bursa Efek Indonesia (BEI) bekerja sama dengan Masyarakat Ekonomi Syariah (MES) pada bulan April 2021. Saham - saham yang termasuk ke dalam indeks IDX-MES BUMN 17 merupakan saham yang diseleksi dari Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI)

dan hanya merupakan saham dari perusahaan BUMN dan afiliasinya. Pemilihan 17 saham konstituen Indeks IDX-MES BUMN 17 berdasarkan kriteria yakni memiliki likuiditas transaksi di pasar reguler terbaik, kapitalisasi pasar terbesar, juga kinerja keuangan yang baik, serta tingkat kepatuhan yang baik.

Return dan risiko

Menurut Firmansyah, M.A., & Astawinetu, E.D (2019), *return* terdiri dari *return* realisasi dan *return* ekspektasi (*expected return*). Menurut Hartono (2017), *return* realisasi dihitung berdasarkan data historis dan sangat penting untuk mengukur kinerja perusahaan. *Return* ekspektasi (*expected return*) adalah hasil yang diperoleh dari investasi yang belum terjadi tetapi diharapkan akan diperoleh oleh investor di masa mendatang.

Menurut Firmansyah, M.A., & Astawinetu, E.D (2019), risiko adalah penyimpangan dari *return* yang diterima dengan *return* yang diekspektasikan. Dalam investasi saham, terdapat 3 profil risiko investor untuk mengetahui saham mana yang sesuai dengan karakter investor yakni *risk averter*, *risk neutral* dan *risk taker*.

Menurut *The Indonesia Capital Market Institute* (2016), risiko investasi dalam konteks pembentukan portofolio dibagi menjadi 2 yakni risiko sistematis dan risiko tidak sistematis.

Portofolio dan Portofolio Optimal

Portofolio merupakan proses pengalokasian dana investasi kepada berbagai macam alternatif saham yang bertujuan untuk memberikan keuntungan yang tinggi dengan tingkat risiko tertentu. Seorang investor dapat melakukan diversifikasi saham yang mana investor tidak hanya berinvestasi pada satu saham saja. Portofolio optimal merupakan suatu kombinasi portofolio dengan *return* ekspektasi dan risiko terbaik.

Metode Single Index Model

William Sharpe mengembangkan *single index model* yang menjelaskan hubungan antara *return* dari sekuritas secara individu dengan *return* pasar yang didasarkan pada pengamatan bahwa harga dari suatu sekuritas berkorelasi searah dengan indeks harga pasar yang tidak dipertimbangkan pada model Markowitz.

Menurut Yuliaty, Astawinetu, & Hadijono (2019), model persamaan single index model dapat dirumuskan sebagai berikut.

$$R_{it} = \alpha_i + \beta_i \cdot R_m + e_i$$

Keterangan:

R_{it} = *Return* saham ke-i periode t

α_i = Variabel komponen dari *return* saham ke-i yang independen terhadap kinerja pasar.

β_i = Koefisien yang mengukur keterkaitan perubahan R_{it} yang disebabkan perubahan R_m

R_m = *Return market* dari indeks pasar tertentu

e_i = *Residual error* saham i pada periode t yang merupakan selisih antara *expected Rit* yang diharapkan dengan R_{it} riil.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian ini menetapkan objek pada perusahaan yang terdaftar di indeks IDX-MES BUMN 17 periode April 2021

– Februari 2022. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria Perusahaan *go public* yang secara konsisten terdaftar dalam indeks IDX-MES BUMN 17 selama periode April 2021 – Februari 2022 dan perusahaan tersebut melakukan aksi korporasi selama periode April 2021-Februari 2022 karena aksi korporasi mempengaruhi harga saham menjadi tidak stabil. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 13 perusahaan indeks IDX-MES BUMN 17 yang masuk ke dalam kriteria sampel. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Menurut Hartono (2017), metode analisis data yang digunakan adalah metode *single index model* dengan langkah – langkah sebagai berikut.

1. Menghitung *return* realisasi masing-masing saham (Ri)

$$\text{Return Saham (Ri)} = \frac{(P_{ti} - P_{ti-1})}{P_{t-1}}$$

Keterangan :

Ri : Return Saham ke-i

Pt : Harga saham sekarang (ti)

Pti-1 : Harga saham periode sebelumnya (ti-1)

2. Menghitung *return* ekspektasi dari masing-masing saham E(Ri)

$$E(Ri) = \frac{\sum R_{it}}{n}$$

Keterangan :

E(Ri) : Return ekspektasi saham ke - i

Rit : Return realisasi pada period ke-t

n : Jumlah dari observasi data historis

3. Menghitung *return* realisasi pasar (Rm)

$$R_m = \frac{IHSg_t - IHSg_{t-1}}{IHSg_{t-1}}$$

Keterangan :

Rm : Return realisasi pasar

IHSg t-1 : Indeks pasar period ke t-1

IHSg t : Indeks pasar periode ke t

4. Menghitung *return* ekspektasi pasar E(Rm)

$$E(RM) = \frac{\sum R_m}{n}$$

Keterangan :

E(Rm) : Return ekspektasi pasar

Rm : Return realisasi pasar

n : Jumlah periode pengamatan

5. Standar Deviasi saham dan Standar deviasi pasar

$$\sigma_i = \sqrt{\frac{\sum_{j=1}^n (R_i - E(R_i))^2}{n-1}}$$

Keterangan :

- σ_i : Standar deviasi saham
- R_i : *Return* realisasi saham ke-i
- $E(R_i)$: *Return* ekspektasi saham ke-i
- n : jumlah periode pengamatan

$$\sigma_m = \sqrt{\frac{\sum_{t=1}^n (R_m - E(R_m))^2}{n}}$$

Keterangan:

- σ_m : Standar deviasi pasar
 - R_m : *Return* realisasi pasar
 - $E(R_m)$: *Return* ekspektasi pasar
 - n : Jumlah periode pengamatan
6. Menghitung Beta dan Alpha masing – masing saham

$$\text{Beta saham } (\beta_i) = \frac{\sigma_{im}}{\sigma_m^2}$$

Keterangan :

- β_i : Beta saham
- σ_{im} : kovarian *return* antara saham i dengan *return* pasar
- σ_m^2 : varian dari *return* pasar

$$\alpha_i = E(R_i) - (\beta_i \cdot E(R_m))$$

Keterangan :

- α_i : alpha saham
 - $E(R_i)$: *Return* ekspektasi
 - β_i : Beta saham
 - $E(R_m)$: *Return* ekspektasi pasar
7. Menghitung varian dari kesalahan residu (σ_{ei}^2)

$$\sigma_{ei}^2 = \sigma_i^2 - \beta_i^2 \cdot \sigma_m^2$$

Keterangan :

- σ_{ei}^2 : varian dari kesalahan residu
 - σ_i^2 : varian saham
 - β_i : beta saham
 - σ_m^2 : varian pasar
8. Menghitung *Excess Return of Beta* (ERB)

$$\text{ERB}_i = \frac{E(R_i) - R_f}{\beta_i}$$

Keterangan :

ERBi : *Excess return to beta* saham ke-i

E(Ri) : *Return* ekspektasi saham ke-i

Rf : *Return* bebas risiko

β_i : Beta saham

9. Menghitung *Cut-Off-Rate* (C_i)

$$C_i = \frac{\sigma_m^2 \cdot A_i}{1 + \sigma_m^2 \cdot B_i}$$

Keterangan :

σ_m^2 : varian *return* pasar

C_i : *Cut Off Rate*

10. Menghitung proporsi dana

$$Z_i = \frac{\beta_i}{\sigma_{ei}^2} (ERB - C^*)$$

$$W_i = \frac{Z_i}{\sum Z_i}$$

Keterangan:

W_i : Persentase dana saham i

Z_i : Proporsi dana saham i

$\sum Z_i$: Jumlah Z_i

β_i : beta saham i

σ_{ei}^2 : varian dari kesalahan residu

ERB : *Excess Return to Beta* saham i

C^* : *Cut Off Point*

11. Menghitung alpha portofolio dan beta portofolio

$$\alpha_p =$$

$$\beta_p =$$

Keterangan :

α_p : alpha portofolio

β_p : beta portofolio

W_i : Persentase dana saham i

α_i : alpha saham

β_i : beta saham i

12. Menentukan *Expected return portofolio* E(Rp)

$$E(R_p) = \alpha_p + \beta_p \cdot E(R_m)$$

Keterangan:

E(Rp) : *Expected Return* portofolio

α_p : Rata-rata tertimbang dari alpha tiap portofolio

β_p : Rata-rata tertimbang dari beta tiap portofolio

E(Rm) : *Expected Return* pasar

13. Menentukan risiko portofolio

$$\sigma_p^2 = \beta_p^2 \cdot \sigma_m^2 + \sum W_i \cdot \sigma_{ei}^2$$

Keterangan:

- σ_p^2 : Risiko portofolio
- β_p : Rata-rata tertimbang dari beta tiap portofolio
- σ_m^2 : varian *return* pasar
- W_i : Persentase dana saham i
- σ_{ei}^2 : varian dari kesalahan residu

14. Membuat kesimpulan saham yang seharusnya dipilih dalam berinvestasi dari perhitungan portofolio optimal.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil perhitungan realized return, expected return dan standar deviasi saham

Tabel 1. SEQ Tabel_1. * ARABIC 1 Hasil perhitungan *expected return* dan standar deviasi saham

No	Kode Saham	E(Ri)	Standar Deviasi
1	ANTM	(0,000271)	0,025848
2	KAEF	(0,000591)	0,002956
3	ELSA	(0,000001)	0,024278
4	PGAS	0,001046	0,023567
5	PPRE	(0,000689)	0,027197
6	PTBA	0,001492	0,021095
7	TLKM	0,001872	0,017321
8	SMGR	(0,001610)	0,022605
9	SMBR	(0,001483)	0,029878
10	PTPP	(0,000899)	0,027515
11	WIKA	(0,001367)	0,034458
12	WEGE	(0,000809)	0,018788
13	WTON	(0,001410)	0,020952

Realized return (Ri) saham TLKM pada tanggal 5 Mei 2021 dan 4 Mei 2021 adalah sebesar 0,0127 atau 1,27%. Hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa saham TLKM dapat merupakan saham yang menguntungkan karena menghasilkan tingkat pengembalian yang positif. Nilai *expected return* tertinggi adalah saham TLKM yakni 0,1872% dan menjadi saham yang menguntungkan. Nilai standar deviasi tertinggi adalah saham WIKA karena kinerja perusahaan menurun.

Hasil perhitungan realized return, expected return dan standar deviasi pasar

Tabel 1. SEQ Tabel_1. * ARABIC 2 Hasil perhitungan *realized return, expected return* dan standar deviasi pasar

Realized return pasar	Expected return pasar	Standar Deviasi pasar
0,00185	0,00068	0,00754

Hasil *expected return* pasar yang positif menunjukkan bahwa investasi di pasar modal direkomendasikan karena dapat memberikan *return* kepada investor sebesar 0,068%.

Hasil Perhitungan beta saham, alpha saham dan varian kesalahan residu

Nilai beta tertinggi dimiliki oleh saham WIKA yakni sebesar 1,8529. Beta yang lebih dari 1 menunjukkan sensitivitas terhadap fluktuasi harga sahamnya lebih tinggi daripada pasar. Nilai alpha tertinggi dimiliki oleh saham TLKM yakni sebesar 0,0011. Hal ini menunjukkan saham TLKM dapat memberikan *return* sebesar 0,1% secara

independen tanpa adanya pengaruh dari *return* pasar dan dapat mengalahkan *return* yang dihasilkan oleh pasar yang hanya sebesar 0,068%. Saham yang memiliki nilai varian dari kesalahan residu (σ_{ei2}) tertinggi adalah saham KAEF yakni sebesar 0,001218. Hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa saham KAEF memiliki risiko unik atau tidak sistematis terbesar.

Hasil Perhitungan Excess Return to Beta (ERB)

Saham yang memiliki nilai ERB positif dapat menjadi kandidat sementara sebagai saham yang masuk ke portofolio optimal. Saham yang memiliki nilai ERB positif antara lain saham PGAS, PTBA dan TLKM.

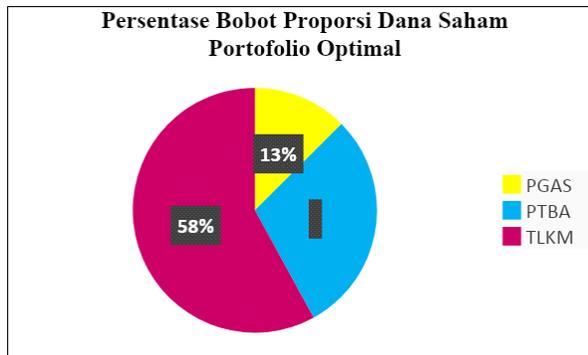
Hasil Perhitungan Ai, Bi dan Cut Off Rate (Ci)

Nilai Ci yang terbesar digunakan untuk pembatas saham yang masuk ke dalam portofolio optimal yang disebut dengan nilai *cut off point* (C^*). Nilai C^* adalah 0,00026. Saham yang masuk ke dalam portofolio optimal adalah saham yang memiliki nilai ERB lebih besar daripada nilai C^* . Saham – saham tersebut adalah saham PGAS, saham PTBA dan saham TLKM. Saham terpilih adalah saham yang memiliki tingkat pengembalian yang lebih tinggi dari saham lain yang ada pada indeks IDX-MES BUMN 17 sehingga dapat menjadi pilihan investor untuk berinvestasi.

Tabel 1. SEQ: Tabel 1. Y. ARABIC 3 Perbandingan nilai ERB dengan C^* masing – masing saham

No	Kode	ERB	C^*	Keputusan
1	ANTM	-0,00028	0,00026	-
2	BRIS	-0,00080	0,00026	-
3	KAEF	-0,00086	0,00026	-
4	ELSA	-0,00016	0,00026	-
5	PGAS	0,00070	0,00026	Optimal
6	PPRE	-0,00053	0,00026	-
7	PTBA	0,00124	0,00026	Optimal
8	TLKM	0,00165	0,00026	Optimal
9	SMGR	-0,00110	0,00026	-
10	SMBR	-0,00103	0,00026	-
11	PTPP	-0,00056	0,00026	-
12	WIKA	-0,00079	0,00026	-
13	WEGE	-0,00117	0,00026	-
14	WTON	-0,00131	0,00026	-

Hasil Perhitungan Proporsi Dana pada Saham yang Termasuk ke dalam Portofolio Optimal



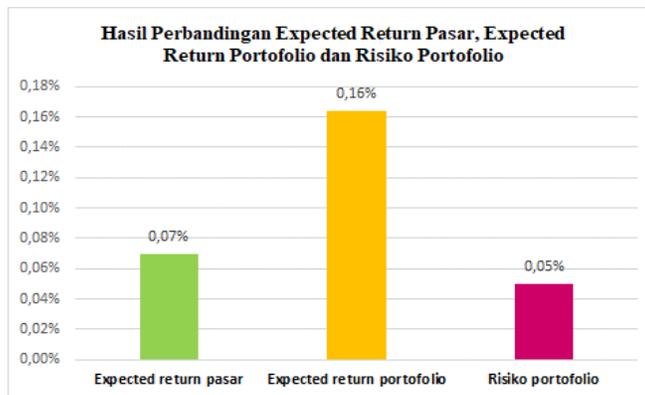
Gambar 1. 1 Persentase Bobot Proporsi Dana Saham Portofolio Optimal

Berdasarkan hasil perhitungan proporsi dana, saham PGAS menghasilkan bobot sebesar 12.5%, saham PTBA menghasilkan bobot sebesar 29.47% dan saham TLKM

menghasilkan bobot sebesar 57.99%. Saham TLKM memiliki nilai pembobotan dan proporsi dana yang paling besar karena memiliki nilai beta sama dengan 1 yakni 1,0738 dan paling kecil diantara saham PTBA dan saham PGAS. Investor dengan profil risiko *risk neutral* menekankan dana terbesar pada saham nilai beta terkecil.

Hasil perhitungan expected return portofolio dan risiko portofolio

Tingkat *expected return portofolio* yang dihasilkan dalam penelitian ini 0,164 dan dianggap baik karena berada diatas tingkat *expected return* pasar yang hanya sebesar 0.068%. Pembentukan portofolio optimal ini juga terbukti mampu memberikan hasil yang positif karena menghasilkan nilai *expected return* lebih besar dari tingkat keuntungan pasar dan risiko portofolio. Selain itu, hasil pembentukan risiko portofolio juga terbukti dapat mengurangi risiko saham. Nilai risiko portofolio yang terbentuk adalah 0,000512 sedangkan nilai risiko individual saham berkisar antara 0,002956-0,034458.



Gambar 1. 2 Hasil Perbandingan *Expected Return* Pasar, *Expected Return* Portofolio dan Risiko Portofolio

Rekomendasi portofolio

Portofolio optimal ini direkomendasikan untuk investor dengan profil risiko *risk neutral*. Investor dengan profil risiko *risk neutral* masih toleransi terhadap risiko, namun tidak untuk risiko yang terlalu besar. Hal tersebut dikarenakan saham TLKM, PGAS dan PTBA memiliki nilai beta sama dengan satu. Investor dengan profil risiko *risk neutral* menekankan dana terbesar pada saham nilai beta terkecil, pembobotan saham dan *expected return* terbesar yang dibuktikan oleh saham TLKM.

Implikasi Penelitian

Setelah melakukan seleksi saham yang masuk ke dalam portofolio optimal, maka selanjutnya akan dihitung proporsi dana untuk masing- masing sahamnya. Berdasarkan hasil perhitungan proporsi dana, saham PGAS menghasilkan bobot sebesar 12.5%, saham PTBA menghasilkan bobot sebesar 29.47% dan saham TLKM menghasilkan bobot sebesar 57.99%. Jika diasumsikan investor menginvestasikan Rp 100.000.000 pada portofolio ini, maka pembagian proporsi dana yang efisien adalah saham PGAS sebesar Rp 12.500.000, saham PTBA sebesar Rp 29.470.000 dan saham TLKM sebesar Rp 57.990.000. Setelah melakukan pembobotan saham selama periode penelitian, penulis melakukan pengujian untuk menilai potential gain or loss setelah periode penelitian dengan menggunakan proporsi dana masing- masing saham. Pengujian ini dengan jangka

waktu 5 bulan setelah akhir periode penelitian yakni mulai dari tanggal 1 Maret 2022 hingga 22 Juli 2022. Berikut merupakan hasil pengujian saham portofolio optimal setelah periode penelitian.

Tabel 1. SEQ Tabel_1. * ARABIC 4 Hasil Pengujian Saham Portofolio Optimal Setelah Periode Penelitian

Kode Saham	Proporsi Dana	Harga Awal Periode	Harga Akhir Periode	Jumlah Lot	G/L (Rp)	G/L (%)
TLKM	57.990.000	4196	4230	138	469.890	1%
PGAS	12.530.000	1371	1605	91	2.138.600	17%
PTBA	29.470.000	2715	4050	109	14.490.773	49%

Berdasarkan hasil pengujian saham pada tabel 4.14. diatas, menunjukkan bahwa jika investor membeli saham TLKM dengan proporsi dana 57.990.000, maka investor akan mendapatkan jumlah saham sebanyak 138 lot. Setelah itu, saham PTBA dengan proporsi dana 29.470.000 mendapatkan jumlah saham sebanyak 109 lot dan saham PGAS dengan proporsi dana 12.530.000 mendapatkan jumlah saham sebanyak 91 lot. Kemudian jika investor menahan saham tersebut sampai periode akhir uji coba, maka saham TLKM akan menghasilkan potential gain sebesar 1%. Saham PTBA akan menghasilkan potential gain sebesar 49 % dan saham PGAS akan menghasilkan potential gain sebesar 17%. Perhitungan potential gain or loss dilakukan dengan harga saham akhir periode dikurang dengan harga saham awal periode lalu dibagi dengan harga awal periode dan dijadikan persentase.

Investor dengan profil risiko risk neutral cenderung akan menempatkan dana terbesar pada saham yang menghasilkan nilai beta terkecil dan menghasilkan potential gain terkecil. Hal tersebut dibuktikan dengan saham TLKM yang memiliki nilai beta terkecil sehingga menghasilkan potential gain terkecil.

5. KESIMPULAN

1. Dari 13 saham yang dijadikan sampel dalam penelitian ini, hanya 3 saham yang masuk ke dalam kategori portofolio optimal. Saham- saham tersebut adalah saham PGAS, TLKM dan PTBA. Saham yang masuk ke dalam kategori portofolio optimal adalah saham yang memiliki nilai ERB sama atau lebih dari nilai C*. Sedangkan 10 saham lainnya yang tidak masuk ke dalam kategori portofolio optimal memiliki nilai ERB yang lebih kecil dari nilai C*.
2. Investor dapat menginvestasikan dananya secara efisien pada saham PGAS dengan proporsi dana sebesar 12.53%, pada saham PTBA dengan proporsi dana sebesar 29.47% dan pada saham TLKM dengan proporsi dana sebesar 57.99%.
3. Dengan dibentuknya portofolio optimal, diharapkan investor dapat mendapatkan *return* portofolio sebesar 0.164% per hari dengan tingkat risiko 0.05% per hari. Tingkat risiko ini telah diminimalisasi jika dibandingkan dengan investasi pada saham individual karena telah dilakukan diversifikasi komposisi saham dengan metode pembentukan portofolio optimal.
4. Portofolio optimal ini direkomendasikan untuk investor yang memiliki profil risiko *risk neutral*. Hal tersebut dikarenakan saham TLKM, PGAS dan PTBA memiliki nilai beta sama dengan satu. Investor dengan profil risiko *risk neutral* masih toleransi terhadap risiko, namun tidak untuk risiko yang terlalu besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Firmansyah, M. A., & Astawinetu, E. D. (2019). Analisis Portofolio Optimal Dengan Menggunakan Model Indeks Tunggal Pada Saham IDX BUMN20 di Bursa Efek Indonesia Januari 2018-Januari 2019. *Jurnal Ekonomi Manajemen (JEM17)*, 31-46.
- Hartono. (2017). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Yogyakarta: BPFE (Edisi Ke-11).
- IDX ISLAMIC. (2021, April 29). *BEI dan MES Luncurkan Indeks IDX-MES BUMN 17*. Retrieved from IDX Islamic: <http://idxislamic.idx.co.id>
- Kristanto, D. A., & Zuhri, M. (2018). Analisis Pembentukan Portofolio Optimal Berbasis Single Index Model Untuk Pengambilan Keputusan Investasi. *Jurnal Riset Perbankan Manajemen dan Akuntansi*, 57-78.
- Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI). (2021, Desember). *Statistik Pasar Modal Indonesia Desember 2021*. Retrieved from Statistik Publik Desember 2021: https://www.ksei.co.id/files/Statistik_Publik_Desember_2021.pdf
- Margana, R. I., & Artini, S. L. (2017). Pembentukan Portofolio Optimal Menggunakan Model Indeks Tunggal. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 748-771.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020, Desember 1). *Survei Nasional Inklusi & Keuangan Indonesia 2019*. Retrieved from Otoritas Jasa Keuangan: <http://www.ojk.go.id>
- Prayitno. (2020). Analisis Pembentukan Portofolio Optimal Saham Dengan Menggunakan Model Indeks Tunggal Untuk Pengambilan Keputusan Investasi (Studi Kasus Pada Saham Yang Masuk dalam Jakarta Islamic Index (JII) di Bursa Efek Indonesia Periode Desember 2016 – Desember 2019). *The Third FEBENEFICIUM*, 385-393.
- Santosa, U. A. (2022, Maret 14). *Apa Itu Investasi Saham, Keuntungan, Risiko dan Cara Membelinya?* Retrieved from B Money: <http://www.bmoney.id>
- Sari, F. A. (2017). Pembentukan Portofolio Optimal Dengan Model Indeks Tunggal (Studi Pada Perusahaan Property, Real Estate And Building Construction yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015) . *Jurnal Administrasi Bisnis* , 1-9.
- Wahyuni, N. C., & Damayanti, N. P. (2019). Pembentukan Portofolio Optimal Berdasarkan Model Indeks Tunggal Pada Saham Indeks IDX30 di BEI. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 3814-3842.

Wira, D. (2022, Maret 25). *Maraknya Penipuan Investasi*. Retrieved from Kontan.co.id: <http://kontan.co.id>

Yuliaty, E., Astawietu, E. D., & Hadijono, S. (2019). Pembentukan Portofolio Optimal Pada Saham LQ-45 Periode Tahun 2015 dengan Menggunakan Single Index Model. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 44-57.

Pengelolaan Wakaf Tanah Untuk Pengembangan Wakaf Produktif Studi Kasus Wakaf Dompot Dhuafa

Mezsia Rahayu¹⁾, Darna¹⁾

mezsia.rahayu.ak18@mhswn.pnj.ac.id , darna@akuntansi.pnj.ac.id

¹⁾Politeknik Negeri Jakarta, Jl. Prof. Dr. G. A. Siwabessy, 16425, Beji, Depok, Indonesia

ABSTRACT

According to the Waqf Information System at the Ministry of Religious Affairs, it is explained that of the 55,547 ha of waqf land, the use of mosques and musholla is 71.85% while only 9.14% for other social activities is newly used for the development of productive waqf using land waqf. While productive waqf is very useful as a concrete example of Mata Achmad Wardi Hospital, in this case a good strategy is needed and Dompot Dhuafa Waqf requires the right strategy for this development. This study to identify what internal factors are the strengths and weaknesses as well as what external factors are opportunities and threats to develop productive waqf and what strategies should be carried out by Waqf Dompot Dhuafa in developing productive waqf. This study uses a qualitative descriptive approach with data sourced from structured interviews. This study also used the method of IFAS, EFAS, matrix, and SWOT analysis. Based on the results of the IFAS analysis, the highest rating of strength, namely the productive land waqf program, can produce and can provide benefits for the people and provide transparent productive land waqf reports properly. The highest rank of weakness is that the land represented is located far from the Dompot Dhuafa Waqf office and requires a long time to produce land waqf for productive waqf. The results of the EFAS analysis that the highest rating of opportunities is the potential for land waqf for productive waqf management is quite large. The highest rank of obstacles is the lack of literacy and understanding of society. It is hoped that there will be a shared responsibility to further improve the management of land waqf for the development of this productive waqf.

Keywords: Land Waqf; Productive Waqf; Strategic Factors; SWOT Analysis.

ABSTRAK

Menurut Sistem Informasi Wakaf pada Kementerian Agama menjelaskan bahwa dari 55,547 Ha tanah wakaf, penggunaan masjid dan musholla sebesar 71,85% sedangkan hanya 9,14% untuk kegiatan sosial lainnya yang baru digunakan untuk pengembangan wakaf produktif menggunakan wakaf tanah. Sementara wakaf produktif sangat berguna seperti contoh nyatanya RS Mata Achmad Wardi, pada hal tersebut diperlukan strategi yang baik dan Wakaf Dompot Dhuafa membutuhkan strategi yang tepat untuk pengembangan tersebut. Penelitian ini untuk mengidentifikasi faktor internal apa saja yang menjadi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*) serta faktor eksternal apa saja yang menjadi peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) untuk mengembangkan wakaf produktif dan strategi apa yang harus dilakukan oleh Wakaf Dompot Dhuafa dalam mengembangkan wakaf produktif. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan data yang bersumber dari wawancara terstruktur. Dalam penelitian ini juga menggunakan metode IFAS, EFAS, matriks dan analisis SWOT. Berdasarkan hasil analisis IFAS bahwa peringkat tertinggi dari kekuatan yaitu program wakaf tanah produktif mampu

¹ Corresponding author. E-mail: mezsia.rahayu.ak18@mhswn.pnj.ac.id

menghasilkan dan dapat memberikan kebermanfaatan untuk umat dan menyediakan laporan wakaf tanah produktif secara transparan dengan baik. Peringkat tertinggi dari kelemahan adalah tanah yang diwakafkan letaknya jauh dari kantor Wakaf Dompot Dhuafa dan memerlukan waktu yang cukup lama dalam memproduktifkan wakaf tanah untuk wakaf produktif. Adapun hasil analisis EFAS bahwa peringkat tertinggi dari peluang adalah potensi wakaf tanah untuk pengelolaan wakaf produktif cukup besar. Peringkat tertinggi hambatan adalah kurangnya literasi dan pemahaman masyarakat. Diharapkan adanya tanggung jawab bersama untuk lebih meningkatkan pengelolaan wakaf tanah untuk pengembangan wakaf produktif ini.

Kata-Kata Kunci: Wakaf Tanah; Wakaf Produktif; Faktor Strategis; Analisis SWOT.

1. PENDAHULUAN

Adanya lembaga sosial ditengah masyarakat memiliki peranan penting untuk meminimalisir ketimpangan sosial yang beredar di tengah masyarakat. Dari data yang tercantum pada situs Badan Pusat Statistik Indonesia 2021 terlampir data series subyek kemiskinan dan ketimpangan. Maka melalui data tersebut dapat dilihat bahwa kemiskinan masih menjadi salah satu hal yang sulit terpecahkan dari waktu ke waktu. Salah satu manfaat wakaf produktif yang masih bisa dirasakan ialah wakaf Utsman bin Affan. Kementerian Wakaf Arab Saudi menjadi pihak yang mengelola wakaf Utsman bin Affan. Dengan kata lain, Wakaf Produktif jika dikelola dengan baik akan terus bermanfaat dari waktu ke waktu karena manfaat yang dapat dirasakan bisa berkepanjangan dan memberikan dampak untuk berbagai kalangan.

Pada tahun 2020 seperti yang dilansir oleh Republika, pemerintah menilai potensi wakaf di Indonesia cukup besar. Wakaf khususnya produktif akan selalu membantu roda perekonomian dan menambah kesempatan bagi negara khususnya masyarakat yang memang membutuhkan dan dapat merasakan dampak baik hasil dari wakaf. Hasil penelitian jurnal (Nizar, 2017) menjelaskan bahwa terdapat 44.512,89 ha luas tanah yang telah diwakafkan namun pengembangan properti tersebut digunakan untuk fasilitas keagamaan seperti masjid dan mushalla sekitar 73% dan untuk fasilitas pendidikan sekitar 13,3%, sisanya digunakan untuk tujuan sosial (kuburan dan tujuan sosial lainnya).

Hasil penelitian jurnal tersebut diperkuat dengan data yang ditampilkan oleh Sistem Informasi Wakaf pada Kementerian Agama tahun 2020 dapat dilihat bahwa luas tanah yang diwakafkan sudah cukup luas sebesar 55.547,45 Ha dan tersebar di 422.005 lokasi. Wakaf tersebut sudah sangat baik namun jika dilihat penggunaannya lebih banyak untuk masjid dan musholla. Wakaf yang telah tercatat tentunya akan mempermudah ketika dalam pengelolaannya. Wakaf mempunyai dimensi ekonomi strategis untuk pemberdayaan dan peningkatan produktifitas ekonomi masyarakat jika dikelola dengan baik, amanah dan intensif. Karena sudah ada fasilitas umum yang telah dibangun menggunakan dana wakaf.

Hal ini menjadi momentum pemberdayaan wakaf secara produktif karena undang-undang tersebut mengarahkan untuk memberdayakan wakaf karena wakaf adalah salah satu instrument dalam membangun kehidupan sosial ekonomi, khususnya bagi umat islam. Dari berwakaf pun banyak manfaat yang bisa diambil maupun taati, seperti menyadari bahwa harta di dunia tidak abadi dan juga mendapatkan amalan jariyah. Wakaf produktif jarang dilirik atau dikenal oleh masyarakat.

Dengan berbagai potensi yang besar dari data yang telah disampaikan, membuat Wakaf Dompot Dhuafa ingin membantu mensejahterakan ekonomi dan mengemban amanah dalam menjalankan wakaf produktif. Karena jika program tersebut berjalan dengan baik dan optimal maka dapat memberikan dampak yang baik untuk masyarakat sekitar khususnya daerah Jabodetabek. Wakaf Dompot Dhuafa mempunyai program beberapa Wakaf Produktif, salah satunya dalam pengembangan sawah. Terdapat wakif yang mendonasikan tanahnya dan kemudian meminta untuk diproduktifkan agar berguna oleh masyarakat banyak, Wakaf Dompot Dhuafa berusaha secara maksimal untuk mengembangkan Wakaf tersebut. Terdapat dua permasalahan penelitian yaitu faktor internal apa saja yang menjadi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*) serta faktor eksternal apa saja yang menjadi peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) untuk mengembangkan wakaf produktif. Pernyataan penelitian yang kedua adalah strategi apa yang harus dilakukan oleh Wakaf Dompot Dhuafa dalam mengembangkan

wakaf produktif. Tujuan dari penelitian terdapat dua yang pertama bertujuan untuk menganalisis faktor internal apa saja yang menjadi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*) serta faktor eksternal apa saja yang menjadi peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) untuk mengembangkan wakaf produktif. Tujuan yang kedua untuk menganalisis strategi yang tepat untuk Wakaf Dompot Dhuafa dalam pengembangan wakaf produktif.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Abu Hanifah (Imam Hanafi), wakaf adalah suatu sedekah atau pemberian, dan tidak terlepas sebagai milik orang yang berwakaf, selama hakim belum memutuskannya, yaitu bila hukum belum mengumumkan harta itu sebagai harta wakaf, atau disyariatkan dengan ta'liq sesudah meninggalnya orang yang berwakaf. Umpamanya dikatakan "Bila saya telah meninggal, harta saya (rumah) ini, saya wakafkan untuk keperluan madrasah A". Jadi dengan meninggalnya orang yang berwakaf barulah harta yang ditinggalkan itu jatuh menjadi harta wakaf bagi madrasah A tersebut. (Abdullah, 2014)

Wakaf produktif juga bisa disebut wakaf istismari yaitu wakaf harta yang digunakan untuk kepentingan investasi, baik di bidang pertanian, perindustrian, perdagangan, dan jasa. Ide atau gagasan mengenai pengelolaan donasi harta wakaf yang dihimpun dari umat merupakan maksud dari wakaf produktif, dengan cara memproduktifkan donasi tersebut dan dikelola dengan baik agar menghasilkan keuntungan atau surplus secara terus menerus. Kemudian pada pengelolaan tersebut terdapat surplus yang diperoleh sehingga surplus tersebut menjadi sumber dana abadi bagi pembiayaan kebutuhan umat, seperti pembiayaan pendidikan dan pelayanan kesehatan yang berkualitas. Konsep dasar pada wakaf produktif harus menghasilkan yang dimana hasilnya dimanfaatkan sesuai dengan peruntukannya. Mengutip dari kumparan, wakaf produktif merupakan harta benda yang diwakafkan digunakan dalam kegiatan produksi dan hasilnya di salurkan sesuai dengan tujuan wakaf. Syarat orang yang melaksanakan wakaf atau biasa disebut wakif ialah cakap bertindak dalam membelanjakan hartanya.

Selanjutnya adalah wakaf tanah merupakan salah satu contoh dari wakaf tidak bergerak. Wakaf tanah ini dapat dikelola kepada lembaga wakaf untuk selanjutnya dikembangkan menjadi masjid, mushola, makam, maupun wakaf produktif. Harta wakaf tidak boleh dipergunakan selain untuk beberapa hal, seperti: a.) Sarana dan kegiatan ibadah, pendidikan serta kesehatan; b.) Bantuan kepada fakir miskin, anak terlantar, yatim piatu, beasiswa Pendidikan; c.) Kemajuan dan peningkatan ekonomi umat dan kemajuan kesejahteraan umum lainnya yang tidak bertentangan dengan syariah dan hukum yang berlaku.

Wakaf tanah yang sudah diwakafkan oleh wakif tidak boleh dijadikan jaminan, disita, dihibahkan, dijual, diwariskan, ditukar, dan dialihkan dalam bentuk pengalihan hak lainnya. Hal tersebut telah diatur dalam UU Nomor 41 Tahun 2004 Pasal 40 terkait perubahan status wakaf.

Pada wakaf tersebut dimasukkan kepada program Wakaf Dompot Dhuafa. Sebelumnya Tabung Wakaf sudah melekat dan menjadi identitas dari Wakaf Dompot Dhuafa. Didirikan sejak 14 Juli 2005, Wakaf Dompot Dhuafa semula bernama Tabung Wakaf Indonesia. Hingga kini, sebutan Tabung Wakaf tidak pernah bisa lepas dari Wakaf Dompot Dhuafa.

Wakaf Dompot Dhuafa berkhidmat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Melalui penggalangan Wakaf Uang, Wakaf melalui Uang, dan instrumen wakaf lainnya, Wakaf Dompot Dhuafa menjalankan amanah secara produktif, profesional, dan amanah.

Misi yang dilaksanakan Wakaf Dompot Dhuafa menjadi sebuah komitmen dalam mengembangkan program-program sosial dan pemberdayaan ekonomi dengan basis Wakaf Produktif. Hingga tahun 2019, Wakaf Dompot Dhuafa sudah mengelola 58 aset dan menjalankan enam proyek baru dari penghimpunan wakaf tunai masyarakat.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif karena penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam pengelolaan wakaf produktif serta merumuskan strategi pengelolaan wakaf tanah terhadap wakaf

produktif pada Lembaga Wakaf Dompot Dhuafa. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah Program Wakaf Produktif pada Wakaf Dompot Dhuafa. Subjek dalam penelitian ini adalah Lembaga Wakaf Dompot Dhuafa, Badan Wakaf Indonesia, Akademisi, dan Wakif yang akan menjadi narasumber peneliti. Metode yang digunakan adalah *purposive sampling*. Terdapat dua jenis sumber data dalam penelitian ini, bersumber dari wawancara langsung dan pengisian kuesioner secara langsung dari lembaga Wakaf Dompot Dhuafa. Data sekunder penelitian ini bersumber dari jurnal yang ada kaitannya dengan penelitian ini maupun data-data yang diperoleh dari Lembaga Wakaf Dompot Dhuafa. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur kepada Lembaga Wakaf Dompot Dhuafa, Badan Wakaf Indonesia, akademisi, dan wakif. Metode Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya adalah *Internal Factors Analysis Summary (IFAS)*, *External Strategic Factor Analysis Summary (EFAS)*, Matriks Internal Eksternal (IE), dan Analisis SWOT. Menurut Freddy Rangkuti analisis SWOT ini merupakan suatu usaha yang dilakukan untuk bisa memaksimalkan kekuatan dan peluang, serta dapat meminimalisir kelemahan dan ancaman yang ada.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Matriks IFAS

Faktor Strategis Internal	BOBOT	RATE	BOBOT X RATE
KEKUATAN (STRENGTHS)			1,77
Program wakaf tanah produktif mampu menghasilkan dan dapat memberikan kebermanfaaan untuk umat	0,12	3,4	0,41
Wakaf tanah produktif memberikan manfaat yang berkelanjutan	0,12	3,2	0,38
Wakaf tanah memiliki progam wakaf produktif yang variatif	0,1 i'm not	3,2	0,32
Menyediakan laporan wakaf tanah produktif secara transparan dengan baik	0,115	3,6	0,41
Tingkat kepercayaan yang besar dari masyarakat	0,08	3	0,24
KELEMAHAN (WEAKNESS)			1,33
Kurangnya dana dalam mengembangkan wakaf produktif	0,07	3,2	0,22
Adanya masalah dalam tanah yang diwakafkan	0,085	3	0,26
Tanah yang diwakafkan letaknya jauh dari kantor Wakaf Dompot Dhuafa	0,11	2,8	0,31
Kurangnya kompetensi nadzhir	0,09	2,6	0,23
Memerlukan waktu yang cukup lama dalam memproduktifkan wakaf tanah untuk wakaf produktif	0,11	2,8	0,31
TOTAL IFAS	1,00		3,10
SELISIH S-W			0,44

Sumber : data hasil penelitian

Dari tabel IFAS dapat diketahui bahwa faktor yang paling dominan pada bagian kekuatan berdasarkan skor pada tabel IFAS dengan skor 0,41 adalah program wakaf tanah produktif mampu menghasilkan dan dapat memberikan kebermanfaaan untuk umat. Sesuai dengan jurnal dari Hadyantari (2018) yang pada hasilnya menjelaskan bahwa salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mewujudkan tujuan tersebut adalah melalui upaya pemberdayaan wakaf produktif, sehingga sangat diperlukan strategi yang tepat untuk dapat mengembangkan wakaf tersebut. Dari sisi lain yaitu kelemahan yang paling besar dengan skor 0,31 ialah tanah yang diwakafkan letaknya jauh dari kantor Wakaf Dompot Dhuafa dan memerlukan waktu yang cukup lama dalam memproduktifkan wakaf tanah untuk wakaf produktif. Dalam pengembangan aset wakaf tanah untuk wakaf produktif diperlukan waktu yang tidak sebentar, dimulai dari pemilihan resiko, penghimpunan dana, pembangunan, hingga dapat memberikan hasil untuk umat. Semua hal tersebut memerlukan pantauan yang cukup optimal. Bertepatan dengan hasil yang dilampirkan oleh Fahrul Fauzi (2021) bahwa tanah wakaf yang terlantar karena belum atau tidak adanya dana.

Tabel 2. Matriks EFAS

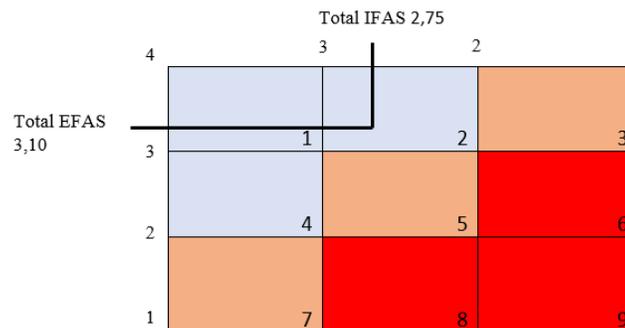
Faktor Strategis Eksternal	BOBOT	RATE	BOBOT X RATE
PELUANG (OPPORTUNITIES)			1,45
Potensi wakaf tanah untuk pengelolaan wakaf produktif cukup besar	0,12	3,6	0,42
Adanya dukungan dari pemerintah terkait perkembangan wakaf	0,11	2,8	0,30
Terjalannya kerjasama antar lembaga philanthropy	0,11	2,6	0,28
Keinginan masyarakat untuk berwakaf cukup tinggi	0,08	2,6	0,20
Perkembangan teknologi	0,10	2,4	0,25
ANCAMAN (THREATS)			1,30
Banyak lembaga yang tidak memiliki legalitas namun membuka donasi.	0,10	2,4	0,25
Jarang adanya wakif yang ingin mewakafkan aset yang masih produktif	0,10	3,2	0,31
Kurangnya literasi dan pemahaman masyarakat	0,11	3	0,34

Menurun atau hilangnya kepercayaan dari masyarakat	0,09	2,2	0,20
Adanya regulasi yang timpang tindih	0,08	2,4	0,20
TOTAL EFAS	1,00		2,75
SELISIH O-T			0,15

Sumber : data hasil penelitian

Sementara dari tabel EFAS tersebut dapat diketahui bahwa pada faktor peluang yang paling besar skor 0,42 adalah potensi wakaf tanah untuk pengelolaan wakaf produktif cukup besar. Dalam potensi yang besar tersebut, lembaga dapat memanfaatkan berbagai macam teknologi untuk membantu menyebarkan pengetahuan maupun pengembangan untuk wakaf produktif baik secara langsung maupun tidak langsung. Hal tersebut sejalan dengan jurnal Agus Purnomo (2019) yang menjelaskan bahwa untuk mrngoptimalkan dan memaksimalkan penerimaan wakaf diperlukannya publikasi yang baik dan intens, bisa dilakukan melalui website maupun sosial media lain. Teknologi berperan penting untuk mempublikasi, mengedukasi, dan hal positif lainnya untuk lebih mengembangkan wakaf produktif.

Ancaman terbesar yang dihadapi dengan skor 0,34 ialah kurangnya literasi dan pemahaman masyarakat, hal tersebut menjadi tanggung jawab bersama untuk terus mengembangkan ilmu dan manfaat dari program-program wakaf, diharapkan jika literasi dan pengetahuan masyarakat sudah berkembang, maka kebermanfaatn umat makin tersebar luas sesuai atau bahkan lebih dari potensi yang ada. Hal ini dijelaskan pada jurnal Indriati (2017) dengan kurangnya pengetahuan masyarakat atas pentingnya pemberdayaan wakaf untuk kesejahteraan umum menjadi permasalahan yang harus dipecahkan bersama.



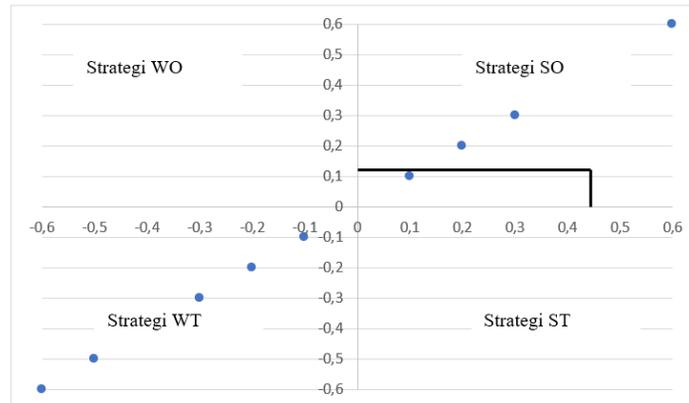
Gambar 1. Matriks IE

Sumber: Data diolah

Setelah diketahui nilai IFAS dan EFAS maka dilakukannya matriks IE dan analisis SWOT agar mengetahui strategi apa yang harus diambil. Pada matriks IE tersebut diketahui bahwa hasil nya berada pada sel 2 yaitu *growth*.

Sebelum melakukan analisis SWOT, yang harus dilakukan pertama adalah membuat diagram matriks SWOT untuk mengetahui strategi apa yang cocok untuk diterapkan oleh Wakaf Dompot Dhuafa. Penentuan diagram ditentukan atas sumbu X yaitu hasil selisih dari indikator kekuatan (S) dan indikator kelemahan (W), dan hasil sumbu Y adalah hasil selisih dari indikator peluang (O) dan indikator ancaman

(T). Dari hasil perhitungan dalam tabel IFAS dan EFAS dapat diketahui bahwa nilai sumbu X 0,44 dan nilai sumbu Y adalah 0,15. Sehingga didapatkan diagram matriks sebagai berikut.



Gambar 2. Diagram Matriks SWOT
Sumber : Data diolah

Selain menentukan diagram, penentuan strategi SWOT dilakukan dengan membuat tabulasi total skor masing-masing faktor strategis dan memilih nilai terbesar:

Tabel 3. Matriks Kuantitatif SWOT

	EFAS/IFAS	S	W
O	1,45	3,22	2,78
T	1,3	3,07	2,63

Sumber: Data diolah

Setelah mengetahui diagram matriks SWOT pengelolaan wakaf tanah untuk pengembangan wakaf produktif pada Wakaf Dompot Dhuafa yang sekarang berada di kuadran I. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa strategi yang harus diambil oleh Lembaga Wakaf Dompot Dhuafa pada saat ini adalah strategi SO yaitu berfokus dan memaksimalkan kekuatan untuk mencapai peluang yang ada. Hal ini dapat dilakukan dengan 4 cara, yang pertama adalah meningkatkan kinerja program dan menambah variasi dalam program wakaf produktif. Selanjutnya dapat meningkatkan laporan transparansi mengenai wakaf tanah produktif agar terciptanya dukungan yang lebih baik dari pemerintah dan meningkatkan kepercayaan dari masyarakat, jika laporan yang disediakan transparansi dari sebelum dikelola hingga dapat dirasakan manfaatnya akan menambah rasa kepercayaan para calon donatur atau wakif dan dapat memberikan rasa tenang kepada para wakif.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis SWOT untuk mengembangkan wakaf produktif dan untuk menganalisis strategi yang tepat untuk Wakaf Dompot Dhuafa dalam pengembangan wakaf produktif. Dari hasil penelitian, didapatkan kesimpulan sebagai berikut: 1.) Faktor internal pada strategi pengembangan wakaf produktif menggunakan wakaf tanah terdapat kekuatan dan kelemahan, yang menjadi kekuatan (*strength*) adalah program wakaf tanah produktif mampu menghasilkan dan dapat memberikan kebermanfaatan untuk umat, wakaf tanah produktif memberikan manfaat yang berkelanjutan,

wakaf tanah memiliki program wakaf produktif yang variatif, menyediakan laporan wakaf tanah produktif secara transparan dengan baik, dan tingkat kepercayaan yang besar dari masyarakat; 2.) Faktor internal yang menjadi kelemahan (*weakness*) adalah kurangnya dana dalam mengembangkan wakaf produktif, adanya masalah dalam tanah yang diwakafkan, tanah yang diwakafkan letaknya jauh dari kantor Wakaf Dompot Dhuafa, kurangnya kompetensi nadzhir, dan memerlukan waktu yang cukup lama dalam memproduktifkan wakaf tanah untuk wakaf produktif; 3.) Dalam faktor eksternal terdapat peluang dan ancaman, yang menjadi faktor peluang (*opportunities*) adalah potensi wakaf tanah untuk pengelolaan wakaf produktif cukup besar, adanya dukungan dari pemerintah terkait perkembangan wakaf, terjalannya kerjasama antar lembaga philanthropy, keinginan masyarakat untuk berwakaf cukup tinggi, dan perkembangan teknologi; 4.) Dalam faktor eksternal yang menjadi ancaman (*threats*) adalah Banyak lembaga yang tidak memiliki legalitas namun membuka donasi, jarang adanya wakif yang ingin mewakafkan aset yang masih produktif, kurangnya literasi dan pemahaman masyarakat, menurun atau hilangnya kepercayaan dari masyarakat, dan adanya regulasi yang tumpang tindih; 5.) Dari hasil perhitungan dalam tabel IFAS dan EFAS dapat diketahui bahwa nilai sumbu X 0,44 dan nilai sumbu Y adalah 0,15 sehingga dapat disimpulkan bahwa strategi yang digunakan adalah strategi SO yaitu berfokus dan memaksimalkan kekuatan untuk mencapai peluang yang ada.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Agus Purnomo, L. K. (2019). Implementasi Wakaf Produktif Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Penelitian Ilmu Sosial dan Kegamaan Islam*.
- Abdullah, M. W. (2014). Analisis Hukum Islam Terhadap Perubahan Fungsi Tanah Wakaf di Desa Ragang Kecamatan Waru Kabupaten Pamekasan. *Analisis Hukum Islam Terhadap Perubahan Fungsi Tanah Wakaf di Desa Ragang Kecamatan Waru Kabupaten Pamekasan*, 24.
- Data Series Subyek Kemiskinan dan Ketimpangan di Jawa Barat*. (2021). Retrieved from Badan Pusat Statistik: <http://www.bps.go.id>
- Fahrul Fauzi, L. D. (2021). Hak Guna Bangunan di Atas Tanah Wakaf sebagai Terobosan Baru Pemberdayaan Tanah Wakaf Secara Produktif. *Al-Awqaf Jurnal Wakaf dan Ekonomi Islam*, 14, 2-10.
- Hadyantari, F. A. (2018). Pemberdayaan Wakaf Produktif: Upaya Strategis untuk Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat.
- Indriati, D. S. (2017). Urgensi Wakaf Produktif Dalam Pembangunan Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Al-Syir'ah Vol. 15 No. 2*.
- Intan, N. (2020, Oktober 24). *Sri Mulyani: Potensi Wakaf di Indonesia Rp 217 Triliun*. Diambil kembali dari Republika: <https://republika.co.id/berita/qipav5383/sri-mulyani-potensi-wakaf-di-indonesia-rp-217-triliun#:~:text=REPUBLIKA.CO.ID%2C%20JAKARTA%20--%20Pemerintah%20menilai%20potensi%20wakaf%20di,berasal%20dari%2074%20juta%20penduduk%20kelas%20menengah%20saja>.
- Nizar, M. A. (2017). Pengembangan Wakaf Produktif di Indonesia : Potensi dan Permasalahan. *Profile Wakaf Dompot Dhuafa*. (t.thn.). Diambil kembali dari Tentang Kami: <https://tabungwakaf.com/tentang-kami/>
- Rangkuti, F. (2018). Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT. Dalam F. Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT* (hal. 15-50). Gramedia.
- Tanggap, A. C. (2020, Desember 26). *Kisah Inspiratif Wakaf Sahabat Nabi Yang Perlu Kamu Tahu*. Diambil kembali dari <https://kumparan.com/optimizer-act/kisah-inspiratif-wakaf-sahabat-nabi-yang-perlu-kamu-tahu-1ur2cq981aa/full>

Wakaf, D. P. (2020). *Data Tanah Wakaf*. Diambil kembali dari Siwak Kemenag:
<http://siwak.kemenag.go.id/index.php>

Variabel Yang Menentukan Keputusan Masyarakat Membayar Zakat Melalui Platform Digital Bukalapak

Isnalia Adrin¹⁾, Darna¹⁾

isnalia.adrin.ak18@mhswnpnj.ac.id, darna@akuntansi.pnj.ac.id

¹⁾ Politeknik Negeri Jakarta, Jl. Prof. Dr. G. A. Siwabessy, 16425, Beji, Depok, Indonesia

ABSTRACT

The importance of digitizing zakat, in addition to being able to reach many muzakki in collecting zakat funds, is also expected to be able to get more people to receive the distribution of zakat funds. In fact, there are still very few people who know and use the digital platform as a means of paying zakat. This study aims to test brand durability, technological knowledge, trust, the influence of advertising, ease of people's decisions in paying zakat through the Bukalapak digital platform. The data analysis technique used is product moment correlation. The population is a community domiciled in Jabodetabek with a non-probability sampling sample. The data collection method used is a survey method with a total of 100 respondents who are Bukalapak e-commerce users. The results showed a positive influence and significance on the variables of brand durability, technological knowledge, trust, the influence of advertising and ease on the decision of muzakki to pay zakat. This means that the higher the public's understanding of the variables of brand awareness, technological knowledge, trust, the influence of advertising and convenience, it will affect the level of people's decisions in paying zakat through the Bukalapak digital platform. The results of this study are expected to have implications for Bukalapak, especially in the Buka Zakat feature in order to increase the dissemination of information and wider promotion regarding online zakat payment facilities in Bukalapak through employees of amil zakat institutions and advertising facilities.

Keywords: Zakat; Brand Awareness; Technology Knowledge; Trust; Advertising Influence; Convenience.

ABSTRAK

Pentingnya digitalisasi zakat, selain dapat menjangkau banyak muzakki dalam pengumpulan dana zakat juga diharapkan bisa lebih banyak masyarakat yang menerima penyaluran dana zakat tersebut. Faktanya masih sedikit sekali masyarakat yang mengetahui dan menggunakan platform digital tersebut sebagai sarana pembayaran zakat. Penelitian ini bertujuan untuk menguji *brand awareness*, pengetahuan teknologi, kepercayaan, pengaruh iklan, kemudahan terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat melalui platform digital Bukalapak. Teknik analisis data yang digunakan adalah korelasi product moment. Populasinya adalah masyarakat yang berdomisili di Jabodetabek dengan sampel *non-probability sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode survey dengan jumlah responden sebanyak 100 orang yang merupakan pengguna *e-commerce* Bukalapak. Hasilnya menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikansi pada variabel *brand awareness*, pengetahuan teknologi,

¹⁾ Corresponding author. E-mail: isnalia.adrin.ak18@mhswnpnj.ac.id

kepercayaan, pengaruh iklan dan kemudahan terhadap keputusan muzakki membayar zakat. Artinya semakin tinggi pemahaman masyarakat terhadap variabel *brand awereness*, pengetahuan teknologi, kepercayaan, pengaruh iklan dan kemudahan maka akan mempengaruhi tingkat keputusan masyarakat dalam membayar zakat melalui platform digital Bukalapak. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan implikasi terhadap Bukalapak khususnya pada fitur Buka Zakat supaya bisa meningkatkan lagi penyebaran informasi dan promosi yang lebih luas mengenai sarana pembayaran zakat online di Bukalapak melalui pegawai lembaga amil zakat dan sarana periklanan.

Kata-Kata Kunci: Zakat; *Brand Awereness*; Pengetahuan Teknologi; Kepercayaan; Pengaruh Iklan; Kemudahan.

PENDAHULUAN

Perkembangan fintech di Indonesia menjadi daya tarik baik bagi Lembaga zakat, Lembaga sosial maupun Lembaga lainnya untuk melakukan penghimpunan dana. Melihat perkembangan tersebut, maka Badan Amil Zakat (BAZNAS) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) lainnya melakukan strategi untuk mengumpulkan dana secara maksimal dan mempermudah para muzakki. Saat ini pun sudah banyak lembaga-lembaga yang bekerjasama dengan *e-commerce*, aplikasi online dan sejenisnya untuk mendapatkan manfaat dari fintech. Beberapa aplikasi yang menyediakan fasilitas fintech sebagai sarana fundraising seperti Kitabisa.com, Tokopedia, dan Bukalapak. Hal ini berbanding lurus dengan upaya pemerintah dalam mengkampanyekan *campaign cashless society* supaya tidak tertinggal dengan negara maju lainnya. Pengumpulan zakat secara digital juga dapat memudahkan para muzakki dalam membayar zakat.

Adapun beberapa variabel yang dapat menentukan keputusan muzakki dalam membayar zakat melalui platform digital yaitu *Brand Awareness*, Pengetahuan Teknologi, Kepercayaan, Pengaruh Iklan dan Kemudahan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Khairunnisa (2020) hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa *brand awareness* dan kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap masyarakat jabodetabek untuk menyalurkan dana zakat dan donasi di *platform fintech crowdfunding*.

Pada penelitian Azizah, Hasbi & Yetty (2021) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *brand awareness*, transparansi, dan kepercayaan berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap keputusan masyarakat di jabodetabek untuk menyalurkan dana zis di kitabisa.com. Sedangkan pada penelitian Rostiana (2021) menyatakan bahwa *brand awareness*, religiusitas, dan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan generasi muslim milenial dalam membayar zakat secara online melalui platform fintech. Berdasarkan penelitian diatas menunjukkan bahwa semakin besar tingkat dari setiap variabel maka akan semakin mempengaruhi keputusan para muzakki untuk menyalurkan zakatnya melalui platform digital.

Selanjutnya pada variabel pengetahuan teknologi dimana pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Irhamsyah (2019) menyimpulkan bahwa pengetahuan teknologi tidak memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan preferensi metode pembayaran zakat. Sedangkan pada penelitian Tantriana & Rahmawati (2018) dengan judul *The Analysis of Surabaya Muzakki's Preference for Zakat Payment Through Zakat Digital Method* hasil penelitiannya menyatakan bahwa faktor pengetahuan memiliki pengaruh terhadap pembayaran zakat secara digital. Dengan demikian pemahaman terhadap teknologi digital dan informasi pada umat muslim bukan berperan sebagai korban dari kejahatan media anti-Islam melainkan berperan sebagai penyedia media informasi yang menyajikan keseluruhan informasi secara jujur, terbuka dan memiliki padangan media informasi yang baik dan benar.

Dapat kita diketahui bahwa pentingnya digitalisasi zakat, selain dapat menjangkau banyak muzakki dan pengumpulan zakat juga diharapkan bisa lebih banyak masyarakat yang menerima penyaluran zakat tersebut karena sudah didukung dengan penggunaan media ponsel genggam untuk pembayaran dan penyediaan dalam platform yang banyak. Dengan begitu pemerataan pendapatan perlahan-lahan dapat tertangani dan kemiskinan menurun dengan perkembangan digitalisasi zakat ini.

Salah satu platform digital yang diharapkan mampu mendorong penghimpunan zakat digital dan sebagai Unit Pengumpul Zakat (UPZ) adalah platform Bukalapak. Bukalapak merupakan *unicorn* keempat terbesar di Indonesia sebagai platform digital yang bergerak dibidang *e-commerce* dan memiliki pengguna bulanan sebanyak 38jt terhitung dari kuartal 1 tahun 2021 menurut *iprice insights* dalam data persaingan toko online di Indonesia. Bukalapak sendiri sudah memiliki fitur “Buka Zakat” yang didalamnya terdapat pembayaran zakat, perhitungan zakat bagi para calon muzakki, dan Bukalapak sudah menjalin kerjasama sejak tahun 2017 dimana Bukalapak menjadi salah satu *e-commerce* yang bekerjasama dengan 6 lembaga terpercaya yaitu dengan Dompot Dhuafa, Rumah Zakat, NU Care-Lazisnu, BAZNAS, Lazismu dan Pusat Zakat Umat Ekonomi Islam.

Di era globalisasi yang didukung oleh revolusi industri 4.0, sudah sepatutnya digitalisasi zakat mendapatkan tempat dihati masyarakat. Mengutip dari hasil riset “Kesiapan LAZ Menghadapi Era Digital”, hasil penghimpunan dana ZISWAF konvensional mencapai Rp 2,15 triliun. Sedangkan yang terkumpul melalui metode digital hanya Rp. 155 miliar. Artinya, hanya 6,74 persen dana yang dikumpulkan melalui platform digital dan masih di dominasi oleh pembayaran zakat konvensional. Penelitian ini dirasa perlu dilakukan karena ternyata masih banyak yang belum mengetahui adanya pelayanan zakat melalui platform digital.

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang, maka rumusan masalah yang akan diteliti pada penelitian ini adalah 1) Apakah *Brand Awareness* berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat melalui platform digital?; 2) Apakah Pengetahuan Teknologi berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat melalui platform digital?; 3) Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat melalui platform digital?; 4) Apakah Pengaruh Iklan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat melalui platform digital?; 5) Apakah Kemudahan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat melalui platform digital?.

Merujuk pada permasalahan dan pertanyaan penelitian, maka penelitian ini bertujuan untuk 1) Menguji tingkat *Brand Awareness* terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat melalui platform digital di Buka Zakat (Bukalapak); 2) Menguji tingkat Pengetahuan Teknologi terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat melalui platform digital di Buka Zakat (Bukalapak); 3) Menguji tingkat Kepercayaan terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat melalui platform digital di Buka Zakat (Bukalapak); 4) Menguji tingkat Pengaruh Iklan terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat melalui platform digital di Buka Zakat (Bukalapak); 5) Menguji tingkat Kemudahan terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat melalui platform digital di Buka Zakat (Bukalapak).

TINJAUAN PUSTAKA

Zakat adalah salah satu rukun Islam yang berdimensi keadilan sosial kemasyarakatan, dimana zakat memiliki posisi yang sangat penting, strategis, dan menentukan, baik dilihat dari sisi ajaran Islam maupun sisi pengembangan kesejahteraan umat. Secara etimologi zakat dapat diartikan suci, baik, tumbuh, bersih, dan berkembang. Sedangkan zakat secara terminologi

adalah zakat merupakan bagian harta dengan persyaratan tertentu, yang Allah SWT mewajibkan kepada pemiliknya untuk diserahkan kepada yang berhak menerimanya, dengan persyaratan tertentu menurut Qardhawi dalam Lely (2018). Zakat ibarat sebagai benteng yang melindungi harta dari penyakit dengki dan iri hati dan zakat juga diibaratkan sebagai pupuk yang dapat menyuburkan harta untuk berkembang dan tumbuh. Hubungan dengan Allah SWT telah terjalin melalui ibadah shalat dan hubungan dengan sesama manusia telah terikat infaq dan zakat. Hubungan keatas dipelihara, sebagai tanda bersyukur dan berterima kasih, dan hubungan dengan sesama harus dijaga sebagai tanda setia kawan, berbagi rahmat dan nikmat.

Pada penelitian Sari (2021) menurutnya *brand awareness* adalah ukuran kekuatan eksistensi merek kita dibenak pelanggan. Sehingga kesadaran merek adalah tingkat pengenalan konsumen terhadap merek. Perusahaan-perusahaan dengan kesadaran merek yang tinggi dapat lebih mudah memperkenalkan produk-produk baru dan memasuki pasar-pasar baru. *Brand awareness* ini mencakup *top of mind*, *rand recall*, *brand recognition* dan *unaware of brand*. Kesadaran adanya suatu brand di masyarakat akan mempengaruhi seseorang dalam menggunakan dan mempertimbangkan brand tersebut. Karena itu adanya *brand awareness* khususnya pembayaran zakat di Buka Zakat pada Bukalapak akan mempengaruhi penghimpunan dana zakat secara digital. Semakin banyak orang mengetahuinya maka akan semakin tinggi pula kemungkinan seseorang untuk menggunakan platform digital Buka Zakat untuk membayar zakat. Indikator dalam variabel ini adalah mampu mengenali merek diantara merek pesaing dan cepat mengenali logo/symbol.

Pengetahuan teknologi merupakan kemampuan konsumen yang didapatkan dengan mengunjungi berbagai situs web dan bukan sebagai pengalaman jika hanya mengunjungi satu situs web tertentu saja. Kemajuan teknologi pada saat ini pun semakin canggih serta modern sehingga dibutuhkan pelatihan dan pembelajaran bagi penggunaanya yang akan menggunakan aplikasi internet menurut Nysween dalam Andriyani (2014). Pada variabel pengetahuan teknologi yang dimaksud ialah bagaimana tingkat pengetahuan para muzakki dalam membayar zakat melalui platform digital yang sudah sangat berkembang pesat pada saat ini. Karena tingginya pemahaman akan teknologi bagi umat muslim merupakan unsur yang terpenting untuk memperoleh kesejahteraan umat manusia, ilmu pengetahuan fitrahnya untuk mencapai keseimbangan dan kesempurnaan hidup dalam segala aspeknya.

Menurut teori Lau dan Lee kepercayaan konsumen pada merek didefinisikan sebagai keinginan konsumen untuk bersandar pada sebuah merek dengan resiko-resiko yang dihadapi karena ekspektasi terhadap merek itu akan menyebabkan hasil yang positif dalam (Rizan, 2012). Dengan kata lain kepercayaan merek adalah kepercayaan konsumen bahwa merek yang mereka inginkan dapat diandalkan, memberikan jaminan dan kinerjanya sangat berharga atau sangat bermanfaat. Variabel kepercayaan yang dimaksud ialah tingkat kepercayaan muzakki pada kualitas kanal zakat digital yang sudah beroperasi dan bekerja sama dengan OPZ di Indonesia, hal ini menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi persepsi keputusan seorang konsumen. Lembaga-lembaga zakat tersebut bekerjasama dengan perusahaan fintech yang sudah besar dan sering dimanfaatkan masyarakat untuk menumbuhkan kepercayaan dari para muzakki, perusahaan yang dimaksud antara lain, Go-Pay, Kitabisa.com, Tokopedia, Bukalapak, dan lain sebagainya.

Menurut Kotler & Keller (2016) iklan adalah segala bentuk komunikasi nonpribadi dan promosi gagasan, produk atau jasa yang dibayarkan oleh sponsor tertentu atau yang diketahui. Iklan juga merupakan cara yang berbiaya efektif dalam menyampaikan pesan untuk membangun persepsi merek atau mendidik orang. Sedangkan menurut Kertamukti (2015) periklanan

merupakan bagian dari bauran promosi (*promotion* campuran) dan bauran promosi adalah bagian dari campuran pemasaran. Secara sederhananya iklan didefinisikan sebagai pesan yang menawarkan suatu produk kepada masyarakat melalui suatu media. Sementara periklanan sendiri adalah segala biaya yang harus dikeluarkan oleh sponsor untuk melakukan presentasi dan promosi nonpribadi dalam bentuk gagasan barang atau jasa. Iklan dapat digunakan secara efektif untuk membangun citra jangka panjang produk maupun perusahaan serta dapat memicu pembelian segera. Iklan juga digunakan untuk mendidik dan membangun preferensi merek. Saat ini iklan merupakan ajang persaingan/kompetisi bagi setiap merek produk untuk bisa menjatuhkan produk pesaing lainnya. Dengan cara memperbanyak iklan yang menyerang produk pesaing, dan menampilkan produk pesaing secara samar-samar serta memberitahu kelemahan dari pesaing.

Davis et.al dalam Hardiawan A. C. (2013) mendefinisikan bahwa kemudahan merupakan tingkatan dimana user percaya bahwa teknologi atau sistem tersebut bisa digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Kemudahan juga memberikan indikasi bahwa suatu system dibuat bukan untuk mempersulit pemakaiannya, namun suatu sistem dibuat bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi para pemakainya. Variabel kemudahan yang dimaksud adalah kemudahan pada penggunaan kanal digital untuk membayar zakat. Untuk bisa mewujudkan kemudahan dalam membayar zakat, maka OPZ melakukan kerjasama dengan perusahaan *e-commerce* yang cukup banyak digunakan oleh masyarakat untuk pembayaran zakat, hal tersebut meyakini bahwa kemudahan dapat dinilai berdasarkan pelayanan dan tempat yang dibutuhkan oleh pelanggan.

Menurut Fandy Tjiptono (2015) menjelaskan bahwa suatu keputusan berdasarkan informasi tentang suatu keunggulan yang sudah tersusun, sehingga dapat memunculkan perasaan yang menyenangkan, dan juga dapat merubah seseorang untuk mengambil keputusan. Untuk keputusan yang diambil adalah kegiatan dari individu yang secara langsung memilih untuk dapat menggunakan serta mendapatkan suatu kebutuhan yang telah ditawarkan. Pengambilan keputusan merupakan suatu proses memilih dan menilai salah satu produk ataupun jasa yang dianggap lebih tepat dengan keinginan konsumen memberikan banyak keuntungan diantara alternative lain yang telah ada sebelumnya. Berdasarkan hubungan antara tujuan penelitian serta kerangka pemikiran teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, maka hipotesis yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : *Brand Awareness* (X_1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui platform digital Buka Zakat (Bukalapak).

H2 : Pengetahuan Teknologi (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui platform digital Buka Zakat (Bukalapak).

H3 : Kepercayaan (X_3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui platform digital Buka Zakat (Bukalapak).

H4 : Pengaruh Iklan (X_4) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui platform digital Buka Zakat (Bukalapak).

H5 : Kemudahan (X_5) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui platform digital Buka Zakat (Bukalapak).

METODELOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, yaitu merupakan salah satu jenis kegiatan yang menggunakan rancangan terstruktur, formal dan spesifik, serta memunyai rancangan operasional yang mendetail. Penelitian ini juga bersifat deskriptif kuantitatif,

deskriptif yaitu menggambarkan dan menjelaskan pengaruh dari setiap variabel dan data penelitian ini berupa angka-angka serta analisisnya menggunakan statistika. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang menggunakan platform digital Bukalapak di Jabodetabek.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik *non-probability sampling*. Adapun skala yang digunakan untuk mengukur jawaban responden menggunakan skala simetik diferensial (Sugiyono, 2018:2019) yaitu skala untuk mengukur sikap, bukan berbentuk pilihan ganda atau ceklis, tetapi tersusun dalam satu garis kontinum dimana jawaban yang sangat positif terletak di bagian kanan garis, sedangkan jawaban yang sangat negatif di bagian kiri garis atau sebaliknya. Skala simetik diferensial berisikan serangkaian karakteristik bipolar (dua kutub).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Korelasi Product Moment

Uji korelasi yang digunakan adalah uji Korelasi Product Moment. Menurut Riduwan (2015) menyatakan bahwa penggunaan analisis korelasi product moment itu untuk mengetahui derajat hubungan antara variabel bebas (independen) dengan variabel terikat (dependen). Koefisien korelasi menunjukkan derajat korelasi antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Nilai koefisien korelasi harus terdapat dalam batas-batas -1 sampai +1 ($-1 \leq r \leq +1$). Adapun rumus korelasi yang digunakan dalam uji korelasi product moment, yaitu:

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

Tabel 1. Uji Korelasi Product Moment

Variabel	Korelasi	Sig (2-Tailed)	Sig. level	Keterangan
Brand Awereness (X ₁)	0,614	000	0,05	Korelasi Signifikan
Pengetahuan Teknologi (X ₂)	0,488	000	0,05	Korelasi Signifikan
Kepercayaan (X ₃)	0,862	000	0,05	Korelasi Signifikan
Pengaruh Iklan (X ₄)	0,619	000	0,05	Korelasi Signifikan
Kemudahan (X ₅)	0,770	000	0,05	Korelasi Signifikan

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan hasil dari korelasi *product moment* pada tabel di atas maka menghasilkan hubungan korelasi sebagai berikut.

Pada Uji Korelasi Product Moment antara variabel *Brand Awereness* (X₁) terhadap variabel Keputusan (Y) dapat dilihat bahwa terdapat hubungan positif pada korelasi pearson sebesar 0,614 dengan nilai signifikansi 0,000 yang artinya hubungan antara variabel *Brand Awereness* dan Variabel Keputusan terdapat korelasi yang kuat. Hal ini berdasarkan nilai korelasi sebesar 0,614 yang berada pada interval 0,60 – 0,799 yang berarti korelasi kuat.

Pada Uji Korelasi Product Moment antara variabel Pengetahuan Teknologi (X_2) terhadap variabel Keputusan (Y) dapat dilihat bahwa terdapat hubungan positif pada korelasi pearson sebesar 0,488 dengan nilai signifikansi 0,000 yang artinya hubungan antara variabel Pengetahuan Teknologi dan Variabel Keputusan terdapat hubungan yang cukup. Hal ini berdasarkan nilai korelasi sebesar 0,488 yang berada pada interval 0,40 – 0,599 yang berarti korelasi cukup kuat.

Pada Uji Korelasi Product Moment antara variabel Kepercayaan (X_3) terhadap variabel Keputusan (Y) dapat dilihat bahwa terdapat hubungan positif pada korelasi pearson sebesar 0,862 dengan nilai signifikansi 0,000 yang artinya hubungan antara variabel Kepercayaan dan Variabel Keputusan terdapat hubungan yang sangat kuat. Hal ini berdasarkan nilai korelasi sebesar 0,862 yang berada pada interval 0,80 – 0,100 yang berarti korelasi sangat kuat.

Pada Uji Korelasi Product Moment antara variabel Pengaruh Iklan (X_4) terhadap variabel Keputusan (Y) dapat dilihat bahwa terdapat hubungan positif pada korelasi pearson sebesar 0,619 dengan nilai signifikansi 0,000 yang artinya hubungan antara variabel Pengaruh Iklan dan Variabel Keputusan terdapat pengaruh yang kuat. Hal ini berdasarkan nilai korelasi sebesar 0,619 yang berada pada interval 0,60 – 0,799 yang berarti korelasi kuat.

Pada Uji Korelasi Product Moment antara variabel Kemudahan (X_5) terhadap variabel Keputusan (Y) dapat dilihat bahwa terdapat hubungan positif pada korelasi pearson sebesar 0,770 dengan nilai signifikansi 0,000 yang artinya hubungan antara variabel Kemudahan dan Variabel Keputusan terdapat pengaruh yang kuat. Hal ini berdasarkan nilai korelasi sebesar 0,770 yang berada pada interval 0,60 – 0,799 yang berarti korelasi kuat.

Uji Hipotesis

Tabel 2. Uji-t dan Uji R^2 Variabel Brand Awereness

Variabel	Uji Signifikansi				R ²
	t.hitung	Sig	t.tabel	Keterangan	
Brand Awereness (X ₁)	7,696	000	1,985	Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan	37,7%

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2022

Pada variabel *Brand Awereness* (X_1) dapat dilihat bahwa nilai t hitung sebesar 7,696 dan apabila dibandingkan dengan nilai t tabel sebesar 1,985 maka diperoleh t hitung $7,696 > t$ tabel 1,985. Untuk nilai signifikansi pada variabel *brand awereness* adalah 0,000 dan apabila dibandingkan dengan nilai signikan 5%, maka diperoleh $0,000 < 0,05$. Selanjutnya untuk hasil perhitungan nilai R square (R^2) diperoleh angka 0,377 atau 37,7% artinya kemampuan *brand awereness* memiliki pengaruh terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui *platform digital* Bukalapak dan sisanya 62,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa H1 diterima, yang artinya berarti *brand awereness* memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan muzakki menggunakan platform digital Bukalapak sebagai sarana pembayaran zakat. Artinya ketika pelanggan mengenali atau mengingat merek platform digital Bukalapak maka pelanggan pun akan memberikan pengaruh terhadap keputusan menggunakan platform digital Bukalapak sebagai sarana pembayaran zakat. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan Aaker dalam Tajudin & Mulazid (2017) bahwa brand awereness dapat mempengaruhi kepercayaan pelanggan dalam keputusan pembelian dengan mengurangi risiko memilih atas suatu merek yang diputuskan. Penelitian ini juga sependapat dengan penelitian terdahulu yaitu Azizah, Hasbi, &

Yetty (2021) dan Khairunnisa (2020) dari hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa *brand awereness* memiliki pengaruh yang positif dan signifikansi dalam menyalurkan zakat di Kitabisa.com dan Tokopedia.

Tabel 3. Uji-t dan Uji R² Variabel Pengetahuan Teknologi

Variabel	Uji Signifikansi				R ²
	t.hitug	Sig	t.tabel	Keterangan	
Pengetahuan Teknologi (X ₂)	5,533	000	1,985	Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan	23,8%

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2022

Pada variabel Pengetahuan Teknologi (X₂) dapat dilihat bahwa nilai t hitung sebesar 5,533 dan apabila dibandingkan dengan nilai t tabel sebesar 1,985 maka diperoleh t hitung 5,533 > t tabel 1,985. Untuk nilai signifikansi pada variabel Pengetahuan Teknologi adalah 0,000 dan apabila dibandingkan dengan nilai signikan 5%, maka diperoleh 0,000 < 0,05. Selanjutnya untuk hasil perhitungan nilai R square (R²) diperoleh angka 0,238 atau 23,8% artinya kemampuan pengetahuan teknologi memiliki pengaruh terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui *platform digital* Bukalapak dan sisanya 76,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa H2 diterima, yang berarti pengetahuan teknologi memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan muzakki menggunakan platform digital Bukalapak sebagai sarana pembayaran zakat. Hal tersebut menunjukkan bahwa jika seseorang mempunyai pengetahuan dan menguasai teknologi internet maka seseorang tersebut akan tertarik dan memilih untuk membayar zakat secara online karena menganggap bahwa zakat online lebih mudah. Hal ini berbeda dengan teori (Setiadi, 2013) faktor pengetahuan tidak termasuk dalam mempengaruhi keputusan seseorang. Menurutnya faktor budaya, adat istiadat dan nilai nilai yang ada di lingkungan lebih mendominasi dalam menentukan keputusan seseorang. Namun jika melihat dari teori dan hasil pada penelitian Andriyani (2014) yang menyatakan bahwa faktor pengetahuan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian secara online, ia pun membuktikan bahwa pengalaman memiliki peran yang sangat penting dalam menetapkan keputusan pembelian melalui teknologi intenet.

Tabel 4. Uji-t dan Uji R² Variabel Kepercayaan

Variabel	Uji Signifikansi				R ²
	t.hitung	Sig	t.tabel	Keterangan	
Kepercayaan (X ₃)	16,836	000	1,985	Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan	7,43%

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2022

Pada variabel Kepercayaan (X₃) dapat dilihat bahwa nilai t hitung sebesar 5,533 dan apabila dibandingkan dengan nilai t tabel sebesar 1,985 maka diperoleh t hitung 16,836 > t tabel 1,985. Untuk nilai signifikansi pada variabel kepercayaan adalah 0,000 dan apabila dibandingkan dengan nilai signikan 5%, maka diperoleh 0,000 < 0,05. Selanjutnya untuk hasil perhitungan nilai R square (R²) diperoleh angka 0,743 atau 74,3% artinya kemampuan kepercayaan memiliki pengaruh terhadap Keputusan muzakki membayar zakat melalui *platform digital* Bukalapak dan sisanya 25,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa H3 diterima, yang berarti kepercayaan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan muzakki menggunakan platform digital Bukalapak sebagai sarana pembayaran zakat. Hal ini pun berkaitan dengan bagaimana para

muzakki merasa nyaman dan aman dalam menggunakan platform digital, jika para muzakki merasa hal tersebut terpenuhi maka rasa puas pun akan muncul seiring dengan penggunaannya. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Lau dan Lee dalam yang menyatakan bahwa kepercayaan merek adalah kemauan konsumen mempercayai merek dengan segala resikonya karena adanya harapan yang dijanjikan oleh merek dalam memberikan hasil yang positif bagi konsumen dalam Iswara (2016). Hasil penelitian ini juga sependapat dengan penelitian Chelsea Amor Pitaloka (2021) hasilnya menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan muzakki membayar zakat menggunakan E-money.

Tabel 5. Uji-t dan Uji R² Variabel Pengaruh Iklan

Variabel	Uji Signifikansi				R ²
	t.hitung	Sig	t.tabel	Keterangan	
Pengaruh Iklan (X ₄)	7,809	000	1,985	Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan	38,4%

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2022

Pada variabel Pengaruh Iklan (X₄) dapat dilihat bahwa nilai t hitung sebesar 7,809 dan apabila dibandingkan dengan nilai t tabel sebesar 1,985 maka diperoleh t hitung 7,809 > t tabel 1,985. Untuk nilai signifikansi pada variabel pengaruh iklan adalah 0,000 dan apabila dibandingkan dengan nilai signikan 5%, maka diperoleh 0,000 < 0,05. Selanjutnya untuk hasil perhitungan nilai R square (R²) diperoleh angka 0,384 atau 38,4% artinya kemampuan pengaruh iklan memiliki pengaruh terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui *platform digital* Bukalapak dan sisanya 61,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa H4 diterima, yang berarti pengaruh iklan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan muzakki menggunakan platform digital Bukalapak sebagai sarana pembayaran zakat. Artinya pengaruh iklan mampu menarik perhatian para muzakki dan memiliki pesan yang sangat baik, menarik, dan juga efektif sehingga dapat meningkatkan keinginan muzakki dalam menggunakan e-commerce Bukalapak sebagai sarana pembayaran zakat. Hal ini sesuai dengan penelitian Endrawati (2018) menyatakan bahwa hasil dari pengaruh iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan muzakki membayar zakat online di Baznas Provinsi Jambi. Menurutnya kualitas promosi atau iklan yang baik adalah yang bisa memberikan informasi yang jelas dan relevan. Hal ini dapat membuktikan bahwa media promosi atau pengaruh iklan pada e-commerce Bukalapak cukup menarik perhatian para muzakki dalam keputusan penggunaan fitur pembayaran zakat di Bukalapak.

Tabel 6. Uji-t dan Uji R² Variabel Kemudahan

Variabel	Uji Signifikansi				R ²
	t.hitung	Sig	t.tabel	Keterangan	
Kemudahan (X ₅)	11,693	000	1,985	Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan	59,4%

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2022

Pada variabel Kemudahan (X₅) dapat dilihat bahwa nilai t hitung sebesar 11,693 dan apabila dibandingkan dengan nilai t tabel sebesar 1,985 maka diperoleh t hitung 11,693 > t tabel 1,985. Untuk nilai signifikansi pada variabel kemudahan adalah 0,000 dan apabila dibandingkan

dengan nilai signifikan 5%, maka diperoleh $0,000 < 0,05$. Selanjutnya untuk hasil perhitungan nilai R square (R^2) diperoleh angka 0,594 atau 59,4% artinya kemampuan kemudahan memiliki pengaruh terhadap Keputusan muzakki membayar zakat melalui *platform digital* Bukalapak dan sisanya 40,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa H_5 diterima, yang berarti kemudahan memberikan pengaruh yang positif dan signifikansi terhadap keputusan muzakki menggunakan platform digital Bukalapak sebagai sarana pembayaran zakat. Dalam hal ini berarti kemudahan penggunaan yang tinggi akan menyebabkan tingginya pula keputusan muzakki dalam menggunakan Bukalapak sebagai sarana pembayaran zakat. Hal ini juga sesuai dengan teori Davis et.al dalam Hardiawan (2013) yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* sebagai keyakinan akan kemudahan penggunaan, yaitu tingkatan dimana *user* percaya bahwa teknologi dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Penelitian ini pun sependapat dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ramadhan (2021) yang menyatakan bahwa variabel kemudahan kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikansi terhadap keputusan muzakki dan munfiq dalam membayar ZIS di e-wallet. Artinya semakin tinggi kesadaran masyarakat terhadap kemudahan penggunaan layanan zakat online, maka semakin tinggi pula tanggapan masyarakat terhadap layanan zakat online.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan melalui tahapan pengumpulan data, pengolahan data, analisis data mengenai variabel yang mempengaruhi keputusan muzakki dalam membayar zakat melalui *platform digital* Bukalapak maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

Pada variabel *Brand Awareness* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui *platform digital* dan memiliki hasil korelasi pearson yang positif serta korelasi yang kuat. Sehingga hipotesis pertama dapat diterima yang artinya bahwa variabel *brand awareness* berpengaruh signifikansi terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui *platform digital* Bukalapak. Hasil penelitian membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat *brand awareness* maka akan mempengaruhi tingkat keputusan muzakki dalam membayar zakat melalui *platform digital*.

Pada variabel Pengetahuan Teknologi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui *platform digital* dan memiliki hasil korelasi pearson yang positif serta korelasi yang cukup. Sehingga hipotesis kedua dapat diterima yang artinya bahwa variabel pengetahuan teknologi berpengaruh signifikansi terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui *platform digital* Bukalapak. Hasil penelitian membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan teknologi maka akan mempengaruhi tingkat keputusan muzakki dalam membayar zakat melalui *platform digital*.

Pada variabel Kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui *platform digital* dan memiliki hasil korelasi pearson yang positif serta korelasi yang sangat kuat. Sehingga hipotesis ketiga dapat diterima yang artinya bahwa variabel kepercayaan berpengaruh signifikansi terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui *platform digital* Bukalapak. Hasil penelitian membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan maka akan mempengaruhi tingkat keputusan muzakki dalam membayar zakat melalui *platform digital*.

Pada variabel Pengaruh Iklan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui *platform digital* dan memiliki hasil korelasi pearson yang positif serta

korelasi yang kuat. Sehingga hipotesis keempat dapat diterima yang artinya bahwa variabel pengaruh iklan berpengaruh signifikansi terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui *platform digital* Bukalapak. Hasil penelitian membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan iklan maka akan mempengaruhi tingkat keputusan muzakki dalam membayar zakat melalui *platform digital*.

Pada variabel Kemudahan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui *platform digital* dan memiliki hasil korelasi pearson yang positif serta korelasi yang kuat. Sehingga hipotesis kelima dapat diterima yang artinya bahwa variabel kemudahan berpengaruh signifikansi terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui *platform digital* Bukalapak. Hasil penelitian membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan maka akan mempengaruhi tingkat keputusan muzakki dalam membayar zakat melalui *platform digital*.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyani, D. (2014). *Pengaruh Faktor Keamanan, Pengetahuan, Teknologi Internet, Kualitas Layanan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial*. Bengkulu: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Bengkulu.
- Azizah, N., Hasbi, S., & Yetty, F. (2021). Pengaruh Brand Awareness, Transparansi, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menyalurkan ZIS Di KITABISA.COM. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa, Vol. 06 No. 02*.
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Edisi 4, Penerbit: CV Andi.
- Endrawati. (2018). *Pengaruh Iklan zakat menggunakan Media sosiaL, dan Kepuasan Muzaki (Studi Kasus Manajemen Bisnis Islam Kota Yogyakarta)*. Jambi: Fakultas Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin.
- Hardiawan, A. C. (2013). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
- Irhamyah, A. (2019). *Analisis Faktor-Faktor Preferensi Yang Mempengaruhi Keputusan Metode Pembayaran Zakat Bagi Muzakki di Era Digital*. Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya.
- Iswara, D. (2016). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pengguna Media Sosial Instagram di Kota Yogyakarta)*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Khairunnisa, A. H. (2020). Pengaruh Brand Awareness dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menyalurkan Zakat dan Donasi Melalui Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 6(02), Vol.6 No.2, 284-293*.
- Lely, F. N. (2018). *Analisis Pengelolaan Zakat Dalam Program Asuransi Kantor Zakat (ASKAZ) Sebagai Upaya Menuju Kemandirian Ekonomi Mustahik*. Kediri: Institut Agama Islam Negeri (IAIN).
- Ramadhan, U. K. (2021). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Keamanan, Transparansi Terhadap Keputusan Donatur Dan Muzaki Dalam Membayar Zakat, Infak, Sedekah Melalui Platform E-Wallet*. Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UIN Syarif Hidayatullah.
- Riduwan. (2015). *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru Karyawan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta.
- Rostiana, S. A. (2021). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Muslim Milenial dalam membayar zakat secara Online Melalui Platform Fintech*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Sari, S., Syamsuddin, & Syahrul. (2021). Analisis Brand Awereness dan Pengaruhnya Terhadap Buying Decision Mobil Toyota Calya di Makassar. *Journal of Business Administration, Vo.1 No.1*.
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Tajudin, M. H., & Mulazid, A. S. (2017). Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Kesadaran Merek terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri Kep. Sawangan Kota Depok. *Jurnal Ekonomi Islam, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Vol.8 No.1*.
- Tantriana, D., & Rahmawati, L. (2018). The Analysis of Surabaya Muzaki's Preference for Zakat Payment through Zakat Digital Method. *Internasional Conference of Zakat, State Islamic University of Sunan Ampel Surabaya, ISSN: 2655-62*

Analisis Pengukuran Kinerja Keuangan LAZ Dompot Dhuafa Menggunakan Metode Pengukuran *International Standard of Zakat Management (ISZM)* Periode 2016-2020

Ayu Rahmah Utami¹⁾, Darna¹⁾

ayu.rahmahutami.ak18@mhs.pnj.ac.id, darna@akuntansi.pnj.ac.id

¹⁾Politeknik Negeri Jakarta, Jl. Prof. Dr. G. A. Siwabessy, 16425, Beji, Depok, Indonesia

ABSTRACT

The implementation of accountability and transparency in published financial reports is very important for the community so that people are able to assess the financial performance of zakat institutions in collecting, managing, and distributing zakat funds. This study aims to analyze the level of efficiency and financial performance capacity of LAZ Dompot Dhuafa for the 2016-2020 period. The population in this study is the Amil Zakat Institute (LAZ) on a national scale, amounting to 34 LAZ. The sample in this study is LAZ Dompot Dhuafa. This research data analysis method uses quantitative analysis to calculate the ratio of the efficiency and capacity measurement variables of the International Standard for Zakat Management (ISZM) then followed by descriptive techniques. Based on the results of this study indicate that the efficiency level of financial performance which includes the program cost ratio, operational cost ratio, billing expense ratio is said to be efficient and the collection efficiency ratio is still classified as inefficient, meaning that zakat institutions still need to be improved in terms of managing costs incurred so that they are not too expensive. large in order to raise funds from the public or muzakki. Furthermore, the level of financial performance which includes the main income growth ratio, the program cost growth ratio is said to be quite good and the working capital ratio shows an average ratio below 1, meaning that zakat institutions are still very dependent on the rights or share of amil from the results of raising funds. obtained during that period.

Keywords: *International Standard of Zakat Management, Financial Performance, LAZ Dompot Dhuafa.*

ABSTRAK

Penerapan akuntabilitas dan transparansi dalam laporan keuangan yang dipublikasikan sangat penting bagi masyarakat agar masyarakat mampu menilai kinerja keuangan pada lembaga zakat dalam menghimpun, mengelola, dan menyalurkan dana zakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat efisiensi dan kapasitas kinerja keuangan LAZ Dompot Dhuafa periode 2016-2020. Populasi pada penelitian ini adalah Lembaga Amil Zakat (LAZ) berskala nasional yang berjumlah 34 LAZ. Sampel pada penelitian ini adalah LAZ Dompot Dhuafa. Metode analisa data penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif untuk menghitung rasio-rasio pada variabel efisiensi dan kapasitas pengukuran *International*

¹ Corresponding author. E-mail: ayu.rahmahutami.ak18@mhs.pnj.ac.id

Standard of Zakat Management (ISZM) kemudian dilanjutkan dengan menggunakan teknik deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat efisiensi kinerja keuangan yang meliputi rasio beban program, rasio beban operasional, rasio beban penghimpunan telah dikatakan efisien dan untuk rasio efisiensi penghimpunan masih tergolong tidak efisien, artinya lembaga zakat masih perlu memperbaiki dalam hal mengatur biaya yang dikeluarkan agar tidak terlalu besar dalam rangka menghimpun dana dari masyarakat atau muzakki. Selanjutnya, tingkat kapasitas kinerja keuangan yang meliputi rasio pertumbuhan penerimaan utama, rasio pertumbuhan beban program telah dikatakan cukup baik dan rasio modal kerja menunjukkan hasil rata-rata rasio dibawah 1, artinya lembaga zakat masih sangat bergantung dengan hak atau porsi amil dari hasil penghimpunan dana yang diperoleh selama periode berlangsung.

Kata-Kata Kunci: *International Standard of Zakat Management*, Kinerja Keuangan, LAZ Dompot Dhuafa

PENDAHULUAN

Jumlah penduduk muslim di Indonesia yang sangat besar merupakan salah satu potensi yang dapat dimanfaatkan oleh pemerintah dalam mengentaskan kemiskinan di Indonesia. Potensi zakat yang besar tersebut harus diimbangi oleh pengelolaan zakat yang profesional. Pengelolaan dana zakat secara profesional dibutuhkan suatu lembaga zakat mulai dari perhitungan dan pengumpulan zakat hingga penyalurannya. Sesuai dengan ketentuan zakat, Amil (pengelola zakat) dituntut untuk akuntabel dan transparan. Semua pihak dapat mengawasi serta mengontrol secara langsung. Ketidakpercayaan muzakki dan munfiq disebabkan karena belum transparansinya laporan penggunaan dana Zakat, Infaq, Sedekah (ZIS) yang dikelola Amil kepada masyarakat. Maka dari itu, pelaporan penggunaan zakat diperlakukan pada semua Amil di Indonesia (Hasanah, 2020).

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa potensi zakat di Indonesia sangatlah besar. Potensi zakat tersebut dapat menciptakan keadilan distribusi kekayaan masyarakat yang memiliki harta lebih. Namun pada kenyataannya, dana zakat yang berhasil dikumpulkan masih sangat jauh dari potensi zakat yang ada di Indonesia. Potensi Zakat di Indonesia pada tahun 2020 mencapai Rp327,6 triliun. Potensi terbesar tahun 2020 adalah zakat perusahaan sejumlah Rp144,5 triliun, kemudian ada zakat penghasilan dan jasa sejumlah Rp139,07 triliun, zakat uang sejumlah Rp58,76 triliun, zakat pertanian sejumlah Rp19,79 triliun, dan zakat peternakan sejumlah Rp9,52 triliun.

Menurut riset gabungan BAZNAS dengan berbagai lembaga menyebutkan bahwa realisasi pada tahun 2020 baru mencapai RP71,4 triliun atau sekitar 21,7% dari potensi zakat pada tahun 2020. Dari jumlah ini Rp 61,2 triliun tidak melalui OPZ resmi, dan hanya Rp 10,2 triliun yang melalui OPZ resmi (Rizky, 2021). Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa OPZ belum mampu mempengaruhi masyarakat yang sudah berzakat untuk menyalurkan zakatnya melalui OPZ dan mereka yang belum berzakat untuk berzakat.

Hal ini menunjukan bahwa belum optimalnya pengelolaan zakat sehingga realitanya masih terdapat *gap* atau kesenjangan yang sangat jauh antara potensi zakat dengan realisasi penghimpunan zakat. Salah satu penyebab kesenjangan tersebut karena rendahnya kepercayaan masyarakat terhadap lembaga zakat. Adapun riset yang dilakukan oleh PIRAC yang menyatakan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat terhadap Lembaga Amil Zakat (LAZ) dan Badan Amil

Zakat (BAZ) masih sangat kecil. Responden yang menyalurkan zakatnya ke BAZ hanya 6% dan yang menyalurkan zakatnya ke LAZ hanya 1,2% ((PIRAC), 2012).

Lembaga Amil Zakat (LAZ) Dompot Dhuafa merupakan salah satu lembaga pengelola dana zakat di Indonesia yang dipercaya oleh donatur untuk mengelola dana tersebut. Penghimpunan dana zakat pada tahun 2017 hingga 2019 mengalami tren kenaikan namun pada tahun 2020 mengalami tren penurunan penghimpunan dana zakat sebanyak Rp10 miliar. Penyaluran dana zakat pada tahun 2017 mengalami tren penurunan sebanyak Rp34 miliar, pada tahun 2018 dan 2019 penyaluran dana zakat mengalami tren kenaikan, namun pada tahun 2020 penyaluran dana zakat mengalami tren penurunan kembali sebanyak Rp43 miliar. Penghimpunan dana zakat yang dilakukan oleh LAZ Dompot Dhuafa sangat besar bahkan mencapai ratusan miliar rupiah. Namun besarnya penghimpunan dana zakat tersebut masih sangat jauh dari potensi zakat di Indonesia.

Pengelolaan dana zakat yang optimal mampu mempengaruhi kepercayaan masyarakat dalam memberikan dana zakat kepada lembaga zakat, hal ini dapat dibuktikan pada penelitian (Wulan, Sari, & Setiawan, 2013) bahwa akuntabilitas dan transparansi pada pelaporan keuangan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan penerimaan dana zakat. Artinya, penerapan akuntabilitas dan transparansi dalam laporan keuangan yang dipublikasikan sangat penting bagi masyarakat agar masyarakat mampu menilai kinerja keuangan pada lembaga zakat dalam menghimpun, mengelola, dan menyalurkan dana zakat yang telah diberikan oleh masyarakat.

Pengukuran kinerja keuangan pada lembaga zakat perlu dilakukan untuk membuktikan tingkat efisiensi dan kapasitas lembaga zakat dalam mengelola dana zakat yang telah diberikan oleh masyarakat sehingga kepercayaan masyarakat dapat meningkat dan diharapkan dengan meningkatnya kepercayaan masyarakat tersebut dapat merealisasikan besarnya potensi zakat di Indonesia yang dapat dihimpun oleh Lembaga Amil Zakat (LAZ).

Berdasarkan penjelasan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka pertanyaan penelitian ini adalah (1) bagaimana tingkat efisiensi kinerja keuangan LAZ Dompot Dhuafa menurut pengukuran *International Standard of Zakat Management* (ISZM) periode 2016-2020?, (2) bagaimana tingkat kapasitas kinerja keuangan LAZ Dompot Dhuafa menurut pengukuran *International Standard of Zakat Management* (ISZM) periode 2016-2020?

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah (1) untuk menganalisis tingkat efisiensi kinerja keuangan LAZ Dompot Dhuafa menurut pengukuran *International Standard of Zakat Management* (ISZM) periode 2016-2020, (2) untuk menganalisis tingkat kapasitas kinerja keuangan LAZ Dompot Dhuafa menurut pengukuran *International Standard of Zakat Management* (ISZM) periode 2016-2020.

TINJAUAN PUSTAKA

Secara bahasa, kata zakat mempunyai beberapa arti, yaitu al-barakatu (keberkahan), an-namaa (pertumbuhan dan perkembangan), ath-thaharatu (kesucian), dan ash-shalahu (keberesan) (Bahri & Khumaini, 2020). Sesuatu itu zaka, berarti tumbuh dan berkembang, dan orang itu zaka, berarti orang itu baik. Zakat menurut etimologi berarti, berkah, bersih, berkembang dan baik.

Zakat menurut istilah fikih adalah sejumlah harta tertentu yang diwajibkan Allah diserahkan kepada orang yang berhak menerimanya, di samping berarti mengeluarkan jumlah tertentu itu sendiri (Qardawi, 2016).

Lembaga Amil Zakat merupakan lembaga yang melaksanakan aktivitas pengumpulan, pendistribusian dan pendayagunaan zakat dengan tujuan membantu Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) (Saoki, 2019). Pembentukan LAZ wajib mendapatkan izin dari Menteri atau pejabat yang ditunjuk oleh Menteri. Persyaratan dalam pembentukan LAZ yaitu (a) terdaftar sebagai organisasi kemasyarakatan Islam yang mengelola bidang pendidikan, dakwah, dan sosial, (b) berbentuk lembaga berbadan hukum, (c) mendapat rekomendasi dari BAZNAS, (d) memiliki pengawas syariat, (e) memiliki kemampuan teknis, administratif, dan keuangan untuk melaksanakan kegiatannya, (f) bersifat nirlaba, (g) memiliki program untuk medayagunakan zakat bagi kesejahteraan umat, (h) bersedia diaudit syariat dan keuangan secara berkala.

Menurut (Fahmi, 2014), kinerja keuangan merupakan suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana perusahaan telah melaksanakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar. Menurut (Islahuzzaman, 2012), kinerja keuangan adalah suatu perbandingan antara hasil realisasi (nyata) dengan tolak ukur yang telah ditentukan sebelumnya. Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa kinerja keuangan merupakan sebuah gambaran mengenai kemampuan serta kondisi keuangan pada perusahaan dalam menjalankan kegiatan perusahaan yang efisien dan efektif.

International Standard of Zakat Management (ISZM) merupakan salah satu standar internasional dalam melakukan penilaian pengelolaan dana zakat yang dilakukan oleh lembaga zakat. ISZM baru diluncurkan pada tahun 2015 oleh *World Zakat Forum dan Indonesia Magnificence of Zakat*. Tujuan dari pengukuran ISZM adalah untuk mengidentifikasi sifat dan tingkat kelemahan pengelolaan zakat. Hasil dari perhitungan ISZM akan menjadi dasar untuk memulai strategi perbaikan di semua aspek manajemen (Bastiar & Bahri, 2019).

Pengukuran kinerja keuangan lembaga zakat yang terdapat pada *International Standard of Zakat Management (ISZM)* terdiri dari pengukuran terhadap efisiensi lembaga zakat dan pengukuran terhadap kapasitas organisasi. Menurut (Harto, Anggraeni, & Bayinah, 2018), pengukuran terhadap efisiensi lembaga zakat akan memperlihatkan apakah pengelolaan dana yang dilakukan oleh suatu lembaga zakat sudah efisien atau belum. Lembaga zakat yang dikatakan efisien apabila mengeluarkan sedikit biaya untuk mendapatkan penghimpunan dana yang dimana harus sejalan dengan program dan pelayanan lembaga zakat. Maka dari itu, pengeluaran pada lembaga zakat harus lebih banyak digunakan untuk pelaksanaan program dan pelayanannya.

Efisiensi pengelolaan zakat dapat diukur menggunakan rasio beban program, rasio beban operasional, rasio beban penghimpunan dan efisiensi penghimpunan. Rasio beban program didapatkan dari total biaya program dibagi total biaya yang dikeluarkan lembaga zakat dalam satu tahun. Biaya program yang dimaksud merupakan pengeluaran yang ditujukan untuk pemberdayaan mustahik, sehingga akan terlihat perbandingan besar pengeluaran untuk menjalankan program dengan total seluruh pengeluaran. Semakin besar hasilnya maka akan semakin baik pula.

Rasio beban operasional didapatkan dari total pengeluaran untuk operasional dibagi keseluruhan pengeluaran lembaga zakat. Beban operasional merupakan pengeluaran lembaga

zakat yang digunakan untuk kegiatan operasional, yang mana hal ini tercermin dalam penggunaan dana amil. Jika hasilnya terlalu besar dari total keseluruhan pengeluaran maka dapat disimpulkan bahwa lembaga zakat belum efisien dalam mengelola beban operasionalnya. Seharusnya pengeluaran lembaga zakat lebih fokus kepada pelayanan untuk mustahik dan program-program.

Rasio beban penghimpunan didapatkan dari total beban penghimpunan dibagi keseluruhan beban atau pengeluaran lembaga zakat. Beban penghimpunan dalam lembaga zakat merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam rangka penghimpunan dana, seperti biaya iklan, sosialisasi, dll. Semakin rendah hasil perhitungan rasio, maka semakin efisien lembaga tersebut dalam mengelola pengeluaran dalam rangka penghimpunan.

Rasio efisiensi penghimpunan didapatkan dari total biaya yang dikeluarkan untuk menghimpun dana dibagi total kontribusi yang diberikan oleh muzakki atau penghimpunan dana dari muzakki. Semakin rendah hasil perhitungan rasio, maka semakin efisien lembaga tersebut dalam mengelola biaya penghimpunan.

Pengukuran terhadap kapasitas lembaga zakat sangat diperlukan untuk menentukan seberapa jauh keberlangsungan program serta pelayanan lembaga zakat dan seperti apa lembaga zakat dapat mempertahankannya. Pengukuran kapasitas lembaga zakat menurut ISZM terdiri dari rasio pertumbuhan penerimaan dana, rasio pertumbuhan beban program dan rasio modal kerja.

Rasio pertumbuhan penerimaan utama didapatkan dari selisih penghimpunan dana zakat di tahun berjalan dengan tahun sebelumnya dibagi penghimpunan dana zakat di tahun sebelumnya. Rasio pertumbuhan ini sangat penting dilakukan untuk mengetahui perkembangan penerimaan dana zakat dari tahun ke tahun. Semakin tinggi hasil perhitungan rasio, maka akan semakin baik pula pertumbuhan penerimaan utama pada lembaga zakat. Analisis rasio ini berdampak bagi perencanaan penyaluran dan ekspansi lembaga zakat dalam menjalankan fungsinya yaitu sebagai pengelola, penghimpun dan penyalur dana zakat.

Rasio pertumbuhan beban program didapatkan dari selisih beban program di tahun berjalan dengan tahun sebelumnya dibagi beban program di tahun sebelumnya. Rasio pertumbuhan ini sangat penting dilakukan untuk mengetahui perkembangan penyaluran dana melalui program yang telah ditetapkan oleh lembaga zakat dari tahun ke tahun. Semakin tinggi hasil perhitungan rasio, maka akan semakin baik pertumbuhan beban program. Artinya, semakin banyak mustahik yang merasakan manfaat dari adanya dana zakat. Analisis rasio ini diperlukan untuk mempertahankan dukungan publik terhadap pelaksanaan program lembaga zakat.

Rasio modal kerja didapatkan dari modal kerja yaitu saldo awal dana amil yang digunakan untuk operasional dibagi dengan keseluruhan pengeluaran dana amil untuk operasional. Analisis rasio ini untuk menggambarkan besaran modal lembaga zakat yang mampu menutupi pengeluarannya ketika lembaga zakat tidak menghasilkan penghimpunan dana baru (Zakat, 2017).

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif-deskriptif berupa angka-angka yang ada di dalam laporan keuangan Lembaga Amil Zakat, selanjutnya angka tersebut diolah menggunakan software Microsoft Excel yang digunakan untuk menganalisis kinerja keuangan LAZ dengan menggunakan metode pengukuran *International Standard of Zakat Management (ISZM)*.

Populasi pada penelitian ini adalah Lembaga Amil Zakat (LAZ) berskala nasional yang berjumlah 34 LAZ. Pada penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* dengan menentukan kriteria sampel. Sampel pada penelitian ini adalah LAZ Dompot Dhuafa. Objek pada penelitian ini adalah kinerja keuangan LAZ Dompot Dhuafa. Subjek pada penelitian ini adalah LAZ Dompot Dhuafa. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Sumber data pada penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh secara langsung dari *website* resmi Lembaga Amil Zakat (LAZ) Dompot Dhuafa yang dijadikan sampel berupa laporan keuangan yang dipublikasikan dan telah diaudit periode 2016-2020. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah dokumentasi.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

No	Indikator	Rumus	Keterangan
Variabel Efisiensi			
1	Rasio Beban Program	$\frac{PE}{TE}$	PE = <i>Program Expense</i> (Beban Program) yakni pengeluaran lembaga zakat untuk program TE = <i>Total Expense</i> (Total Beban) yakni keseluruhan pengeluaran
2	Rasio Beban Operasional	$\frac{OE}{TE}$	OE = <i>Operational Expense</i> (Beban Operasional) yakni pengeluaran lembaga zakat untuk membiayai kegiatan operasionalnya TE = <i>Total Expense</i> (Total Beban) yakni keseluruhan pengeluaran
3	Rasio Beban Penghimpunan	$\frac{FE}{TE}$	FE = <i>Fundraising Expense</i> (Beban Penghimpunan) yakni pengeluaran lembaga zakat dalam rangka menghimpun dana TE = <i>Total Expense</i> (Total Beban) yakni keseluruhan pengeluaran
4	Efisiensi Penghimpunan	$\frac{FE}{TC}$	FE = <i>Fundraising Expense</i> (Beban Penghimpunan) yakni pengeluaran lembaga zakat dalam rangka menghimpun dana TC = <i>Total Contribution</i> (Total Kontribusi) yakni total dana kontribusi dari muzakki maupun donatur
Variabel Kapasitas			
1	Pertumbuhan Penerimaan Utama	$\frac{PR_n - PR_{n-1}}{PR_{n-1}}$	PR _n = <i>Primary Revenue</i> (penerimaan Utama) tahun berjalan, yakni total zakat yang dihimpun ditahun berjalan. PR _{n-1} = <i>Primary Revenue</i> (penerimaan Utama) tahun sebelumnya, yakni total zakat yang dihimpun ditahun sebelumnya.
2	Pertumbuhan Beban Program	$\frac{PE_n - PE_{n-1}}{PE_{n-1}}$	PE _n = <i>Program Expenses</i> (Beban Program) tahun berjalan PE _{n-1} = <i>Program Expenses</i> (Beban Program) tahun sebelumnya
3	Rasio Modal Kerja	$\frac{WCP}{TE}$	WCP = <i>Working Capital</i> (Modal Kerja), yakni saldo dana amil yang digunakan untuk operasional lembaga zakat. TE = <i>Total Expenses</i> (Total Beban), yakni keseluruhan pengeluaran dana amil

Sumber: PUSKAS BAZNAS

Tabel 2. Klasifikasi Perhitungan Rasio Kinerja Keuangan

No	Indikator	Hasil Perhitungan	Keterangan
Variabel Efisiensi			
1	Rasio Beban Program	$R > 90\%$	Sangat Efisien
		$75\% \leq R \leq 90\%$	Efisien
		$60\% \leq R < 75\%$	Cukup Efisien
		$45\% \leq R < 60\%$	Kurang Efisien
		$R < 45\%$	Tidak Efisien
2	Rasio Beban Operasional	$R < 12,5\%$	Efisien
		$12,5\% \leq R \leq 17,5\%$	Cukup Efisien
		$R > 17,5\%$	Tidak Efisien
3	Rasio Beban Penghimpunan	$R < 10\%$	Efisien
		$10\% \leq R \leq 20\%$	Cukup Efisien
		$R > 20\%$	Tidak Efisien
4	Rasio Efisiensi Penghimpunan	$R < 2\%$	Efisien
		$2\% \leq R \leq 5\%$	Cukup Efisien
		$R > 5\%$	Tidak Efisien
Variabel Kapasitas			
1	Rasio Pertumbuhan Penerimaan Utama	$R > 30\%$	Baik Sekali
		$20\% < R \leq 30\%$	Baik
		$0\% < R \leq 20\%$	Cukup Baik
		$R \leq 0\%$	Tidak Baik
2	Rasio Pertumbuhan Beban Program	$R > 30\%$	Baik Sekali
		$20\% < R \leq 30\%$	Baik
		$0\% < R \leq 20\%$	Cukup Baik
		$R \leq 0\%$	Tidak Baik
3	Rasio Modal Kerja	$R > 1,5$	Tidak Baik
		$1 \leq R \leq 1,5$	Baik
		$R < 1$	Tidak Baik

Sumber: PUSKAS BAZNAS

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 3. Hasil Perhitungan Rasio Beban Program

Tahun					Rata-rata
2016	2017	2018	2019	2020	
81%	79%	76%	80%	80%	79,2%

Sumber: laporan keuangan LAZ Dompot Dhuafa 2016-2020, diolah

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa rasio beban program LAZ Dompot Dhuafa periode 2016-2020 memiliki rata-rata rasio sebesar 79,2%. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan dana dengan pengalokasian pada beban program tergolong efisien.

Tabel 4. Hasil Perhitungan Rasio Beban Operasional

Tahun					Rata-rata
2016	2017	2018	2019	2020	
13%	13%	13%	11%	12%	12,4%

Sumber: laporan keuangan LAZ Dompot Dhuafa 2016-2020, diolah

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui bahwa rasio beban operasional LAZ Dompot Dhuafa periode 2016-2020 memiliki rata-rata rasio sebesar 12,4%. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan dana dengan pengalokasian pada beban operasional tergolong efisien.

Tabel 5. Hasil Perhitungan Rasio Beban Penghimpunan

Tahun					Rata-rata
2016	2017	2018	2019	2020	
6%	9%	11%	8%	7%	8,2%

Sumber: laporan keuangan LAZ Dompot Dhuafa 2016-2020, diolah

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui bahwa rasio beban penghimpunan LAZ Dompot Dhuafa periode 2016-2020 memiliki rata-rata rasio sebesar 8,2%. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan dana dengan pengalokasian pada beban penghimpunan dalam rangka kegiatan penghimpunan terhadap total pengeluaran keseluruhan tergolong efisien.

Tabel 6. Hasil Perhitungan Rasio efisiensi penghimpunan

Tahun					Rata-rata
2016	2017	2018	2019	2020	
6%	8%	9%	8%	6%	7,4%

Sumber: laporan keuangan LAZ Dompot Dhuafa 2016-2020, diolah

Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui bahwa rasio efisiensi penghimpunan LAZ Dompot Dhuafa periode 2016-2020 memiliki rata-rata rasio sebesar 7,4%. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan dana dengan pengalokasian pada beban penghimpunan dalam rangka kegiatan penghimpunan dana terhadap hasil penghimpunan dana pada periode tertentu tergolong tidak efisien karena rata-rata rasio lebih dari 5%.

Tabel 7. Hasil Perhitungan Rasio Pertumbuhan Penerimaan Utama

Tahun					Rata-rata
2016	2017	2018	2019	2020	
-3%	2%	7%	38%	-5%	7,8%

Sumber: laporan keuangan LAZ Dompot Dhuafa 2016-2020, diolah

Berdasarkan Tabel 7 dapat diketahui bahwa rasio pertumbuhan penerimaan utama pada LAZ Dompot Dhuafa periode 2016-2020 memiliki rata-rata sebesar 7,8%. Hal ini menunjukkan

bahwa pertumbuhan dana zakat yang berhasil dihimpun tergolong cukup baik, hal ini disebabkan oleh penerimaan dana zakat yang fluktuatif selama periode 2016 hingga 2020.

Tabel 8. Hasil Perhitungan Rasio Pertumbuhan Beban Program

Tahun					Rata-rata
2016	2017	2018	2019	2020	
-2%	-7%	10%	53%	-11%	8,6%

Sumber: laporan keuangan LAZ Dompot Dhuafa 2016-2020, diolah

Berdasarkan Tabel 8 dapat diketahui bahwa rasio pertumbuhan beban program pada LAZ Dompot Dhuafa periode 2016-2020 memiliki rata-rata sebesar 8,6%. Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan pengalokasian dana pada beban program tergolong cukup baik, hal ini disebabkan oleh penyaluran dana melalui berbagai program yang diadakan lembaga zakatnya fluktuatif selama periode 2016 hingga 2020.

Tabel 9. Hasil Perhitungan Rasio Modal Kerja

Tahun					Rata-rata
2016	2017	2018	2019	2020	
0,01	0,05	0,01	0,01	0,03	0,02

Sumber: laporan keuangan LAZ Dompot Dhuafa 2016-2020, diolah

Berdasarkan Tabel 9 dapat diketahui bahwa rasio modal kerja pada LAZ Dompot Dhuafa periode 2016-2020 memiliki rata-rata sebesar 0,02. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan modal kerja lembaga zakat dalam memenuhi pengeluaran operasionalnya tergolong tidak baik karena rata-rata rasionya di bawah 1 yang artinya, bahwa lembaga zakat tersebut masih sangat bergantung dengan hak atau porsi amil dari hasil penghimpunan dana yang dilakukan selama periode berlangsung.

Hasil dari perhitungan rasio beban program tergolong efisien menunjukkan bahwa LAZ Dompot Dhuafa telah menjalankan fungsinya dengan baik dalam melakukan penyaluran dana kepada orang yang berhak menerima atau mustahik melalui berbagai program yang ada di lembaga tersebut. Selanjutnya, hasil dari perhitungan rasio beban operasional yang efisien menunjukkan bahwa LAZ Dompot Dhuafa dalam mengatur pengeluaran untuk keperluan kegiatan operasional lembaga masih dalam batas yang wajar. Selanjutnya, hasil perhitungan rasio beban penghimpunan yang efisien menunjukkan bahwa LAZ Dompot Dhuafa dalam mengatur pengeluaran lembaga dalam rangka kegiatan penghimpunan terhadap keseluruhan pengeluaran lembaga telah terkelola dengan baik. Terakhir, hasil perhitungan rasio efisiensi penghimpunan menunjukkan bahwa rasio tersebut selama periode 2016 hingga 2020 tidak efisien karena rata-rata rasionya melebihi 5%, artinya bahwa LAZ Dompot Dhuafa dalam mengatur pengeluaran lembaga dalam rangka kegiatan penghimpunan terhadap keseluruhan hasil penghimpunan dana belum terkelola dengan baik. Hal ini terjadi disebabkan oleh jumlah pengeluaran lembaga dalam rangka kegiatan penghimpunan selama 5 periode terjadi fluktuatif dan biaya pengeluaran dalam rangka kegiatan penghimpunan masih tergolong besar, sehingga melebihi batas rasio efisiensi yang telah ditentukan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Parisi, 2017) menyimpulkan bahwa terdapat 5 unit pengambil keputusan yang efisien sempurna sebesar 100% dan terdapat 22 unit pengambil keputusan yang tidak efisien. Maka dari itu lembaga zakat perlu

meningkatkan dana penyaluran dan penerimaan, serta perlu mengurangi biaya sosialisasi dan biaya operasional kantornya.

Hasil dari rasio pertumbuhan penerimaan utama menunjukkan bahwa LAZ Dompot Dhuafa tergolong cukup baik karena memiliki rata-rata rasio sebesar 7,8%, artinya pertumbuhan penerimaan dana zakat yang diterima lembaga zakat dari periode 2016-2020 tergolong cukup baik walaupun terjadi fluktuasi penerimaan dana zakat dari periode ke periode. Rasio pertumbuhan penerimaan utama tertinggi yakni pada periode 2019 sebesar 38% yang tergolong baik sekali. Hal ini karena penerimaan dana zakat pada periode tersebut merupakan yang tertinggi selama 5 periode tersebut. Selanjutnya, hasil perhitungan rasio pertumbuhan beban program menunjukkan bahwa LAZ Dompot Dhuafa tergolong cukup baik karena memiliki rata-rata rasio sebesar 8,6% artinya pertumbuhan alokasi dana pada beban program lembaga yang dijalankan selama periode 2016 hingga 2020 tergolong cukup baik. Terakhir, rasio modal kerja LAZ Dompot Dhuafa selama periode 2016 hingga 2020 menunjukkan hasil rata-rata rasio di bawah 1, hal ini menunjukkan bahwa kemampuan modal kerja lembaga zakat dalam memenuhi pengeluaran operasional lembaga masih bergantung dengan hak atau porsi amil dari hasil penghimpunan dana selama periode berlangsung. Lembaga zakat masih mampu menutupi pengeluaran operasionalnya dengan saldo dana amil yang ada tanpa menghasilkan penerimaan baru walaupun lembaga zakat masih bergantung dengan hak atau porsi amil dalam membiayai pengeluaran operasionalnya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Harto, Anggraeni, & Bayinah, 2018) yang menyimpulkan bahwa tingkat kapasitas lembaga zakat dalam menjalankan kegiatan operasionalnya sudah baik karena lembaga zakat telah berusaha untuk menyalurkan dana yang dihimpunnya dengan optimal, namun dibutuhkan peningkatan kinerja pada rasio modal kerja karena masih terdapat hasil perhitungan yang tergolong rendah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis di atas, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut (1) hasil perhitungan tingkat efisiensi kinerja keuangan yang meliputi rasio beban program, rasio beban operasional, rasio beban penghimpunan telah dikatakan efisien dan untuk rasio efisiensi penghimpunan masih tergolong tidak efisien, artinya lembaga zakat masih perlu memperbaiki dalam hal mengatur biaya yang dikeluarkan agar tidak terlalu besar dalam rangka kegiatan penghimpunan dana, (2) hasil perhitungan tingkat kapasitas kinerja keuangan yang meliputi rasio pertumbuhan penerimaan utama, rasio pertumbuhan beban program telah dikatakan cukup baik dan rasio modal kerja menunjukkan hasil rata-rata rasio dibawah 1, artinya lembaga zakat masih sangat bergantung dengan hak atau porsi amil dari hasil penghimpunan dana yang diperoleh selama periode berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- (PIRAC), P. I. (2012). *Mensejahterakan Umat Dengan Zakat*. Depok: Pirameida/PIRAC.
- Andayani, T. D. (2018). ANALISIS PENGUKURAN KINERJA KEUANGAN STUDI PADA LAZISMU KOTA PEKALONGAN. *Jurnal Neraca Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan*, 14(1), 40.
- Bahri, E. S., & Khumaini, S. (2020). Analisis Efektivitas Penyaluran Zakat pada Badan Amil Zakat Nasional. *Journal of Islamic Economics and Banking*, 1(2), 166.
- Bastiar, Y., & Bahri, E. S. (2019). Model Pengukuran Kinerja Lembaga Zakat di Indonesia. *ZISWAF; Jurnal Zakat dan Wakaf*, 6(1), 58-59.

- Dewan Standar Akuntansi Syariah. (2022). PSAK No. 101 (Revisi 2021): Penyajian Laporan Keuangan Syariah. Jakarta: IAI.
- Emir, T. (2016). *Panduan Zakat Terlengkap*. Jakarta: EMIR.
- Fahmi, I. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Harto, P. P., Anggraeni, V. S., & Bayinah, A. N. (2018). KOMPARASI KINERJA KEUANGAN LEMBAGA AMIL ZAKAT. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, 6(1), 24.
- Hasanah, U. (2020). ANALISIS PERBANDINGAN KINERJA KEUANGAN ORGANISASI NIRLABA: STUDI KASUS PADA BADAN AMIL ZAKAT BERSKALA NASIONAL. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(1), 2.
- Islahuzzaman. (2012). *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Ekonusa.
- Kusnandar, V. B. (2021, September 30). *Sebanyak 86,88% Penduduk Indonesia Beragama Islam*. Retrieved Mei 24, 2022, from databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/30/sebanyak-8688-penduduk-indonesia-beragama-islam>
- Machmud, M., Kawung, G., & Rompas, W. (2014). ANALISIS KINERJA KEUANGAN DAERAH DI PROVINSI SULAWESI UTARA TAHUN 2007-2012. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 14(2), 5.
- Muflihah, H., & Rosyad, S. (2019). PENGARUH LAPORAN PENGGUNAAN DANA ZAKAT KONSUMTIF, ZAKAT PRODUKTIF, INFAK TERIKAT DAN INFAK TIDAK TERIKAT TERHADAP PENINGKATAN DANA ZAKAT, INFAK, SEDEKAH. *The Asia Pacific Journal of Management*, 6(1), 15.
- Oktaviani, R. (2018). Zakat Produktif Sebagai Modal Kerja Usaha Mikro. *Jurnal Perisai*, 2(2), 118.
- Parisi, S. A. (2017). TINGKAT EFISIENSI DAN PRODUKTIVITAS LEMBAGA ZAKAT DI INDONESIA. *Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 7(1), 70.
- Pusat Kajian Strategis BAZNAS. (2019). Rasio Keuangan Organisasi Pengelola Zakat: Teori dan Konsep. Jakarta: Pusat Kajian Strategis BAZNAS.
- Qardawi, Y. (2016). *Hukum Zakat*. Lentera Nusa.
- Rizky, F. (2021, April 05). *Realisasi Baru 21,7 Persen, Wapres: Implementasi Zakat 2021 Perlu Ditingkatkan*. Retrieved Mei 24, 2022, from IDX CHANNEL.COM: <https://www.idxchannel.com/syariah/realisasi-baru-217-persen-wapres-implementasi-zakat-2021-perlu-ditingkatkan#:~:text=pada%20tahun%20ini,-,Riset%20gabungan%20Baznas%20dengan%20berbagai%20lembaga%20menyebutkan%20potensi%20zakat%202020,tahun%202020%20diban>
- Saoki. (2019). Analisis Kinerja Lembaga Amil Zakat Melalui Pendekatan Evaluasi Berbasis Indikator Indonesia Zakat Dan Development Report (IZDR) 2011 (Studi Penelitian di LAZIZNU dan LAZIZMU Surabaya). *Management of Zakat and Waqf Journal (MAZAWA)*, 1(1), 18-19.
- Wulan, E. R., Sari, W., & Setiawan, S. (2013). PENGARUH TRANSPARANSI DAN AKUNTABILITAS PELAPORAN KEUANGAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN PENERIMAAN DANA ZAKAT DI KOTA BANDUNG. *Prosiding International Conference on Islam in Malay World (ICON IMAD) III*. 3, p. 22. Bandung: Institute for Study of Religion, Culture and Public-Affair.
- Zakat, W. Z. (2017). *International Standard of Zakat Management ISZM*. Jakarta: IMZ Publishing.

Analisis Kinerja Keuangan Pemerintah Kabupaten Bogor Tahun 2015-2020

Oleh :
Arif Alfajar¹⁾, Ali Masjono²⁾

¹⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: arif.alfajar.ak18@mhs.w.pnj.ac.id

²⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Email: ali.masjonomuchtar@akuntansi.pnj.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine and analyze the performance of the Bogor district Government for period of 2015-2020 which is measured using the level of fiscal decentralization, dependence, independence, effectiveness, efficiency, spending activities, and local revenue, then the perception and experience of the performance measurement results. The results of the study show that the performance of the Bogor Regency Government in 2015-2020 using the ratio of the degree of decentralization of the fiscal government is in the sufficient category. The ratio obtains the High category. The regional financial independence ratio is in the participatory category. The effective ratio obtains the very effective category. Efficiency ratio is judged to obtain inefficient category. The compatibility ratio is seen from the average expenditure of the two, operating expenditure is superior to capital expenditure. The growth ratio shows a positive trend, which is 10.21%.

Keywords: Regional Financial Performance; Interpretation; measurement results.

ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis kinerja keuangan Pemerintah Kabupaten Bogor tahun 2015-2020 yang diukur menggunakan rasio derajat desentralisasi fiskal, ketergantungan, kemandirian, efektivitas, efisiensi, aktivitas belanja, serta pertumbuhan Pendapatan Asli Daerah, kemudian diinterpretasikan serta implikasi hasil pengukuran kinerja tersebut. Hasil penelitian menunjukkan kinerja Pemerintah Kabupaten Bogor Tahun 2015-2020 dengan menggunakan Rasio derajat desentralisasi fiskal pemerintah masuk kedalam kategori cukup. Rasio ketergantungan memperoleh kategori Tinggi. Rasio kemandirian keuangan daerah memperoleh kategori partisipatif. Rasio efektivitas memperoleh kategori sangat efektif. Rasio efisiensi jika dinilai memperoleh kategori tidak efisien. Rasio keserasian dilihat dari rata-rata belanja keduanya, belanja operasi lebih unggul bila dibandingkan belanja modal. Rasio Pertumbuhan menunjukkan trend yang positif yaitu sebesar 10,21%.

Kata Kunci : Kinerja Keuangan Daerah; Interpretasi; implikasi hasil pengukuran.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pelaksanaan otonomi daerah dan desentralisasi fiskal didanai atas beban Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah. Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) merupakan cerminan dari program-program yang akan dilaksanakan oleh pemerintah daerah dan selalu menjadi acuan dalam menyelenggarakan roda pemerintahan secara efektif, dan efisien, mampu mendorong peran masyarakat dalam pembangunan serta pemerataan dan keadilan dengan mengembangkan potensi yang dimiliki. Dalam upaya meningkatkan

kemandirian daerah, pemerintah daerah harus lebih menggali potensi daerahnya, dan meningkatkan sumber keuangannya.

Pendapatan Asli Daerah (PAD) harus menjadi bagian terpenting dalam mengerahkan dana penyelenggaraan daerah, oleh karena itu seringkali PAD dijadikan tolak ukur dalam pelaksanaan otonomi daerah, demi mewujudkan tingkat kemandirian dalam menghadapi otonomi daerah. Dengan diberlakukannya otonomi daerah, Pemerintah Kabupaten Bogor memiliki keleluasaan wewenang dalam menjalankan roda pemerintahannya, namun disisi lain pemerintah daerah tersebut memiliki tugas dan tanggung jawab untuk lebih mandiri dalam mengelola dan meningkatkan kinerja keuangan pemerintahannya yang pada akhirnya akan dipertanggungjawabkan baik kepada pemerintah pusat maupun masyarakat di daerah otonom tersebut.

Rumusan Masalah

Kinerja keuangan Pemerintah Kabupaten Bogor dalam kurun waktu 6 Tahun (2015-2020) bisa dikatakan belum mengefisienkan pendapatan yang dimiliki, hal itu disebabkan kenderungan lebih besar dalam membiayai kegiatan pemerintahan daerah sehingga seringkali terjadi defisit yang mengakibatkan daerah belum mampu dalam meningkatkan kinerja keuangan pemerintah daerah agar dapat mewujudkan masyarakat yang makmur dan sejahtera.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengukur kinerja keuangan Kabupaten Bogor tahun 2015-2020 dengan menggunakan rasio rasio kemandirian keuangan daerah, rasio efektivitas dan efisiensi keuangan daerah, rasio keserasian, dan rasio pertumbuhan.

TINJAUAN PUSTAKA

Keuangan Daerah

Peraturan Pemerintah Nomor 12 Tahun 2019 tentang Pengelolaan Keuangan Daerah, keuangan daerah didefinisikan sebagai semua hak dan kewajiban daerah dalam rangka penyelenggaraan pemerintah daerah yang dapat dinilai dengan uang serta segala bentuk kekayaan yang dapat dijadikan milik daerah sehubungan dengan hak dan kewajiban tersebut. Penyelenggaraan urusan pemerintah yang menjadi kewenangan daerah, berasal dari APBD. Di bidang penyelenggaraan keuangan daerah, kepala daerah adalah pemegang kekuasaan pengelolaan keuangan daerah. Dalam melaksanakan kekuasaan tersebut kepala daerah melimpahkan sebagian atau seluruh kekuasaannya berupa Perencanaan, pelaksanaan, penatausahaan, pertanggungjawaban, dan pengawasan kepada para pejabat perangkat daerah. Pelimpahan kekuasaan baik sebagian maupun seluruhnya didasarkan atas prinsip pemisahan kewenangan antara yang memerintahkan, menguji, dan yang menerima atau mengeluarkan uang.

Rasio Keuangan

Menurut Halim (2007) kinerja keuangan daerah merupakan penilaian terhadap kemampuan keuangan pemerintah daerah dalam menghadapi otonomi daerah sesuai peraturan dan ketentuan yang berlaku. Pengukuran kinerja keuangan pemerintah daerah dilakukan untuk memenuhi 5 tujuan yaitu menilai kemandirian keuangan daerah dalam menjalankan otonomi daerah, mengukur efektifitas dan efisiensi keuangan, mengukur sejauh mana aktivitas pemerintah daerah dalam membelanjakan dan pengeluaran pembiayaan lainnya, mengukur peran masing-masing sumber pendapatan dalam penyusunan pendapatan daerah, serta melihat pertumbuhan perolehan pendapatan selama periode tertentu. Menurut Brown (1993), dalam hal mengukur kinerja keuangan maka perlu menggunakan analisa rasio keuangan pemerintah.

Terdapat beberapa analisis rasio didalam pengukuran kinerja keuangan daerah yang dikembangkan berdasarkan data keuangan yang bersumber dari APBD adalah sebagai berikut:

Rasio Derajat Desentralisasi Fiskal

Menurut Haryanto (2014), Rasio derajat desentralisasi fiskal merupakan sebuah ukuran yang menunjukkan kewenangan dan tanggung jawab yang diberikan pemerintah pusat kepada pemerintah daerah untuk menggali dan mengelola pendapatan. Rasio ini dihitung dengan cara perbandingan antara Pendapatan Asli Daerah (PAD) dengan Total Pendapatan Daerah (TPD). Semakin tinggi kontribusi PAD, maka semakin tinggi kemampuan daerah dalam menyelenggarakan desentralisasi.

$$Rasio\ DDF = \frac{Pendapatan\ Asli\ Daerah}{Total\ Pendapatan\ Daerah} \times 100$$

Selanjutnya dilihat tolak ukur kinerja keuangan daerah berdasarkan rasio derajat desentralisasi fiskal sebagai berikut:

Tabel 1. Kategori Derajat Desentralisasi Fiskal

Ketergantungan Daerah	Kemampuan Keuangan
0,00 - 10,00	Sangat Kurang
10,01 - 20,00	Kurang
20,01 - 30,00	Sedang
30,01 - 40,00	Cukup
40,01 - 50,00	Tinggi
> 50,01	Sangat Baik

(Sumber: Munir dkk, 2004)

Rasio Ketergantungan Daerah

Menurut Susilawati (2018) menyatakan bahwa rasio ketergantungan keuangan daerah merupakan rasio yang menunjukkan tingkat ketergantungan pemerintah daerah terhadap pemerintah pusat. Semakin tinggi rasio ini maka semakin besar tingkat ketergantungan pemerintah daerah terhadap pemerintah pusat. Menurut Mahmudi (2016) berikut merupakan rumus untuk menghitung Rasio Ketergantungan :

$$Rasio\ Ketergantungan = \frac{Dana\ Perimbangan}{Total\ Pendapatan\ Daerah} \times 100$$

Selanjutnya dilihat tolak ukur kinerja keuangan daerah berdasarkan rasio ketergantungan daerah sebagai berikut:

Tabel 2. Kategori Ketergantungan Daerah

Ketergantungan Daerah	Kemampuan Keuangan
0,00 - 10,00	Sangat Rendah
10,01 - 20,00	Rendah
20,01 - 30,00	Sedang
30,01 - 40,00	Cukup
40,01 - 50,00	Tinggi
> 50,01	Sangat Tinggi

(Sumber: Tim Litbang Depdagri-Fisipol UGM, 1991).

Rasio Kemandirian Keuangan Daerah

Menurut Mahmudi (2010) Kemandirian keuangan daerah menunjukkan kemampuan pemerintah daerah dalam membiayai sendiri kegiatan pemerintah, pembangunan, dan

pelayanan kepada masyarakat. Rasio Kemandirian dihitung dengan cara perbandingan antara Pendapatan Asli Daerah dengan Bantuan Pemerintah Pusat atau Provinsi dan Pinjaman.

$$\text{Rasio Kemandirian} = \frac{\text{Pendapatan Asli daerah}}{\text{Pendapatan Transfer} + \text{Pinjaman}} \times 100$$

Selanjutnya dilihat tolak ukur kinerja keuangan daerah berdasarkan rasio kemandirian daerah sebagai berikut:

Tabel 3. Pola Hubungan, Tingkat Kemandirian dan Kemampuann Daerah

Rasio Kemandirian	Kemampuan Keuangan	Pola Hubungan
0-25%	Sangat Kurang	Instruktif
25-50%	Kurang	Konsultif
50-75%	Sedang	Partisipatif
75-100%	Cukup	Delegatif

Sumber: Halim (2007)

Keterangan :

- Pola hubungan instruktif, artinya kemandirian pemerintah daerah masih sangat kecil karena masih terlalu bergantung pada pemerintah pusat, atau bisa dikatakan belum mampu melaksanakan otonomi daerah.
- Pola hubungan konsultif, artinya daerah sedikit lebih mampu melaksanakan otonomi daerah, karena campur tangan pemerintah pusat sudah berkurang walau belum terlalu besar.
- Pola hubungan partisipatif, berarti peran pemerintah pusat sudah mulai berkurang, terlihat bahwa daerah yang bersangkutan mendekati mampu melaksanakan otonomi daerah karena tingkat kemandirian sudah cukup tinggi.
- Pola hubungan delegatif, artinya daerah telah benar-benar mampu dan mandiri dalam melaksanakan otonomi daerah tanpa bantuan campur tangan dari pemerintah pusat.

Rasio Efektivitas

Rasio Efektivitas menggambarkan kemampuan pemerintah dalam mengumpulkan seluruh sumber pendapatan asli daerah sesuai dengan jumlah PAD yang telah ditargetkan. Menurut Mahmudi (2016) rasio ini diukur melalui Perbandingan :

$$\text{Rasio Efektivitas} = \frac{\text{Realisasi Pendapatan Daerah}}{\text{Anggaran Pendapatan Daerah}} \times 100$$

Selanjutnya dilihat tolak ukur kinerja keuangan daerah berdasarkan rasio efektivitas sebagai berikut:

Tabel 4. Kategori Penilaian Efektivitas Pendapatan Daerah

Rasio Efektivitas	Keterangan
> 100%	Sangat Efektif
100%	Efektif
90 – 99%	Cukup Efektif
75 – 89%	Kurang Efektif
<75%	Tidak Efektif

Sumber : Mahmudi (2016)

Rasio Efisiensi

Rasio efisiensi adalah rasio yang menggambarkan perbandingan antara besarnya biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan dengan realisasi pendapatan yang diterima. Menurut Mahmudi (2016) rasio ini dapat diukur melalui perbandingan :

$$\text{Rasio Efisiensi} = \frac{\text{Belanja Daerah}}{\text{Pendapatan Daerah}} \times 100$$

Selanjutnya dilihat tolak ukur kinerja keuangan daerah berdasarkan rasio efisiensi sebagai berikut:

Tabel 5. Kategori Penilaian Efisiensi Kinerja Keuangan

Rasio Efisiensi	Keterangan
> 100%	Tidak Efisiensi
90,00 – 100,00%	Kurang Efisiensi
80,00 – 90,00%	Cukup Efisiensi
60,00 – 80,00%	Efisiensi
<60%	Sangat Efisiensi

Sumber : Tim Litbang Depdagri – Fispol UGM (1991)

Rasio Keceragaman Belanja

Menurut Mahmudi (2010) analisis proporsi keserasian belanja bermanfaat untuk mengetahui keseimbangan antar belanja. Agar fungsi anggaran sebagai alat distribusi, alokasi dan stabilisasi dapat berjalan dengan baik, maka pemerintah daerah perlu membuat harmonisasi belanja dengan melakukan Analisis Keserasian Belanja, antara lain :

$$\text{Rasio Belanja Rutin} = \frac{\text{Total Belanja Rutin}}{\text{Total Belanja Daerah}} \times 100$$

$$\text{Rasio Belanja Modal} = \frac{\text{Total Belanja Modal}}{\text{Total Belanja Daerah}} \times 100$$

Belanja operasi adalah belanja yang terkait langsung dengan kegiatan (aktivitas) sedangkan belanja modal merupakan pengeluaran belanja yang tidak terkait dengan pelaksanaan kegiatan secara langsung. Semestinya belanja operasi dari belanja modal, sebab belanja modal sangat memengaruhi output kegiatan.

Rasio Pertumbuhan PAD

Menurut Halim (2008) rasio pertumbuhan digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan pemerintah daerah dalam mempertahankan dan meningkatkan keberhasilannya yang telah dicapai dari periode ke periode berikutnya.

Pengukuran tingkat pertumbuhan pendapatan daerah dihitung dengan menggunakan formula :

$$\text{Rasio Pertumbuhan PAD} = \frac{\text{PAD}_t - (t - 1)}{\text{PAD}_t - 1} \times 100$$

Apabila kecendrungan (tren) pendapatan meningkat maka pertumbuhan pendapatan dikatakan positif, begitu pula sebaliknya, jika pendapatan mengalami penurunan maka menunjukkan pertumbuhan pendapatan dikatakan negatif (Mahmudi, 2016).

METODELOGI PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan secara deskriptif. Adapun tujuan penelitian deskriptif dengan pendekatan secara kuantitatif ini adalah untuk menjelaskan suatu situasi yang hendak diteliti dengan dukungan studi kepustakaan sehingga lebih memperkuat analisa peneliti dalam membuat suatu kesimpulan. Dimana penelitian diperoleh dari hasil perhitungan menggunakan rasio-rasio keuangan kemudian dipaparkan secara tertulis oleh penulis.

Data kuantitatif dalam penelitian ini ditelusuri dari menghitung rasio keuangan yang diambil berdasarkan laporan realisasi anggaran (LRA) Kabupaten Bogor tahun 2015-2020. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang didukung dengan

studi kepustakaan. Data sekunder yang dimaksud adalah APBD dalam laporan realisasi anggaran yang bersumber dari Badan Pengelola Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bogor.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengukuran Kinerja Keuangan

Pengukuran kinerja keuangan kabupaten bogor dalam penelitian ini adalah suatu proses penilaian mengenai tingkat kemajuan dan pencapaian atas pelaksanaan program/kegiatan yang dilakukan dalam bidang keuangan untuk kurun waktu 2015-2020. Adapun hasil dari pengukuran rasio tersebut adalah :

1. Rasio Derajat Desentralisasi Fiskal (DDF)

Berikut merupakan hasil perhitungan rasio derajat desentralisasi fiskal Kabupaten Bogor tahun 2015-2020:

Tabel 6. Hasil Pengukuran Rasio Derajat Desentralisasi Fiskal

Tahun	Rasio	Kemampuan Keuangan
2015	33,19%	Cukup
2016	38,37%	Cukup
2017	43,61%	Baik
2018	38,28%	Cukup
2019	38,85%	Cukup
2020	36,55%	Cukup
Mean	38,14%	Cukup

Sumber : BPKAD Kabupaten Bogor (data diolah).

Berdasarkan hasil perhitungan rasio tersebut, maka Pendapatan Asli Daerah (PAD) hanya dapat dikatakan cukup dalam membiayai pembangunan daerah Kabupaten Bogor. Hal ini terjadi karena PAD masih relatif lebih kecil bila dibandingkan dengan total pendapatan daerah. Selain itu partisipasi kesadaran masyarakat untuk membayar pajak dan retribusi daerah masih sangat kurang sehingga menyebabkan PAD tidak memiliki andil yang besar dalam membiayai pembangunan daerah di Kabupaten Bogor. Pemerintah Kabupaten Bogor mendapatkan kategori baik ditahun 2017, sementara kembali mengalami penurunan peran dari pendapatan asli daerah mengalami penurunan dalam total pendapatan daerah. Oleh karena itu kedepannya Pemerintah Kabupaten Bogor diharapkan untuk berupaya meningkatkan PAD dengan mengembangkan potensi-potensi yang sudah ada maupun menggali potensi-potensi yang baru.

2. Rasio Ketergantungan Daerah

Berikut merupakan hasil perhitungan rasio ketergantungan daerah Kabupaten Bogor tahun 2015-2020:

Tabel 7. Hasil Pengukuran Rasio Ketergantungan Daerah

Tahun	Rasio	Kemampuan Keuangan
2015	42,82%	Tinggi
2016	45,07%	Tinggi
2017	39,32%	Cukup
2018	38,61%	Cukup
2019	38,03%	Cukup
2020	36,76%	Cukup
Mean	40,10%	Tinggi

Sumber : BPKAD Kabupaten Bogor (data diolah).

Berdasarkan hasil pengukuran secara keseluruhan memperoleh presentase sebesar 40,10%, maka dapat dikatakan kemampuan keuangan Pemerintah Kabupaten Bogor

memperoleh kategori tinggi. Namun hal ini disebabkan karena tingginya ketergantungan terhadap dana perimbangan pada tahun 2015-2016. Sedangkan tahun berikutnya sudah memperoleh kategori cukup. Pemerintah Kabupaten Bogor seharusnya lebih kreatif dan inovatif dalam menggali sumber potensi yang dimiliki daerahnya. Maka, pemerintah daerah perlu meningkatkan PAD baik melalui pola instesifikasi yaitu melalui peningkatan pendapatan yang dilakukan dengan lebih menekankan pada penerapan nilai atau prinsip-prinsip perpajakan yang baik dengan cara mengoptimalkan sumber-sumber pajak daerah dan retribusi yang sudah ada. Serta melalui pola eksensifikasi peningkatan PAD dengan lebih menekankan pada perluasan sumber-sumber pendapatan baru melalui pengembangan potensi daerah sehingga akan memaksimalkan semua potensi yang dimiliki oleh pemerintah daerah. Hal tersebut memungkinkan akan berkurangnya ketergantungan pemerintah daerah terhadap dana bantuan yang diberikan oleh pemerintah pusat.

3. Rasio Kemandirian Keuangan Daerah

Berikut merupakan hasil perhitungan rasio kemandirian keuangan Kabupaten Bogor tahun 2015-2020:

Tabel 8. Hasil Pengukuran Rasio Kemandirian

Tahun	Rasio	Kemampuan Keuangan
2015	51,90%	Konsultif
2016	63,75%	Partisipatif
2017	80,43%	Delegatif
2018	70,83%	Partisipatif
2019	72,14%	Partisipatif
2020	68,10%	Partisipatif
Mean	67,86%	Partisipatif

Sumber : BPKAD Kabupaten Bogor (data diolah).

Rasio Kemandirian Keuangan Daerah, jika dinilai secara keseluruhan memperoleh presentase sebesar 67,86% maka dapat dikatakan kemampuan keuangan Pemerintah Kabupaten Bogor memperoleh kategori partisipatif atau sudah bisa dikatakan peran pemerintah pusat sudah mulai berkurang, terlihat bahwa daerah yang bersangkutan mendekati mampu melaksanakan otonomi daerah karena tingkat kemandirian sudah cukup tinggi. Pemerintah Kabupaten Bogor sudah hampir bisa dikatakan memiliki kemampuan dalam membiayai sendiri kegiatan pemerintahan, pembangunan dan pelayanan kepada masyarakat yang telah membayar pajak dan retribusi sebagai sumber pendapatan yang diperlukan. Kendati demikian, pemerintah Kabupaten Bogor tetap harus mengoptimalkan PAD sehingga memperoleh kategori delegatif. Yang artinya pemerintah kabupten bogor harus menjadikan PAD sebagai alat utama dalam membiayai pembangunan daerahnya sendiri. Pemerintah harus dapat memaksimalkan potensi yang dimiliki sendiri sehingga tidak lagi bergantung baik kepada pemerintah pusat maupun provinsi dan daerah lainnya. Hal tersebut sudah menjadi kewajiban bagi setiap pemerintahan daerah agar selaras dengan asas desentralisasi yang menuntut setiap daerah mampu dan mandiri dalam melaksanakan kekuasaan dan tanggung jawabnya sendiri.

4. Rasio Efektivitas

Rasio efektivitas dihitung dengan cara perbandingan antara realisasi penerimaan dengan target penerimaan yang telah dianggarkan. Berikut merupakan hasil perhitungan rasio kemandirian keuangan Kabupaten Bogor tahun 2015-2020:

Tabel 9. Hasil Pengukuran Rasio Efektivitas

Tahun	Rasio	Kemampuan Keuangan
2015	103,75%	Sangat efektif
2016	102,69%	Sangat efektif
2017	102,13%	Sangat efektif

2018	103,59%	Sangat efektif
2019	106,24%	Sangat efektif
2020	98,60%	Cukup efektif
Mean	102,83%	Sangat efektif

Sumber : BPKAD Kabupaten Bogor (data diolah).

Rasio Efektivitas jika dinilai secara keseluruhan dalam kurun waktu 2015-2020 maka dapat dikatakan kinerja keuangan Pemerintah Kabupaten Bogor memperoleh kategori sangat efektif, karena memperoleh presentase rasio sebesar 102,83% artinya pemerintah Kabupaten Bogor mampu memobilisasi penerimaan pendapatan sesuai rencana yang ditargetkan. Namun terjadi penurunan pada total pendapatan yang diterima selama tahun 2020 bila dibandingkan tahun sebelumnya merupakan dampak dari pandemi covid 19 dikarenakan sejak diberlakukannya pembatasan sosial berskala besar (PSBB) dan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) membuat perekonomian masyarakat terganggu, yang mana membuat masyarakat tidak dapat menjalankan kegiatan ekonomi dengan semestinya sehingga membuat pendapatan yang diperoleh masyarakat mengalami penurunan dimana hasilnya masyarakat mengalami ketidakmampuan dalam membayar pajak. Pemerintah daerah harus mencari alternatif-alternatif yang memungkinkan untuk meningkatkan realisasi, dan memerlukan kreatifitas dari aparat pelaksanaan keuangan daerah untuk mencari sumber baru baik melalui program Kerjasama dengan pihak swasta dan juga program peningkatan PAD, misalnya pendirian BUMD sektor potensial.

5. Rasio Efisiensi

Rasio Efisiensi dihitung dengan cara melakukan perbandingan antara besarnya biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan dengan realisasi pendapatan yang diterima. Berikut merupakan hasil perhitungan rasio efisiensi Kabupaten Bogor tahun 2015-2020 :

Tabel 10. Hasil Pengukuran Rasio Efisiensi

Tahun	Rasio	Kemampuan Keuangan
2015	93,46%	Kurang Efisien
2016	108,24%	Tidak Efisien
2017	98,58%	Kurang Efisien
2018	100,06%	Tidak Efisien
2019	95,49%	Kurang Efisien
2020	109,34	Tidak Efisien
Mean	100,86%	Tidak Efisien

Sumber : BPKAD Kabupaten Bogor (data diolah).

Rasio Efisiensi jika dinilai secara memperoleh presentase sebesar 100,86%, maka dapat dikatakan kinerja keuangan Pemerintah Kabupaten Bogor memperoleh kategori tidak efisien, Rasio efisiensi, Pemerintah Kabupaten Bogor masih sangat buruk dalam menekan jumlah belanja daerahnya. Perlu adanya strategi untuk menghitung secara cermat biaya yang baik serta pembenahan dalam meminimalisir penggunaan anggaran belanja. Pemerintah Kabupaten Bogor masih sangat buruk dalam menekan jumlah belanja daerahnya. Hal ini dikarenakan biaya yang dikeluarkan oleh Pemerintah Kabupaten Bogor untuk memperoleh pendapatannya masih cukup besar. Seharusnya pemerintah daerah dapat meminimalisir jumlah belanjanya dengan disesuaikan pendapatannya. Perlu adanya strategi yang baik serta pembenahan yang harus selalu dilakukan dalam mengelola pendapatan yang dimiliki dan memungkinkan adanya meminimalisir belanja yang akan dilakukan sehingga akan menimbulkan efisiensi dalam penggunaan anggaran. Untuk itu pemerintah Kabupaten Bogor perlu menghitung secara cermat besar biaya yang dikeluarkan untuk merealisasikan seluruh pendapatan yang diterimanya.

6. Rasio Keserasian Belanja

Berikut merupakan hasil perhitungan rasio keserasian belanja Kabupaten Bogor tahun 2015-2020:

Tabel 11. Hasil Pengukuran Rasio Belanja Rutin dan Modal

Tahun	Rasio Belanja Rutin	Rasio Belanja Modal
2015	63,22%	25,89%
2016	62,45%	23,85%
2017	63,51%	22,18%
2018	69,52%	17,99%
2019	66,59%	20,17%
2020	65,12%	17,71%
Mean	65,07%	21,30%

Sumber : BPKAD Kabupaten Bogor (data diolah).

Rasio Keserasian dilihat dari rata-rata belanja keduanya, belanja operasi lebih unggul dengan 65,07% sedangkan belanja modal hanya sebesar 21,20%. Artinya pemerintah Kabupaten Bogor tidak Fokus dalam penyediaan sarana dan prasarana bagi masyarakatnya. Dalam hal ini pemerintah Kabupaten Bogor cenderung tidak fokus dalam penyediaan sarana dan prasarana dikarenakan masih besarnya pengeluaran rutin guna memenuhi aktivitasnya pemerintahan dan belum memperhatikan pembangunan daerah. Dalam melaksanakan fungsi sebagai pelayan masyarakat, pemerintah daerah seringkali dihadapkan pada permasalahan dalam pengambilan keputusan belanja modal publik. Pengeluaran untuk belanja modal publik harus mendapat perhatian yang lebih besar bila dibandingkan dengan pengeluaran rutin. Hal tersebut dikarenakan pengeluaran modal memiliki efek jangka panjang, bila dibandingkan belanja rutin yang lebih berdampak jangka pendek. Pada dasarnya dana anggaran daerah merupakan dana publik/masyarakat yang seharusnya dapat dimanfaatkan untuk kepentingan publik, sehingga penyediaan sarana dan prasarana merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh pemerintah Kabupaten Bogor supaya dapat menikmati secara langsung oleh publik/masyarakat. Hal tersebut akan selaras untuk mewujudkan misi Kabupaten Bogor yaitu meningkatkan infrastruktur dan aksesibilitas daerah yang berkualitas dan terintegrasi secara berkelanjutan

7. Rasio Pertumbuhan Pendapatan

Berikut merupakan hasil perhitungan rasio pertumbuhan pendapatan Kabupaten Bogor tahun 2015-2020:

Tabel 13. Hasil Pengukuran Rasio Pertumbuhan PAD

Tahun	Pertumbuhan	Rasio
2015	335.979.819.836	20,16%
2016	289.965.855.539	14,48%
2017	749.696.773.104	32,71%
2018	- 247.211.707.753	-8,13%
2019	366.505.175.346	13,11%
2020	- 351.010.563.216	-11,10%
	Mean	10,21%

Sumber : BPKAD Kabupaten Bogor (data diolah).

Rasio Pertumbuhan jika dilihat presentase rata-rata kurun waktu 2015-2020 menunjukkan trend yang positif yaitu sebesar 10,21%. Pada rasio pertumbuhan Kabupaten Bogor masih mengalami naik turun serta terdapatnya trend negatif dan yang artinya terjadi ketidakstabilan dalam upaya peningkatan laju pertumbuhan pendapatan asli daerah yang seharusnya diperbaiki. Sangat diperlukan perumusan strategi yang baik serta evaluasi pada periode sebelumnya, sehingga dapat mengetahui potensi-potensi mana yang perlu mendapatkan perhatian. Pemerintah daerah harus berkomitmen dalam meningkatkan

pendapatan daerahnya, dengan cara pengelolaan yang baik pendapatan daerah dengan mengoptimalkan potensi pendapatan asli daerah serta membangun jaringan kerjasama dengan berbagai instansi dan Lembaga terkait. Selain itu, pemerintah harus meningkatkan mutu kualitas SDM pengelola PAD, serta perbaikan system informasi dan pendokumentasian data wajib pajak daerah..

Implikasi Hasil Pengukuran

Implikasi hasil pengukuran dalam meningkatkan kinerja keuangan Pemerintah Kabupaten Bogor:

- a. Pemerintah Daerah perlu mengoptimisasi pendapatan asli daerah, dikarenakan berdasarkan pengukuran kinerja keuangan yang telah dilakukan. Hal itu yang membuat Kabupaten Bogor memperoleh kategori yang belum memuaskan pada rasio derajat desentralisasi, rasio ketergantungan, rasio kemandirian, rasio efektivitas dan rasio pertumbuhan PAD yaitu dikarenakan masih terhitung kecilnya PAD bila dibandingkan dengan pendapatan transfer yang berasal dari pusat maupun provinsi. maka dari itu PAD dijadikan sebagai alat utama dalam mengantisipasi apabila terjadi penurunan terhadap dana alokasi yang diberikan oleh pemerintah pusat melalui dana perimbangan. Hal ini berarti Pemerintah Kabupaten Bogor perlu meningkatkan kembali Pendapatan Asli Daerah (PAD) dengan mengoptimisasikan sumber-sumber pendapatan utamanya yaitu melalui pajak daerah. Peningkatan pajak daerah dapat dilakukan melalui yaitu melalui intensifikasi serta ekstensifikasi pajak dan retribusi daerah.
- b. Pemerintah Kabupaten Bogor perlu melakukan refofussing belanja daerah, Berdasarkan Pengukuran kinerja keuangan yang telah dilakukan, Kabupaten Bogor memperoleh kategori yang belum memuaskan pada Rasio efisiensi serta keserasian belanja yaitu dikarenakan masih tidak efisien dalam belanja daerahnya, serta pemerintah Kabupaten Bogor terlalu fokus dalam membiayai belanja rutinnya Pemerintah Kabupaten Bogor harus dapat menekan jumlah belanja daerahnya. Dengan melakukan evaluasi dari hasil anggaran ditahun tahun sebelumnya sehingga dapat membuat strategi yang baik, cermat dan matang dalam merencanakan anggaran dan belanjanya sehingga akan meminimalisir dalam penggunaan anggarannya. Dalam hal ini pemerintah perlu mengurangi porsi anggaran belanja rutinnya dikarenakan belanja rutin selalu mengalami kenaikan bila dibandingkan belanja modal. Pemangkasan perlu dilakukan untuk menghemat biaya sehingga pengeluaran-pengeluaran tersebut bisa difokuskan dan diprioritaskan untuk penanggulangan covid-19

Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan analisis data dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a) Kinerja Pemerintah Kabupaten Bogor Tahun 2015-2020 pada rasio derajat desentralisasi fiskal masuk kedalam kategori Cukup dan memperoleh presentase sebesar 38,14%. Rasio ketergantungan memperoleh presentase sebesar 40,10%, maka dapat dikatakan memperoleh kategori Tinggi pada rasio ketergantungan. Rasio Kemandirian Keuangan Daerah memperoleh presentase sebesar 67,86% dan memperoleh kategori partisipatif. Rasio Efektivitas dapat dikatakan kinerja keuangan memperoleh kategori sangat efektif, karena memperoleh presentase rasio sebesar 102,83%. Rasio Efisiensi jika dinilai secara memperoleh presentase sebesar 100,86%, maka memperoleh kategori tidak efisien. Rasio Keserasian dilihat dari rata-rata belanja keduanya, belanja operasi lebih unggul dengan 65,07% sedangkan belanja modal hanya sebesar 21,20%. Rasio Pertumbuhan jika dilihat menunjukkan trend yang positif yaitu sebesar 10,21%.

- b) Implikasi kinerja ini adalah Pemerintah Kabupaten Bogor perlu mengoptimalkan pendapatan asli daerah, dan perlu melakukan refofusing belanja daerah dikarenakan berdasarkan pengukuran kinerja keuangan yang telah dilakukan belum memuaskan.

Saran

1. Pemerintah daerah Kabupaten Bogor diharapkan berupaya untuk lebih meningkatkan Pendapatan Asli Daerahnya (PAD) utamanya pada era pandemi covid-19 maupun pasca pandemi covid-19 dengan mengoptimalkan pengelolaan sumber daya dan memperluas sektor-sektor yang menjadi potensi utama melalui pajak daerah dan retribusi daerah sebagai kekuatan utama untuk menambah PAD, sehingga akan meningkatkan kemampuan dalam kemandirian daerah serta mengantisipasi apabila terjadi penurunan dana alokasi yang berasal dari pemerintah pusat.
2. Sebaiknya pemerintah Kabupaten Bogor merumuskan strategi dalam penggunaan anggaran belanjanya dengan tepat, baik serta menghitung secara cermat besaran biaya yang akan dikeluarkan serta memprioritaskan belanja yang sangat dibutuhkan. Sehingga akan menimbulkan efisien dalam penggunaan dana belanja.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan mampu menganalisis di periode selanjutnya agar berguna dalam melihat kinerja keuangan Pemerintah Kabupaten Bogor sebelum pademi covid-19, saat terjadi pademi covid-19 serta pasca pandemi covid-19 sehingga akan terlihat dengan jelas perubahan pada kinerja keuangannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Andayani, Wuryan. (2007) *Akuntansi Sektor Publik*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Arikunto, Suharsimi. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Basuki, (2008). *Pengelolaan Keuangan Daerah*, Kreasi Wacana, Yogyakarta.
- Nordiawan Dedi. 2010. *Akuntansi Sektor Publik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Erlina, O.S. Rambe, dan Rasdianto. (2015). *Akuntansi Keuangan Daerah: Berbasis Akrual*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Halim, Abdul. (2007). *Akuntansi Sektor Publik, Pengelolaan Keuangan Daerah Edisi 3*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Mahmudi, (2010). *Manajemen Kerja Sektor Publik edisi revisi*. Yogyakarta: UPP
- Mardiasmo, (2009). *Akuntansi Sektor Publik*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset
- Umar, Husein. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.
- Yani, Ahmad. (2013). *Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers

Pengaruh Risiko Kredit, Risiko Likuiditas dan Risiko Operasional Terhadap Profitabilitas PT Bank Mega Tbk Periode 2014-2021

Samuel Fredi Siagian¹⁾, Rodiana Listiawati²⁾

1) samuel.fredisiagian.ak18@mhs.wpnj.ac.id

2) rodiana.listiawati@akuntansi.pnj.ac.id

Politeknik Negeri Jakarta, humas@pnj.ac.id, Jl. Prof. DR. G. A. Siwabessy, 16425, Depok, Indonesia

ABSTRACT

Banks are financial institutions that function as financial intermediaries between parties who have excess funds and parties who lack funds. In carrying out its role in facilitating payment traffic and services to the community, improving credit services as the bank's main service product will affect the bank's success in achieving profit. Profitability is influenced by several factors, including Credit Risk (NPL), Liquidity Risk (LDR), and Operational Risk (BOPO). This study aims to determine the effect of NPL, LDR and BOPO on Profitability at PT Bank Mega Tbk in 2014-2021 Period. The data used in this study is the Quarterly Financial Statements of Bank Mega for the 2014-2021 period. The type of data used is secondary data obtained from financial reports published through the official website of Bank Mega. The analytical method used is multiple linear regression with a significance level of 5%. The results of this study indicate that NPL and LDR partially have no significant effect on profitability, while BOPO partially has a negative effect on profitability. Simultaneously, Credit Risk (NPL), Liquidity Risk (LDR), and Operational Risk (BOPO) have a significant effect on profitability by 94%, and other factors outside of this study influence the remaining 6%.

Keywords: Credit Risk (NPL), Liquidity Risk (LDR), Operational Risk (BOPO), Profitability (ROA)

ABSTRAK

Bank merupakan lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara keuangan antara pihak yang memiliki kelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana. Dalam menjalankan perannya memperlancar lalu lintas pembayaran dan pelayanan kepada masyarakat, peningkatan pelayanan jasa kredit sebagai produk jasa utama bank akan berpengaruh pada keberhasilan bank untuk mencapai laba atau profit. Profitabilitas dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yaitu Risiko Kredit (NPL), Risiko Likuiditas (LDR) dan Risiko Operasional (BOPO). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh NPL, LDR dan BOPO terhadap Profitabilitas pada PT Bank Mega Tbk pada Periode 2014-2021. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Laporan Keuangan Triwulan Bank Mega Periode 2014-2021. Jenis data yang digunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan yang dipublikasikan melalui website resmi Bank Mega. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan tingkat signifikansi 5%. Hasil dari penelitian ini menunjukkan NPL dan LDR secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas, sedangkan BOPO secara parsial berpengaruh negatif terhadap profitabilitas. Secara simultan,

Risiko Kredit (NPL), Risiko Likuiditas (LDR) dan Risiko Operasional (BOPO) berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas sebesar 94% dan sisanya 6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Kata-Kata Kunci: Risiko Kredit (NPL), Risiko Likuiditas (LDR), Risiko Operasional (BOPO), Profitabilitas (ROA)

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dalam Undang Undang RI No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan yang menyebutkan bahwa bank adalah sebuah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lain dengan tujuan untuk meningkatkan taraf hidup orang banyak.. Bank merupakan lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara keuangan antara pihak yang memiliki kelebihan dana (*surplus unit*) dan pihak yang kekurangan dana (*deficit unit*). Pentingnya fungsi perbankan ini bagi masyarakat, untuk meningkatkan kepercayaan dalam menyimpan dananya pada bank. Dalam hal kepercayaan ini, masyarakat dipengaruhi oleh informasi mengenai tingkat kesehatan bank tersebut. Pengelolaan bank yang baik, tentu akan mendorong sistem keuangan yang baik pula, yang nantinya akan berpengaruh positif pada kinerja perbankan.

Sementara itu, dilansir dari Statistik Perbankan Indonesia (SPI) OJK, jumlah bank umum yang ada di Indonesia saat ini sebanyak 107 bank per Juli 2021. Jumlah ini terpantau turun dibandingkan dengan 2014 yang sebanyak 117 bank. Bank harus memberikan jasa pelayanan yang terbaik serta meningkatkan kinerjanya untuk dapat bertahan dan juga bersaing dengan bank lainnya agar menarik minat nasabah dan investor.

Strategi bank dapat membangun kepercayaan masyarakat dengan memperbaiki tingkat kesehatannya. Menurut POJK No. 4/POJK.03/2016, tingkat kesehatan bank dapat dinilai berdasarkan pada 4 faktor yaitu Risk Profile, Good Corporate Governance, Earning, dan Capital. Dalam faktor risk profile, terdapat faktor kredit terwakili oleh Non Performing Loan (NPL), faktor likuiditas terwakili oleh Loan Deposit Ratio (LDR) dan faktor operasional terwakili biaya operasional terhadap pendapatan operasional (BOPO).

Pertumbuhan laba yang optimal, mencerminkan operasional yang berjalan dengan efektif dan efisien. Pertumbuhan laba bagi pihak manajemen perbankan dikatakan penting karena dapat dihubungkan dengan tingkat kesehatan bank, yaitu untuk mengetahui kinerja bank pada periode tertentu yang menggambarkan prospek hasil usaha perbankan. Profitabilitas menjadi indikator untuk mengukur kinerja suatu bank. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba selama periode tertentu (Firdausy,2015).

Dalam rasio profitabilitas bank, digunakan dua rasio utama yaitu Return on Assets (ROA) dan Return on Equity (Riyadi, 2006). ROA memfokuskan pada kemampuan perusahaan untuk memperoleh earning dalam operasi perusahaan, sedangkan ROE mengukur return yang diperoleh dari investasi (Mawardi, 2005). ROA digunakan untuk mengukur profitabilitas bank karena Bank Indonesia sebagai pembina dan pengawas perbankan lebih mengutamakan nilai profitabilitas suatu bank, diukur dengan menggunakan aset yang dananya sebagian besar berasal dari dana simpanan masyarakat (Dendawijaya, 2009). Maka dari itu ROA menjadi tolak ukur profitabilitas, karena berfokus kepada kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang diperoleh dari aset dimana dana tersebut sebagian besar berasal dari dana simpanan masyarakat (nasabah).

Menurut Peraturan Bank Indonesia No. 13/23/PBI/2011, terdapat 8 risiko yang terdapat pada bank yaitu risiko kredit, risiko pasar, risiko likuiditas, risiko operasional, risiko hukum, risiko

reputasi, risiko strategik, dan risiko kepatuhan. Risiko-risiko bank tersebut perlu diperhatikan agar risiko, dan profitabilitas bank selalu ada dalam kondisi baik dan terkontrol.

Risiko kredit merupakan suatu risiko yang timbul dikarenakan adanya ketidakmampuan dari nasabah, untuk melakukan pengembalian jumlah pinjaman beserta bunganya. Pengendalian risiko kredit dapat dilakukan melalui proses manajemen risiko perbankan. Non Performing Loan (NPL) merupakan salah satu pengukuran dari rasio usaha bank, yang menunjukkan besarnya risiko kredit bermasalah, yang ada pada suatu bank atau kemampuan manajemen bank dalam menangani risiko kegagalan pengembalian kredit oleh debitur dan mengelola kredit bermasalah (Darmawi, 2011).

NPL merupakan perbandingan kredit bermasalah dengan total kredit yang disalurkan. Hal ini sesuai dengan Peraturan Bank Indonesia Nomor 6/10/PBI/2004, bahwa semakin tinggi nilai NPL (>5%) maka bank tersebut tidak sehat. Semakin tinggi rasio NPL maka akan semakin buruk kualitas kredit bank, sehingga bank harus menanggung kerugian dalam aktivitas kredit yang diberikan sehingga perolehan laba (ROA) mengalami penurunan dan berpengaruh negatif terhadap profitabilitas.

Risiko likuiditas merupakan risiko bank untuk memenuhi permintaan kredit dan penarikan dana tabungan oleh nasabah pada suatu waktu. Loan to Deposit Ratio (LDR) adalah rasio antara seluruh jumlah kredit yang disalurkan bank atau yang ditawarkan bank kepada debitur dengan dana yang diterima oleh bank (Dendawijaya, 2009).

Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia No. 15/7/PBI/2013 Pasal 10 batas minimal LDR yaitu 78%, sementara batas maksimal LDR yaitu 92%. Jika angka LDR berada di bawah 78%, maka dapat dikatakan bahwa bank tersebut tidak dapat menyalurkan kembali dana yang telah dihimpun dengan baik. Jika rasio LDR bank mencapai lebih dari 92%, maka total kredit yang disalurkan oleh bank tersebut telah melebihi dana yang dihimpun.

Risiko operasional merupakan risiko yang disebabkan oleh kurang berfungsinya proses internal bank, human error, kegagalan sistem teknologi, atau akibat permasalahan eksternal. Risiko operasional menggunakan Beban Operasional terhadap Pendapatan operasional (BOPO) sebagai indikator penelitan. BOPO menunjukkan kemampuan manajemen bank dalam mengendalikan biaya operasional terhadap pendapatan operasional. Penerapan manajemen risiko operasional (yang diproduksi dengan BOPO) berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan yang diukur dengan ROA (Attar, 2014). Pengaruh negatif yang ditunjukkan oleh BOPO mengindikasikan bahwa semakin tinggi beban operasional yang hampir menyamai atau melampaui pendapatan operasional maka akan menurunkan laba bank sehingga memengaruhi penurunan ROA.

PT. Bank MEGA merupakan salah satu bank yang terdaftar dalam Bank BUKU 3, yang memiliki peran besar dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia melalui kegiatan usaha perbankan yang melayani dengan mendukung pembiayaan melalui tiga produk utama, perbankan perseorangan, bisnis dan syariah. Hal ini diperkuat dengan dengan banyaknya penghargaan yang diraih diantaranya meraih penghargaan The Most Inspiring Banks - CNBC Indonesia Award 2020 sebagai *The Most Profitable Bank of The Year*. PT Bank Mega Tbk memperoleh laba bersih Rp 1,56 triliun di kuartal II-2021. Jika dibandingkan periode yang sama tahun lalu, laba meningkat 32% sebesar Rp 1,18 triliun.

Berdasarkan data, dapat diketahui bahwa NPL yang dimiliki oleh PT Bank Mega berfluktuasi, yaitu pada tahun tertentu terjadi fluktuasi dari faktor yang mempengaruhi profitabilitas pada Bank Mega. Kondisi ini berbeda dengan teori yang menyebutkan bahwa semakin besar risiko kredit maka profitabilitas yang diperoleh akan semakin kecil.

Dapat diketahui pula bahwa LDR yang dimiliki Bank Mega juga berfluktuasi, yaitu pada tahun tertentu terjadi fluktuasi dari faktor yang mempengaruhi profitabilitas pada Bank Mega, Kondisi ini berbeda dengan teori yang menyebutkan bahwa semakin kecil risiko likuiditas maka profitabilitas yang diperoleh akan semakin besar.

Dapat diketahui pula bahwa BOPO yang dimiliki Bank Mega juga berfluktuasi, yaitu pada tahun tertentu terjadi fluktuasi dari faktor yang mempengaruhi profitabilitas pada Bank Mega, Kondisi ini berbeda dengan teori yang menyebutkan bahwa semakin kecil risiko operasional maka profitabilitas yang diperoleh akan semakin besar.

Dengan adanya kesenjangan dari penelitian terdahulu dan adanya ketidaksesuaian antara teori dengan realita yang terjadi mengenai hasil dari rasio profitabilitas pada tahun 2014 - 2021, sehingga perlu adanya dilakukan penelitian kembali mengenai hubungan faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas yang diukur dengan *Return on Assets* (ROA) tersebut. Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan dalam latar belakang masalah tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti ulang dengan judul “Pengaruh Risiko Kredit, Risiko Likuiditas, dan Risiko Operasional Terhadap Profitabilitas PT BANK MEGA TBK Pada Masa Periode 2014-2021”

Permasalahan

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang, maka rumusan masalah yang akan diteliti pada penelitian ini adalah :

- Apakah Risiko Kredit secara parsial berpengaruh terhadap profitabilitas pada PT Bank Mega Tbk. pada Periode 2014 - 2021?
- Apakah Risiko Likuiditas secara parsial berpengaruh terhadap profitabilitas pada PT Bank Mega Tbk. pada Periode 2014 - 2021?
- Apakah Risiko Operasional secara parsial berpengaruh terhadap profitabilitas pada PT Bank Mega Tbk. pada Periode 2014 - 2021?
- Apakah Risiko Kredit, Risiko Likuiditas, Risiko Operasional secara simultan memiliki pengaruh terhadap profitabilitas pada PT Bank Mega Tbk. di Periode 2014 - 2021?

Tujuan

Merujuk pada permasalahan dan pertanyaan penelitian, penelitian ini bertujuan untuk :

- Pengaruh Risiko Kredit terhadap profitabilitas pada PT Bank Mega Tbk. pada periode 2014 - 2021 secara parsial.
- Pengaruh Risiko Likuiditas terhadap profitabilitas pada PT Bank Mega Tbk. pada periode 2014 - 2021 secara parsial.
- Pengaruh Risiko Operasional terhadap profitabilitas pada PT Bank Mega Tbk. pada periode 2014 - 2021 secara parsial.
- Pengaruh Risiko Kredit, Risiko Likuiditas dan Risiko Operasional terhadap Bank Mega Tbk. pada periode 2014 – 2021.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan menggunakan aktivasinya secara produktif, dengan demikian profitabilitas suatu perusahaan dapat diketahui dengan memperbandingkan antara laba yang diperoleh dalam suatu periode dengan jumlah aktiva atau jumlah modal perusahaan tersebut (Munawir, 2014).

Bank Indonesia menilai kondisi profitabilitas perbankan di Indonesia didasarkan pada dua indikator utama yaitu *Return on Assets* (ROA) atau tingkat pengembalian aset dan Rasio Biaya Operasional terhadap Pendapatan Operasional (BOPO).

Risiko Kredit

Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 18/POJK.03/2016 tentang Penerapan Manajemen Risiko Bagi Bank Umum, risiko kredit adalah risiko akibat kegagalan pihak lain dalam memenuhi kewajiban kepada bank, termasuk risiko kredit akibat kegagalan debitur, risiko konsentrasi kredit, *counterparty credit risk*, dan *settlement risk*. Dalam penelitian ini tingkat risiko kredit diproksikan dengan NPL, dikarenakan NPL dapat digunakan untuk mengukur sejauh mana kredit yang bermasalah yang ada dapat dipenuhi dengan aktiva produktif yang dimiliki oleh suatu perusahaan (Ceria:2014).

Risiko Likuiditas

Risiko Operasional

Beban Operasional Pendapatan Operasional (BOPO) Rasio Beban Operasional Pendapatan Operasional (BOPO) sering disebut rasio efisiensi. Rasio BOPO menurut Rivai,dkk (2013:480) adalah perbandingan antara beban operasional dengan pendapatan operasional dalam mengukur tingkat efisiensi dan kemampuan bank dalam melakukan kegiatan operasinya. Artinya jika angka rasio semakin menurun maka akan semakin efisien biaya operasional yang dikeluarkan bank yang bersangkutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan objek penelitian pada penelitian ini adalah NPL, LDR, BOPO, ROA PT Bank Mega Tbk. Data kuantitatif yang sudah didapatkan melalui laporan keuangan yang dipublikasikan akan diproses dan juga dianalisis dengan menggunakan rumus statistika. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda.

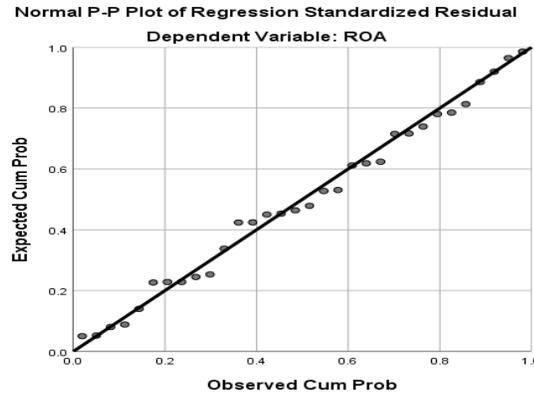
HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Prasyarat (Asumsi Klasik)

Pengujian asumsi klasik ini dilakukan adalah untuk memberikan kejelasan bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan ketetapan atau konsisten. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan empat uji asumsi klasik, yaitu :

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah nilai residual pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini uji normalitas menggunakan grafik normal P-P Plot of Regression Standardized Residual dan Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov. Berikut ini hasil grafik P-P Plot of Regression Standardized Residual pada uji normalitas



Ilustrasi 1 Hasil Uji Normalitas P-P Plot
Sumber: Output SPSS v.26

Berdasarkan pada gambar hasil uji di atas terlihat bahwa grafik normal P-P Plot of Regression Standardized Residual menunjukkan data atau titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan titik-titik tersebut mengikuti arah garis diagonal. Hal ini menandakan bahwa data ini terdistribusi normal. Dalam uji normalitas dapat juga dilakukan dengan menggunakan uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov. Pada uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov dasar pengambilan keputusan mengacu pada nilai signifikansi variabel. Data dapat dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi variabel-variabel di atas 0,05. Berikut hasil uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov uji normalitas

Tabel 1 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		32
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.16161999
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.070
	Negative	-.076
Test Statistic		.076
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: Output SPSS v.26

Berdasarkan hasil output uji ini, dapat dilihat nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) menunjukkan angka yaitu sebesar 0,200 sehingga lebih besar dari 0,05 (5%). Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa nilai residual terdistribusi normal sehingga model regresi linier sudah tepat untuk dilakukan dan telah bebas dari adanya gejala normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah terjadi interkolerasi (hubungan yang kuat) antar variabel independen. Dasar pengambilan keputusan tidak adanya gejala multikolinieritas apabila nilai dari tolerance lebih besar dari 0,10 (>0,10) dan apabila nilai VIF lebih kecil dari 10 (<10).

Tabel 2 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.116	.451		17.981	.000		
	NPL	.096	.075	.081	1.270	.215	.489	2.044
	LDR	.005	.006	.036	.763	.452	.899	1.113
	BOPO	-.079	.005	-1.029	-16.093	.000	.492	2.033

a. Dependent Variable: ROA

Sumber: Output SPSS v.26

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas, terlihat bahwa variabel Risiko Kredit (NPL), Risiko Likuiditas (LDR) dan Risiko Operasional (BOPO) menunjukkan nilai tolerance >0,10 dan nilai VIF <10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinieritas sehingga model regresi dalam penelitian ini dapat dilakukan.

c. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier terdapat hubungan antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 sebelumnya. Model regresi yang bebas dari autokorelasi adalah model regresi yang baik. Cara yang dapat dilakukan untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala autokorelasi dalam persamaan regresi adalah dengan menggunakan uji Durbin-Watson. Dikatakan tidak terdapat autokorelasi jika nilai $DU < DW < 4-DU$ atau bisa dinotasikan juga sebagai

berikut: $(4-DW) > DU < DW$. Untuk menentukan autokorelasi negatif atau positif. Berikut ini adalah hasil dari uji autokorelasi dalam penelitian ini

Tabel 3 Hasil Uji Autokolerasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.971 ^a	.944	.938	.17006	2.034
a. Predictors: (Constant), BOPO, LDR, NPL					
b. Dependent Variable: ROA					

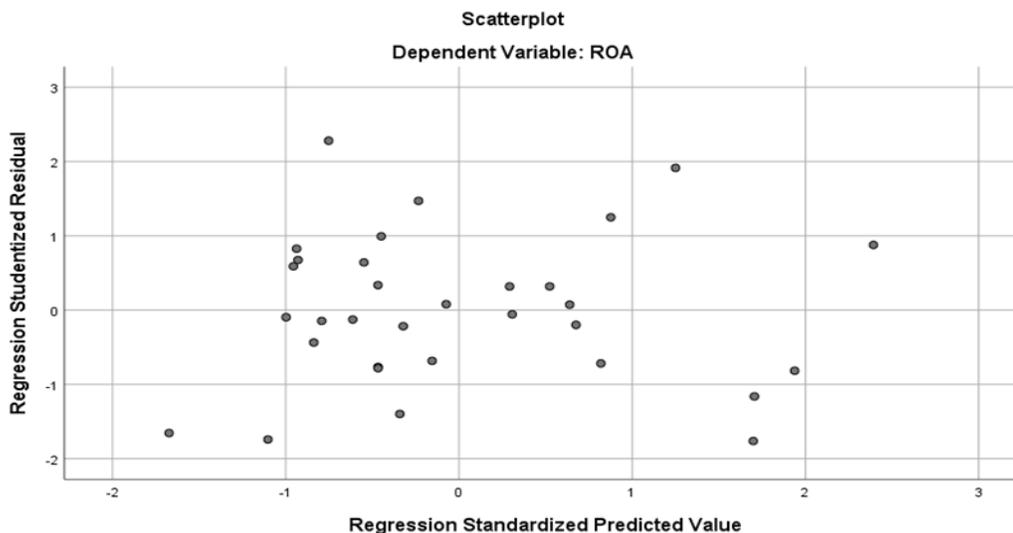
Sumber: Output SPSS v.26

Berdasarkan hasil uji autokorelasi di atas, didapatkan nilai Durbin-Watson sebesar 2,034 sehingga dapat dikatakan bahwa nilai $DU < DW < 4-DU$ atau $1.039 < 2.034 < 2.961$. Maka dari itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa model regresi ini tidak terjadi atau terbebas dari gejala autokorelasi sehingga model regresi linear dalam penelitian ini dapat dilakukan.

d. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya kesamaan varian dari nilai residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan sebaliknya, jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pada pengujian ini digunakan dua metode yakni scatterplots dan glejser. Pada metode scatterplots untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas dapat dilihat dari grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Berikut ini hasil uji heterokedastisitas dengan menggunakan scatterplot dalam penelitian ini



Ilustrasi 2 Hasil Uji Heterokedastisitas Scatterplot

Sumber: Output SPSS v.26

Berdasarkan hasil uji scatterplot di atas, dapat dilihat bahwa titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau sekitar angka 0 serta tidak berkumpul pada satu titik. Selain itu penyebaran

titik-titik tidak membentuk suatu pola. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini terbebas dari gejala heterokedastisitas sehingga model regresi linear dalam penelitian ini dapat dilakukan.

Pengujian lain sebagai alternatif dapat dilakukan untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala heterokedastisitas dengan metode uji glejser. Pada pengujian dengan metode uji glejser dilakukan dengan cara meregresikan variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikansi (Sig) antara variabel independen dengan absolut residual lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi gejala heterokedastisitas. Berikut di bawah ini adalah hasil uji heterokedastisitas dengan menggunakan glejser dalam penelitian ini

Tabel 4 Hasil Uji Heterokedastisitas Glejser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.415	.263		1.574	.127
	NPL	-.046	.044	-.268	-1.035	.309
	LDR	-.005	.004	-.246	-1.287	.209
	BOPO	.001	.003	.116	.448	.658

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: Output SPSS v.26

Berdasarkan hasil uji glejser di atas didapatkan nilai signifikansi (Sig.) antara variabel independen dengan absolut residual lebih besar dari 0,05 yaitu 0,309 untuk NPL, 0,209 untuk LDR dan 0,658 untuk BOPO. Dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak terjadi gejala heterokedastisitas sehingga model regresi linear dalam penelitian ini dapat dilakukan.

Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh Risiko Kredit (NPL), Risiko Likuiditas (LDR) dan Risiko Operasional (BOPO) terhadap Profitabilitas (ROA). Analisis ini dapat digunakan untuk mengetahui dampak hubungan antar variabel (+/-) dan memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau pun penurunan, Hasil uji regresi linier berganda dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut

Tabel 5 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.116	.451		17.981	.000
	NPL	.096	.075	.081	1.270	.215
	LDR	.005	.006	.036	.763	.452
	BOPO	-.079	.005	-1.029	-16.093	.000

a. Dependent Variable: ROA

Sumber : Ouput SPSS v.26

Berdasarkan output yang didapat dari uji di atas, maka dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut : $Y (ROA) = 8.116 + 0.096 X_1 + 0.005 X_2 - 0.079 X_3$ Berdasarkan model persamaan regresi linier berganda yang dihasilkan pada Tabel 4.10 di atas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

Nilai konstanta atau nilai tetap pada persamaan di atas adalah 8,116. Angka tersebut menunjukkan besaran nilai Profitabilitas adalah 8,116 tanpa adanya pengaruh Risiko Kredit (X1), Risiko Likuiditas (X2) dan Risiko Operasional (X3).

Variabel Risiko Kredit (X1) memiliki nilai koefisien regresi yang positif yaitu sebesar 0,096. Hal ini berarti bahwa jika variabel independen lain tetap nilainya, maka setiap kenaikan keseluruhan dari Risiko Kredit akan menaikkan nilai profitabilitas sebesar 0,096%. Hal ini berarti apabila rasio NPL meningkat maka nilai profitabilitas adalah 8,212 dimana didapat dari jumlah nilai konstanta dengan nilai variabel risiko kredit.

Variabel Risiko Likuiditas (X2) memiliki nilai koefisien regresi yang positif yaitu sebesar 0,005. Hal ini memiliki makna bahwa jika variabel independen lain tetap nilainya, maka setiap kenaikan keseluruhan dari Risiko Likuiditas akan menaikkan Profitabilitas sebesar 0,005%. Hal ini berarti apabila rasio LDR meningkat maka nilai profitabilitas adalah 8.121 dimana didapat dari jumlah nilai konstanta dengan nilai variabel risiko likuiditas.

Variabel Risiko Operasional (X3) memiliki nilai koefisien regresi yang negatif yaitu sebesar -0,079. Hal ini memiliki makna bahwa jika variabel independen lain tetap nilainya, maka setiap kenaikan keseluruhan dari Risiko Operasional akan menurunkan Profitabilitas sebesar 0,079%. Hal ini berarti apabila rasio BOPO meningkat maka nilai profitabilitas adalah 8.037 dimana didapat dari jumlah nilai konstanta dengan nilai variabel risiko operasional.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independent (bebas) terhadap variabel dependen (terikat). Pada penelitian ini, penulis menggunakan Uji t (parsial) dan Uji F (simultan).

a. Uji Statistik t (parsial)

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan antara *thitung* dengan *ttabel* serta nilai signifikansinya yaitu sebesar 0,05. Dasar pengambilan keputusannya yaitu hipotesis diterima apabila nilai *thitung* > *ttabel* dan nilai signifikansi < 0,05. Berikut hasil Uji t (parsial) dalam penelitian ini :

Tabel 6 Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.116	.451		17.981	.000
	NPL	.096	.075	.081	1.270	.215
	LDR	.005	.006	.036	.763	.452
	BOPO	-.079	.005	-1.029	-16.093	.000

a. Dependent Variable: ROA

Sumber: Output SPSS v.26

Dalam pengujian ini diperoleh nilai *ttabel* sebesar 2,049. Hasil ini didapatkan dari rumus *ttabel* yakni ; df , dimana $\alpha = 0,05/2$; $n-k-1 = 28$. Pada penelitian ini, Risiko Kredit (NPL)

merupakan variabel independen pertama (X1) yang diuji, adapun hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

b. Uji Statistik f (stimultan)

Dasar pengambilan keputusannya yaitu hipotesis diterima apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$. Berikut hasil uji F (simultan) dalam penelitian ini :

Tabel 7 Hasil Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13.565	3	4.522	156.348	.000 ^b
	Residual	.810	28	.029		
	Total	14.374	31			
a. Dependent Variable: ROA						
b. Predictors: (Constant), BOPO, LDR, NPL						

Sumber: Output SPSS v.26

Hasil Uji F diperoleh nilai F_{hitung} 156,348 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Kemudian diperoleh F_{tabel} Angka ini didapatkan dari tabel F dengan melihat (k ; n-k), dimana (3 ; 32 -3 = 29). Hal ini menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} (156,348 > 2,93) dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 (0,000 < 0,05).

Uji Koefisien Korelasi (r)

Uji Koefisien Korelasi (r) ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah kuat atau tidak hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen secara parsial. Uji Koefisien Korelasi dalam penelitian ini menggunakan Uji Korelasi Bivariate Pearson. Berikut ini hasil Uji Koefisien Korelasi dalam penelitian ini:

Tabel 8 Hasil Uji Koefisien Korelasi (r)

Correlations					
		NPL	LDR	BOPO	ROA
NPL	Pearson Correlation	1	-.138	.680**	-.624**
	Sig. (2-tailed)		.452	.000	.000
	N	32	32	32	32
LDR	Pearson Correlation	-.138	1	.116	-.095
	Sig. (2-tailed)	.452		.526	.605
	N	32	32	32	32
BOP O	Pearson Correlation	.680**	.116	1	-.970**
	Sig. (2-tailed)	.000	.526		.000
	N	32	32	32	32
ROA	Pearson Correlation	-.624**	-.095	-.970**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.605	.000	
	N	32	32	32	32

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Output SPSS v.26

Nilai antara Sig. (2-tailed) antara Risiko Kredit (NPL) dengan Profitabilitas adalah sebesar 0,000 sehingga lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini berarti bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara Risiko Kredit (NPL) dengan Profitabilitas (ROA). Selanjutnya, nilai antara Sig. (2-tailed) antara Risiko Likuiditas (LDR) dengan Profitabilitas adalah 0,605 ($0,605 > 0,005$). Hal ini berarti bahwa terdapat korelasi yang tidak signifikan antara Risiko Kredit (LDR) dengan Profitabilitas (ROA). Selanjutnya nilai antara Sig. (2-tailed) antara Risiko Operasional (BOPO) dengan Profitabilitas adalah 0,000 ($0,000 < 0,005$), Hal ini memiliki makna bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara Risiko Operasional (BOPO) terhadap Profitabilitas (ROA). Nilai *r* tabel adalah sebesar 0,349, dimana angka ini diperoleh dari tabel distribusi nilai *r* tabel dengan N sebesar 32 dengan taraf signifikansi 5%. Nilai *r* hitung untuk hubungan Risiko Kredit (NPL) dengan Profitabilitas adalah sebesar -0,624. Dengan nilai *r* hitung diabsolutkan, maka nilai *r* hitung $>$ nilai *r* tabel ($0,624 > 0,349$). Hal ini memiliki arti bahwa terdapat korelasi yang sangat kuat antara Risiko Kredit (NPL) dengan Profitabilitas (ROA). Tanda negatif (-) pada nilai *r* hitung menunjukkan adanya arah yang berlawanan atau korelasi berlawanan. Selanjutnya nilai *r* hitung untuk hubungan Risiko Likuiditas (LDR) dengan Profitabilitas (ROA) adalah sebesar 0,095, maka nilai *r* hitung $<$ nilai *r* tabel ($0,095 < 0,349$). Hal ini berarti bahwa terdapat korelasi yang tidak berhubungan antara Risiko Likuiditas (LDR) dengan Profitabilitas (ROA). Setelahnya Nilai *r* hitung untuk hubungan Risiko Operasional (BOPO) dengan Profitabilitas adalah sebesar -0,970. Dengan nilai *r* hitung diabsolutkan, maka nilai *r* hitung $>$ nilai *r* tabel ($0,970 > 0,349$). Hal ini memiliki arti bahwa terdapat korelasi yang sangat kuat antara Risiko Kredit (BOPO) dengan Profitabilitas (ROA).

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji Koefisien Determinasi (R²) ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui persentase variabel-variabel independen dalam menerangkan variabel dependen secara simultan. Di bawah ini adalah hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini:

Tabel 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.971 ^a	.944	.938	.17006

a. Predictors: (Constant), BOPO, LDR, NPL

Sumber: Output SPSS v.26

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²) diperoleh hasil nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,938. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya persentase variabel independen yakni Risiko Kredit (NPL), Risiko Likuiditas (LDR) dan Risiko Operasional (BOPO) secara simultan mampu menjelaskan perubahan yang terjadi terhadap Profitabilitas (ROA) sebesar 94%. Sisanya sebesar 6% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak masuk dalam model penelitian ini.

Pembahasan

Pada penelitian ini, Risiko Kredit (NPL) merupakan variabel independen pertama (X₁) yang diuji, berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial (Uji t) dapat disimpulkan bahwa Risiko Kredit (NPL) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas (ROA). Karena Hasil Uji t, nilai *t* hitung variabel Risiko Kredit (NPL) sebesar 1,270 dan nilai signifikansi sebesar 0,215. Dengan nilai *t* hitung diabsolutkan, hal ini menunjukkan bahwa nilai *t* hitung lebih kecil dari *t* tabel ($1,270 < 2,049$) dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,215 > 0,05$). Oleh karena itu, hipotesis awal (H₁) yang menyatakan bahwa Risiko Kredit (NPL) berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas ditolak. Hal ini menandakan bahwa peningkatan atau penurunan Risiko Kredit (NPL) selama periode penelitian tidak mempengaruhi kenaikan atau penurunan Profitabilitas (ROA) secara signifikan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu

yang dilakukan oleh Soetjiati dan Mais (2019) yang menyatakan bahwa NPL tidak berpengaruh terhadap ROA.

Pada penelitian ini, Risiko Likuiditas (LDR) merupakan variabel independen pertama (X2) yang diuji, berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial (Uji t) dapat disimpulkan bahwa Risiko Likuiditas (LDR) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas (ROA). Karena nilai *thitung* variabel Likuiditas (LDR) sebesar 0,763 dan nilai signifikansi sebesar 0,452. Hal ini menunjukkan bahwa nilai *thitung* lebih kecil dari *ttabel* ($0,763 < 2,049$) dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,452 > 0,05$). Oleh karena itu, hipotesis awal (H2) yang menyatakan bahwa Risiko Likuiditas (LDR) berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas ditolak. Hal ini menandakan bahwa peningkatan atau penurunan Risiko Likuiditas (LDR) selama periode penelitian tidak mempengaruhi kenaikan atau penurunan Profitabilitas (ROA) secara signifikan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Pratama, 2021) yang menyatakan bahwa LDR tidak berpengaruh terhadap ROA.

Pada penelitian ini, Risiko Operasional (BOPO) merupakan variabel independen ketiga (X3) yang diuji, berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial (Uji t) dapat disimpulkan bahwa Risiko Operasional (BOPO) secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Profitabilitas (ROA), Karena nilai *thitung* variabel Operasional (BOPO) sebesar -16,093 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai *thitung* lebih besar dari *t table* ($-16,093 > -2,049$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Oleh karena itu, hipotesis awal (H3) yang menyatakan bahwa Risiko Operasional (BOPO) berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas diterima. Hal ini menandakan bahwa peningkatan atau penurunan Risiko Operasional (BOPO) selama periode penelitian mempengaruhi kenaikan atau penurunan Profitabilitas (ROA) secara signifikan. Apabila risiko Operasional mengalami kenaikan maka akan berpengaruh pula terhadap Profitabilitas (ROA) yaitu mengalami kenaikan. Sebaliknya, apabila rasio BOPO mengalami penurunan maka akan terjadi penurunan terhadap rasio ROA. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pinasti (2018) yang menyatakan bahwa BOPO memiliki pengaruh yang signifikan negatif terhadap Profitabilitas yang diprosikan dengan menggunakan ROA.

Pengujian simultan dengan variabel independen yaitu Risiko Kredit (NPL), Risiko Likuiditas (LDR) dan Risiko Operasional (BOPO) terhadap variabel dependen yaitu Profitabilitas (ROA). Berdasarkan pada hasil uji F, menunjukkan bahwa Risiko Kredit (NPL), Risiko Likuiditas (LDR) dan Risiko Operasional (BOPO) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas (ROA). Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis awal sehingga H4 diterima. Besarnya pengaruh berdasarkan uji koefisien determinasi yang dilakukan sebesar 94% dan sisanya 6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa:

- Risiko Kredit yang diukur dengan rasio NPL secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap peningkatan ataupun penurunan NPL selama periode penelitian tidak mempengaruhi kenaikan atau penurunan ROA secara signifikan.
- Risiko Likuiditas yang diukur dengan rasio LDR secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap peningkatan ataupun penurunan LDR selama periode penelitian tidak mempengaruhi kenaikan atau penurunan ROA secara signifikan.

- Risiko Operasional yang diukur dengan rasio BOPO secara parsial berpengaruh negatif terhadap profitabilitas. Hal ini berarti bahwa setiap rasio BOPO mengalami kenaikan selama periode penelitian mempengaruhi Profitabilitas yang akan mengalami kenaikan pula. Begitupun sebaliknya, apabila rasio BOPO mengalami penurunan maka akan berpengaruh terhadap penurunan pula terhadap Profitabilitas yang diukur dengan rasio ROA.
- Risiko Kredit (NPL), Risiko Likuiditas (LDR) dan Risiko Operasional (BOPO) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas yang diukur dengan menggunakan rasio ROA. Besarnya pengaruh berdasarkan hasil uji koefisien determinasi yang dilakukan sebesar 94% artinya besar pengaruh dari ketiga variabel independen yaitu Risiko Kredit (NPL), Risiko Likuiditas (LDR) dan Risiko Operasional (BOPO) sebesar 94% yang mempengaruhi variabel dependen yaitu profitabilitas dan sisanya 6% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji dan S.Manda. (2021). Pengaruh Risiko Kredit Dan Risiko Likuiditas Terhadap Profitabilitas Pada Bank BUMN. Karawang: Universitas Singaperbangsa
- Bankmega.com. (2020). Sejarah Perusahaan. Diakses pada 18 Mei 2022, dari <https://bankmega.com/id/tentang-kami/profil-bank-mega/>
- Bps.go.id. (2021, Desember). Jumlah Bank dan Kantor Bank (Unit), 2019-2021. Diakses pada 8 Januari 2022, dari <https://www.bps.go.id/indicator/13/937/1/jumlah-bank-dan-kantor-bank.html>
- Cnbcindonesia.com. (2020, 20 November). Cuan Besar Bawa Bank Mega Raih The Most Profitable Bank. Diakses pada 8 Januari 2022, dari <https://www.cnbcindonesia.com/market/20201120220448-17-203541/cuan-besar-bawa-bank-mega-raih-the-most-profitable-bank>
- Farhat P., Mustikawati. (2018). Pengaruh CAR, BOPO, NPL, NIM dan LDR Terhadap Profitabilitas Bank Umum Periode 2011-2015. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta
- Firdausy, Harman Ega. (2015). Pengaruh Beban Operasional Pendapatan Operasional (BOPO) Dan Non Performing Loan (NPL) Terhadap Return On Assets (ROA) (Studi Kasus Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2014). Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia
- Lubis, Kristiya, Putri, dan Pratiwi. (2020). Pengaruh Restrukturisasi Kredit Terhadap Likuiditas Bank Jangkar Selama Pandemi Covid-19. Lampung: Universitas Lampung
- Mosey, Parengkuan, dan Untu. (2018). Pengaruh Risiko Pasar dan Risiko Kredit Terhadap Profitabilitas pada Bank Umum BUMN yang Terdaftar di BEI Periode 2012-2016. Manado: Universitas Sam Ratulangi
- Musa, Alam, dan Munir. (2019). Analisis CAR, NPL, NIM, ROA Terhadap LDR Pada P.T. Bank BUMN (Persero) di Indonesia. Makassar: Universitas Hasanuddin
- Nevada K., Murni, N. Untu. (2020). Pengaruh Risiko Pasar (NIM), Risiko Kredit (NPL), dan Risiko Likuiditas (LDR) Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan (ROA) pada Bank yang Terdaftar di LQ 45 Periode 2012-2018. Manado: Universitas Sam Ratulangi
- Ni Kadek, Luh Putu dan Ni Nyoman. (2018). Pengaruh NPL, CAR dan BOPO Terhadap Profitabilitas Pada BPR Di Kota Denpasar. Bali: Universitas Udayana.
- Nurkofifah, Rozak, dan Apip. (2019). Pengaruh Kredit Bermasalah Terhadap Profitabilitas Pada Perbankan Yang Terdaftar di BEI. Universitas Galuh
- Peraturan Bank Indonesia No. 6/9/PBI/2004.
- Peraturan Bank Indonesia No. 6/10/PBI/2004.
- Peraturan Bank Indonesia No. 13/23/PBI/2011.
- Peraturan Bank Indonesia No. 15/7/PBI/2013.
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 18/POJK.03/2016.

- 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).
- Ridzki dan Deannes. (2019). Pengaruh CAR, LDR dan NPL Terhadap Profitabilitas pada Industri Perbankan. Bandung: Universitas Telkom
- Rohaeni dan Rudiansyah. (2017). Pengaruh Risiko Kredit dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten: Bandung: Universitas BSI Bandung
- Slamet dan Sunarto. (2017). Pengaruh CAR, LDR, NPL, BOPO Terhadap Profitabilitas Perbankan yang terdaftar di BEI Periode 2011-2015. Semarang: Universitas Stikubank
- Soetjiati dan Mais. (2019). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Profitabilitas Bank Umum Di Indonesia (Studi Pada Bank Umum Milik Negara Yang Terdaftar Di Bei Periode 2014 -2018). Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia
- Sugiarto dan Lestari. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas Bank pada Bank Konvensional yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Jakarta: Universitas Trisakti
- Surat Edaran Bank Indonesia No. 10/46/Dint. 2008.
- Surat Edaran Bank Indonesia No. 13/24/DPNP.
- Surat Edaran Bank Indonesia No. 13/30/DPNP.
- Surat Edaran Bank Indonesia Nomor 15/29/DKBU
- Undang-undang Nomor 10 tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang Undang Nomor 7 tahun 1992 tentang Perbankan

Analisis Pengaruh Pengetahuan dan Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Dalam Menunaikan Wakaf Melalui Platform Crowdfunding Dengan Kesadaran Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Jadiberkah.id)

Siti Roudlatul Ahadiyah¹⁾ Ach. Bakhrul Muchtasib²⁾

¹⁾ Politeknik Negeri Jakarta, E-mail: siti.roudlatulahadiyah.ak18@mhs.w.pnj.ac.id, Jalan Prof. Dr. G. A. Siwabessy, Kampus UI, 16425, Depok, Indonesia

²⁾ Politeknik Negeri Jakarta, E-mail: bakhrul.muchtasib@akuntansi.pnj.ac.id, Jalan Prof. Dr. G. A. Siwabessy, Kampus UI, 16425, Depok, Indonesia

ABSTRACT

This study aims to examine the level of knowledge and income of interest in paying cash waqf on the Jadiberkah.id crowdfunding platform through awareness as an intervening variable. Sampling was done by purposive sampling technique. Research data obtained through the distribution of questionnaires to 100 respondents. The data analysis method in this study uses the Structural Equation Model – Partial Least Square (SEM-PLS) method with the help of SmartPLS 3.0 software. The result showed that the level of knowledge and income had a positive and significant effect on awareness, knowledge and income had a positive and insignificant relationship on the interest in paying cash waqf through the crowdfunding platform, awareness had a positive and significant effect on the interest in paying cash waqf through the crowdfunding platform, and awareness was proven to mediate knowledge and income on the interest in paying cash waqf through the crowdfunding platform.

Keywords: *Knowledge; Income; Awareness; Interest*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji tingkat pengetahuan dan pendapatan terhadap minat menunaikan wakaf uang pada platform crowdfunding Jadiberkah.id melalui kesadaran sebagai variabel *intervening*. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Data penelitian didapat melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Model – Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan bantuan *software* SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan dan pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran, pengetahuan dan pendapatan memiliki hubungan positif dan tidak signifikan terhadap minat menunaikan wakaf uang melalui platform crowdfunding, kesadaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menunaikan wakaf uang melalui platform crowdfunding, serta kesadaran terbukti dapat memediasi pengetahuan dan pendapatan terhadap minat menunaikan wakaf uang melalui platform crowdfunding.

Kata Kunci: Pengetahuan; Pendapatan; Kesadaran; Minat

1. PENDAHULUAN

Wakaf memiliki peran penting dalam mengentaskan kemiskinan dan masalah sosial yang ada dalam masyarakat. Dibuktikan pada bulan September 2021 jumlah penduduk miskin di

Indonesia sudah semakin menurun yakni menjadi sebesar 26,50 juta orang, realisasi ini turun sebesar 1,04 juta orang terhadap Maret 2021. Berdasarkan grafik di bawah ini, dapat diartikan bahwa wakaf dapat dijadikan sebagai salah satu sub-sistem pendukung program pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh pemerintah.

Satu tahun silam, Presiden Joko Widodo dan Wakil Presiden Ma'ruf Amin meresmikan "Gerakan Nasional Wakaf Uang" (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2021). Menurut Badan Wakaf Indonesia (BWI) potensi wakaf tunai di Indonesia mencapai Rp 180 Triliun per tahun, namun realisasi nya masih jauh dari potensinya yaitu di bawah 10% atau hanya mencapai Rp 885 Miliar. Ketika mendengar harta wakaf, masyarakat pasti akan mengaitkannya dengan harta tanah dan bangunan berupa sekolah, rumah sakit, dan/atau tempat pemakaman yang berarti masih kurangnya pemahaman masyarakat mengenai wakaf uang. Hal ini merupakan salah satu penyebab realisasi wakaf uang di Indonesia masih minim.

Menurut Rawanti dan Murtani (2020) mengatakan pada penelitiannya bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam menunaikan wakaf. Selain itu, pendapatan juga bisa menjadi alasan seseorang untuk berwakaf. Namun pada penelitian yang dilakukan oleh Nisa dan Anwar (2019) menyatakan bahwa variabel pendapatan memiliki hubungan yang rendah dan signifikan terhadap minat membayar wakaf uang, atau dapat dikatakan bahwa tingginya pendapatan tidak mempengaruhi minat dalam membayar wakaf uang. Hal ini disebabkan karena masih banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang wakaf uang, sehingga ketika memiliki dana lebih masyarakat akan menyalurkannya melalui infaq dan shadaqah.

Rusydiana dan Rahayu (2019) mengatakan perkembangan wakaf tunai di Indonesia memiliki tantangan yaitu perihal sistem, peraturan, produk, dan teknologi Informasi. Selain dimanfaatkan pada sektor keuangan dan perbankan, teknologi informasi juga dimanfaatkan untuk layanan filantropi sehingga mampu memberikan kemudahan bagi pengguna untuk berdonasi dan beramal. Kehadiran *Financial Technology (fintech)* yang memberikan layanan dengan cepat serta memberikan kemudahan bagi penggunaanya masih belum banyak dilakukan karena sebagian orang masih menggunakan cara tradisional. Selama ini wakaf dilakukan oleh beberapa orang saja, namun dengan adanya layanan wakaf berbasis *fintech* akan ada banyak orang yang berwakaf (Fahlefi, 2018).

Sebagaimana berkembangnya teknologi, di era digital saat ini sudah tidak sulit untuk mengakses berbagai macam informasi bahkan keperluan yang dibutuhkan pun sudah didapat dengan cepat melalui *platform crowdfunding* yang sudah banyak berkembang dan memiliki harapan menjadi *one stop solution* bagi masyarakat. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Aziz, Nurwahidin, dan Chailis (2019) menyatakan bahwa inovasi *platform crowdfunding* yang digunakan sebagai layanan *online* penghimpunan dana berpengaruh positif terhadap minat dan keputusan masyarakat dalam menyalurkan dana berbasis *online*. Salah satu *platform crowdfunding* yang diharapkan dapat mendorong penghimpunan dana wakaf adalah Jadiberkah.id. Jadiberkah.id merupakan *platform crowdfunding* dana Zakat, Infaq, dan Wakaf (ZISWAF) dalam pengelolaan Bank Syariah Indonesia. Dengan adanya Jadiberkah.id, berdonasi jadi lebih mudah, karena dapat dilakukan secara online, sehingga bisa berdonasi dimana saja dan kapan saja.

Selain pemahaman masyarakat mengenai wakaf uang yang menjadi permasalahan, masyarakat juga belum mengetahui adanya *platform crowdfunding* Jadiberkah.id. Permasalahan yang ada pada *platform* Jadiberkah.id adalah minimnya realisasi penghimpunan dana pada setiap program.

Berdasarkan uraian di atas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan yaitu: Apakah terdapat pengaruh antara variabel pengetahuan dan pendapatan terhadap kesadaran menunaikan wakaf uang; Apakah terdapat pengaruh antara variabel pengetahuan dan pendapatan terhadap minat menunaikan wakaf uang melalui *platform crowdfunding*; Apakah variabel kesadaran dapat memediasi antar variabel.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Wakaf Uang

Dalam Undang-undang Nomor 41 Tahun 2004, wakaf diartikan sebagai perbuatan hukum wakif untuk memisahkan dan/atau menyerahkan sebagian harta benda miliknya untuk dimanfaatkan selamanya atau untuk jangka waktu tertentu sesuai dengan kepentingannya guna keperluan ibadah dan/atau kesejahteraan umum menurut syariah.

Dalam buku-buku fiqih, para ulama memiliki perbedaan dalam mendefinisikan wakaf, sehingga dari perbedaan tersebut menimbulkan perbedaan dalam memandang hakikat wakaf. Pada umumnya, Indonesia adalah negara yang menganut Mahzab Syafi'i dan Mahzab Hambali. Oleh karena itu perumusan pengertian wakaf yang terdapat pada Peraturan Pemerintah No. 28 Tahun 1977 yang mendefinisikan bahwa wakaf adalah perbuatan hukum seseorang atau badan hukum yang memisahkan sebagian harta kekayaannya yang berupa tanah milik dan melembagakannya untuk selama-lamanya untuk kepentingan peribadatan atau keperluan umum lainnya sesuai dengan ajaran agama Islam.

Pada dasarnya tidak ditemukan dalil yang menerangkan konsep wakaf secara khusus. Namun, wakaf merupakan golongan infak, sehingga dasar hukum yang digunakan untuk menjelaskan konsep wakaf adalah dalil Al-Qur'an yang berkaitan dengan infak, seperti QS. Ali Imran ayat 92 yang berbunyi:

لَنْ تَنَالُوا الْبِرَّ حَتَّى تُنْفِقُوا مِمَّا تُحِبُّونَ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ

“Kamu tidak akan memperoleh kebajikan, sebelum kamu menginfakkan sebagian harta yang kamu cintai. Dan apa pun yang kamu infakkan, tentang hal itu sesungguhnya Allah Maha Mengetahui.”

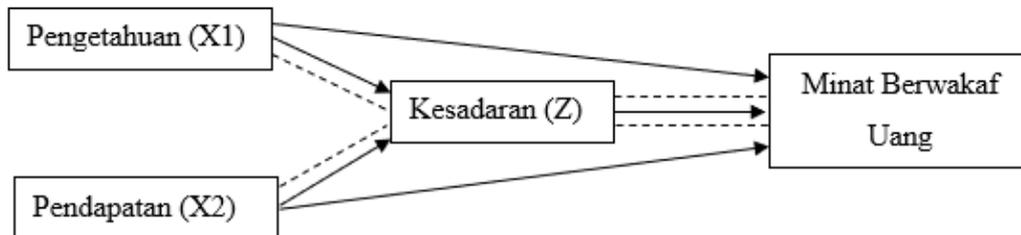
Definisi wakaf uang menurut Departemen Agama adalah wakaf yang dilakukan seseorang, kelompok orang, dan lembaga atau badan hukum dalam bentuk uang. Selain itu pendapat ulama mengenai wakaf uang diriwayatkan oleh Imam Bukhari bahwa imam az-Zuhri adalah seorang ulama terkemuka dan peletak dasar *tadwin al hadits* memfatwakan dan menganjurkan wakaf dinar dan dirham untuk pembangunan saran dakwah, sosial, dan pendidikan umat Islam.

Wakaf uang memiliki keunggulan dibandingkan wakaf benda tetap lainnya, yaitu sebagai berikut (Sari dalam Chaerunnisa, 2021):

- 1) Wakaf uang memiliki jumlah yang bervariasi, sehingga calon wakif yang memiliki dana terbatas dapat menunaikan wakafnya.
- 2) Aset wakaf berupa tanah kosong dapat dimanfaatkan menjadi pembangunan gedung atau lahan pertanian melalui wakaf uang ini.
- 3) Dana wakaf dapat membantu lembaga pendidikan yang memiliki arus kas yang fluktuatif.
- 4) Masyarakat muslim dapat mengembangkan pendidikan tanpa mengharapkan anggaran pendidikan negara yang terbatas

Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Pada penelitian ini disusun sebuah kerangka pemikiran dengan tujuan menemukan minat masyarakat untuk menggunakan *platform crowdfunding* sebagai sarana menunaikan wakaf uang. Berikut ini adalah rumusan kerangka pemikiran dari penelitian ini yang dibuat secara singkat.



Gambar 1 Kerangka Penelitian

Berdasarkan hubungan antara tujuan penelitian dengan kerangka pemikiran teoritis terhadap rumusan masalah penelitian ini, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H1: Pengetahuan (X1) memiliki pengaruh terhadap kesadaran menunaikan wakaf uang melalui *platform crowdfunding* (Z)

H2: Pendapatan (X2) memiliki pengaruh terhadap kesadaran menunaikan wakaf uang melalui *platform crowdfunding* (Z)

H3: Pengetahuan (X1) memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat untuk menunaikan wakaf uang melalui *platform crowdfunding* (Y)

H4: Pendapatan (X2) memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat untuk menunaikan wakaf uang melalui *platform crowdfunding* (Y)

H5: Kesadaran (Z) memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat untuk menunaikan wakaf uang melalui *platform crowdfunding* (Y)

H6: Pengetahuan (X1) memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat untuk menunaikan wakaf uang melalui *platform crowdfunding* (Y) melalui kesadaran (Z)

H7: Pendapatan (X2) memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat untuk menunaikan wakaf uang melalui *platform crowdfunding* (Y) melalui kesadaran (Z)

3. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang berbentuk angka yang kemudian data tersebut akan dianalisis dengan menggunakan prosedur statistik. Objek pada penelitian ini adalah pengetahuan, pendapatan, dan kesadaran terhadap minat masyarakat untuk menunaikan wakaf uang melalui *platform crowdfunding* (Jadiberkah.id).

Populasi yang diambil adalah responden yang merupakan masyarakat muslim dan sudah memiliki penghasilan serta berdomisili di JABODETABEK. Sampel yang digunakan adalah 100 responden dengan menggunakan teknik *maximum likelihood estimation* dengan pedoman penentuan sampel menurut Augusty Ferdinand.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data akan didapatkan langsung dari responden berupa kuesioner dengan menggunakan skala likert. Data didapatkan secara tidak langsung atau didapat dari literatur atau internet. Metode Analisa data pada penelitian ini menggunakan metode *Partial Least Square – Structural Equation Model* (PLS-SEM) dengan software SmartPLS 3.0.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (JABODETABEK) dengan cara menyebarkan kepada 100 responden dan dilakukan secara *online* melalui *google form*. Hal ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, pendapatan, kesadaran masyarakat terhadap minat berwakaf uang melalui *platform crowdfunding* Jadiberkah.id.

Analisis Model Pengukuran (Outer Model)

Model pengukuran adalah model yang digunakan untuk menguji nilai *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *composite validity*.

- *Convergent Validity*

Pengukuran *convergent validity* dapat dilihat dengan nilai *loading factor* ≥ 0.7 dan nilai *Average Variance Extracted (AVE)* ≥ 0.5 (Haryono, 2016).

Tabel 1 Hasil *Convergent Validity*

Variabel Laten	Indikator	Loading Factor	AVE	Keterangan
Pengetahuan	PG_5	0.830	0.695	VALID
	PG_6	0.887		VALID
	PG_7	0.780		VALID
Pendapatan	PD_3	0.904	0.831	VALID
	PD_4	0.918		VALID
Kesadaran	K_1	0.883	0.669	VALID
	K_2	0.879		VALID
	K_3	0.807		VALID
Minat Berawakaf Uang	MB_2	0.857	0.735	VALID
	MB_3	0.770		VALID
	MB_4	0.806		VALID
	MB_5	0.844		VALID

Variabel Laten	Indikator	Loading Factor	AVE	Keterangan
	MB_6	0.812		VALID

Dapat dilihat bahwa hasil dari menguji *convergent validity* pada item pernyataan dalam penelitian memiliki nilai *loading factor* yang sesuai dengan aturan umum yaitu ≥ 0.7 . Dalam hal ini menunjukkan bahwa indikator yang merefleksikan variabel penelitian adalah valid dalam mengukur setiap variabel *laten*.

- *Discriminant Validity*

Model pengukuran ini dapat dikatakan baik jika nilai *loading* pada variabel yang dituju lebih besar dibandingkan nilai *loading* variabel yang lain.

Tabel 2 Hasil *Discriminant Validity* dengan *Cross Loading*

	X1	X2	Z	Y
PG_5	0.830	0.421	0.529	0.419
PG_6	0.887	0.512	0.405	0.370
PG_7	0.780	0.469	0.440	0.443
PD_3	0.508	0.904	0.579	0.448
PD_4	0.512	0.918	0.529	0.513
K_1	0.480	0.571	0.883	0.618
K_2	0.480	0.569	0.879	0.631
K_3	0.473	0.461	0.807	0.542
MB_2	0.359	0.508	0.672	0.857
MB_3	0.281	0.403	0.480	0.770
MB_4	0.505	0.464	0.552	0.806
MB_5	0.538	0.422	0.588	0.844
MB_6	0.325	0.348	0.540	0.812

Berdasarkan hasil *cross loading* di atas dapat disimpulkan bahwa semua item atau indikator memiliki koefisien korelasi yang lebih besar dengan masing-masing variabelnya dibandingkan dengan variabel lainnya.

- *Composite Reliability*

Berikut adalah hasil dari pengukuran reliabilitas menggunakan SmartPLS 3.0.

Tabel 3 *Composite Reliability*

Variabel	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Pengetahuan	0.872	0.779	Reliabel
Pendapatan	0.907	0.796	Reliabel
Kesadaran	0.910	0.876	Reliabel
Minat Berwakaf Uang Melalui Platform Crowdfunding	0.892	0.819	Reliabel

Pada tabel di atas menunjukkan hasil uji *composite reliability*, dimana variabel dalam penelitian memiliki reliabilitas yang tinggi yaitu > 0.7 dan diperkuat oleh adanya nilai *cronbach's alpha* yang > 0.6 , sehingga dapat dikatakan data dari seluruh variabel reliabel.

Analisis Model Struktural (Inner Model)

Analisis model struktural digunakan untuk menilai hubungan dari hipotesis yang telah dibentuk dalam penelitian. Dalam menganalisis model struktural dapat dilakukan dengan 2 tahapan yaitu melihat nilai dari *coefficient of determination (R-Squares)* dan nilai *path coefficient*.

- *Analisis R-Squares (R²)*

Tahap ini diuji untuk memprediksi akurasi model PLS. Berikut adalah hasil nilai *R-Squares* pada variabel kesadaran dan minat berwakaf melalui *platform crowdfunding*.

Tabel 4 Hasil *R-Squares*

	R-Square	R-Square Adjusted
Z	0.453	0.442
Y	0.511	0.495

Pada tabel di atas dapat diartikan bahwa variabel kesadaran (Z) dapat dijelaskan oleh variabel pengetahuan dan pendapatan sebesar 45% sedangkan 55% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Kemudian untuk variabel minat berwakaf uang melalui *platform crowdfunding* dapat dijelaskan oleh variabel pengetahuan, pendapatan, dan kesadaran sebesar 51% sedangkan 49% dijelaskan oleh variabel lain diluar yang diteliti.

- *Analisis Path Coefficient*

Tahap ini dilakukan guna menganalisis signifikansi hubungan antar variabel dengan menyesuaikan hipotesis yang telah disusun dalam penelitian dengan kriteria *p-value* < 0.05 , *t-statistic* > 1.96 dan *original sample* bermilai positif atau negatif.

Tabel 5 Hasil *Path Coefficient*

	Variabel	<i>Original Sample (O)</i>	<i>T-Statistics</i>	<i>P-Values</i>	Keterangan
H1	Pengetahuan ->Kesadaran	0.301	3.701	0.000	Positif dan signifikan
H2	Pendapatan -> Kesadaran	0.457	4.687	0.000	Positif dan signifikan
H3	Pengetahuan -> Minat	0.124	1.084	0.297	Positif dan tidak signifikan
H4	Pendapatan -> Minat	0.107	0.941	0.347	Positif dan tidak signifikan
H5	Kesadaran -> Minat	0.562	5.975	0.000	Positif dan signifikan
H6	Pengetahuan -> Kesadaran -> Minat	0.169	2.678	0.004	Positif dan signifikan
H7	Pendapatan -> Kesadaran -> Minat	0.257	3.600	0.000	Positif dan signifikan

Pembahasan

H1: Pengetahuan berpengaruh terhadap Kesadaran

Berdasarkan hasil uji *path coefficient* di atas, menunjukkan hasil nilai *t-statistics* sebesar $3.701 > T\text{-tabel} (1.96)$ dan nilai *p-values* sebesar $0.000 < 0.05$ yang dimana hipotesis diterima. Dalam hasil ini memberikan kesimpulan bahwa pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap kesadaran masyarakat dalam menunaikan wakaf uang melalui *platform crowdfunding*.

Hal ini sejalan dengan penelitian Kurniawati (2021) yang menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran masyarakat dalam menunaikan wakaf uang. Dapat disimpulkan bahwa pemahaman masyarakat mengenai wakaf uang dapat meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menunaikan wakaf uang melalui *platform crowdfunding*.

H2: Pendapatan berpengaruh terhadap Kesadaran

Berdasarkan hasil uji hipotesis dalam *path coefficient*, dapat diketahui nilai *t-statistics* sebesar $4.687 > T\text{-tabel} 1.96$ dan nilai *p-values* $0.000 < 0.05$, maka hipotesis diterima. Dapat disimpulkan bahwa pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap kesadaran menunaikan wakaf uang melalui *platform crowdfunding*.

Hasil uji tersebut menunjukkan hasil yang sejalan dengan penelitian Sofiana (2021) yang menyatakan bahwa tingkat pendapatan berpengaruh signifikan terhadap kesadaran. Faktor yang mempengaruhi terhadap kesadaran masyarakat dalam menunaikan wakaf adalah faktor ekonomi yang tidak menentu. Semakin tinggi tingkat pendapatan maka kesejahteraan dari masyarakat juga semakin terjamin, sehingga masyarakat menyadari pentingnya menunaikan wakaf uang demi membantu kesejahteraan masyarakat lainnya.

H3: Pengetahuan berpengaruh terhadap Minat berwakaf melalui *platform crowdfunding*

Berdasarkan hasil uji hipotesis dalam *path coefficient*, dapat diketahui bahwa nilai *t-statistics* sebesar $1.084 < T\text{-tabel } (1.96)$ dan nilai *p-values* sebesar $0.347 > 0.05$, maka dari hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis ditolak. Dapat disimpulkan bahwa pengetahuan memiliki nilai yang positif namun tidak signifikan terhadap minat menunaikan wakaf uang melalui *platform crowdfunding*.

Uji *path coefficient* tersebut menunjukkan hasil yang sejalan dengan penelitian Puspitaningsih (2014) yang menyatakan bahwa pengetahuan tidak memiliki peran untuk menumbuhkan rasa minat masyarakat dalam menunaikan wakaf uang. Sebagaimana hasil kuesioner, terdapat beberapa responden yang belum mengetahui adanya wakaf uang dan juga belum mengetahui *platform crowdfunding* yaitu Jadiberkah.id sebagai wadah menunaikan ZISWAF.

H4: Pendapatan berpengaruh terhadap Minat berwakaf melalui *platform crowdfunding*

Berdasarkan hasil uji hipotesis dalam *path coefficient*, dapat diketahui bahwa nilai *t-statistics* sebesar $1.084 < T\text{-tabel } (1.96)$ dan nilai *p-values* sebesar $0.347 > 0.05$, maka dari hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis ditolak. Dapat disimpulkan bahwa pendapatan memiliki nilai yang positif namun tidak signifikan terhadap minat menunaikan wakaf uang melalui *platform crowdfunding*.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Nisa dan Anwar (2019) yang menyatakan bahwa tinggi atau rendahnya pendapatan masyarakat tidak mempengaruhi minat masyarakat dalam berwakaf uang. Hal ini disebabkan minimnya pengetahuan masyarakat terhadap wakaf uang dan lebih memilih beramal seperti infaq dan zakat secara tradisional.

H5: Kesadaran berpengaruh terhadap Minat berwakaf melalui *platform crowdfunding*

Berdasarkan hasil uji hipotesis dalam *path coefficient*, dapat diketahui bahwa nilai *t-statistics* sebesar $5.975 > T\text{-tabel } 1.96$ dan nilai *p-values* $0.000 < 0.05$, maka hipotesis diterima. Dapat disimpulkan bahwa kesadaran berpengaruh positif signifikan terhadap minat menunaikan wakaf uang melalui *platform crowdfunding*.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kartika (2020) serta Kurniawati, Zainuddin, dan Lidyah (2021) dan yang membuktikan bahwa kesadaran berpengaruh positif signifikan terhadap minat menunaikan wakaf uang.

H6: Pengetahuan berpengaruh terhadap Minat berwakaf melalui *platform crowdfunding* melalui Kesadaran

Berdasarkan hasil uji hipotesis dalam *path coefficient*, diketahui bahwa nilai *t-statistics* sebesar $2.678 > T\text{-tabel } (1.96)$ dan nilai *p-values* sebesar $0.004 < 0.05$, maka dari hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis diterima. Dapat disimpulkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat dalam menunaikan wakaf uang melalui *platform crowdfunding* melalui kesadaran sebagai variabel *intervening*.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurniawati (2021) yang menyatakan bahwa kesadaran berpengaruh positif dan signifikan dalam memediasi antara pengetahuan terhadap minat menunaikan wakaf uang. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa apabila tingkat pengetahuan masyarakat mengenai wakaf uang semakin tinggi, akan mempengaruhi tingkat kesadaran masyarakat pula terhadap minat menunaikan wakaf, sehingga minat menunaikan wakaf melalui *platform crowdfunding* juga semakin meningkat.

H7: Pendapatan berpengaruh terhadap Minat berwakaf melalui *platform crowdfunding* melalui Kesadaran

Berdasarkan hasil uji hipotesis dalam *path coefficient*, diketahui bahwa nilai *t-statistics* sebesar $3.600 > T\text{-tabel} (1.96)$ dan nilai *p-values* sebesar $0.000 < 0.05$, maka dari hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis diterima. Dapat disimpulkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat dalam menunaikan wakaf uang melalui *platform crowdfunding* melalui kesadaran sebagai variabel *intervening*.

Hal ini sejalan dengan penelitian Kartika (2020) yang menyimpulkan bahwa pendapatan berpengaruh terhadap minat menunaikan wakaf melalui kesadaran sebagai variabel *intervening*, sehingga variabel kesadaran pada penelitian ini memiliki pengaruh mediasi. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat pendapatan akan mempengaruhi tingkat kesadaran calon wakif terhadap minat menunaikan wakaf melalui *platform crowdfunding*.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan hasil uji yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan masyarakat mengenai wakaf uang sudah cukup baik, pendapatan yang diterima juga sudah dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dalam hal minat menunaikan wakaf uang melalui *platform crowdfunding* diketahui bahwa masyarakat belum berminat, namun saat ini masyarakat telah memiliki kesadaran mengenai pentingnya berwakaf uang untuk membantu dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lain.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, I. A., Nurwahidin, & Chailis, I. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Menyalurkan Donasi Melalui Platform Crowdfunding Berbasis Online. *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam Vol.5 No.1*.
- Badan Wakaf Indonesia. (2021).
- Fahlefi, R. (2018). Inklusi Keuangan Syariah melalui Inovasi Fintech di Sektor.
- Fajri, C. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Untuk Berwakaf Cash Waqf Linked Sukuk.
- Hair, J. F., Black, B., Babin, B., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2019). *Multivariate Data Analysis: Its Approach, Evolution, and Impact*. New Jersey: Pearson.
- Haryono, S. (2016). *Metode SEM untuk Penelitian Manajemen AMOS LISREL PLS*. Jakarta: PT Intermedia Personalia Utama.
- Kartika, I. (2020). Pengaruh Pendapatan Terhadap Minat Membayar Zakat Dengan Kesadaran Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Muzakki di BAZNAS Salatiga). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol. 6 No.01*.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2021, January 25). *Presiden Resmikan Peluncuran Gerakan Nasional Wakaf Uang dan Brand Ekonomi Syariah*. Retrieved from Kementerian Keuangan Republik Indonesia :

<https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/presiden-resmikan-peluncuran-gerakan-nasional-wakaf-uang-dan-brand-ekonomi-syariah/#:~:text=Presiden%20Resmikan%20Peluncuran%20Gerakan%20Nasional%20Wakaf%20Uang%20dan%20Brand%20Ekonomi%20Syariah,-25%2F01%2F2021&>

- Kurniawati, D. (2021). Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Terhadap Minat Berwakaf Uang Dengan Kesadaran Sebagai Variabel Intervening Pada Masyarakat Kota Palembang. *Jurnal Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang* .
- Kurniawati, D., Zainuddin, C., & Lidyah, R. (2021). Pengaruh Religiusitas dan Fundraising terhadap Minat Berwakaf Uang dengan Kesadaran Sebagai Variabel Intervening pada Pegawai Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sumatera Selatan. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial, dan Sains Vol. 10 No.1*.
- Nisa, K., & Anwar, M. K. (2019). Hubungan Pendapatan dan Sikap Masyarakat Muslim Kecamatan Semampir Surabaya Dengan Minat Membayar Wakaf Uang. *Jurnal Ekonomi Islam Vol. 2 No. 2*, 136-148.
- Puspitaningsih, F. (2017). Pengaruh Efikasi Diri dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Motivasi. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*.
- Rawanti, N., & Murtani, A. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Menunaikan Wakaf (Studi Di Badan Wakaf Indonesia Sumatera Utara. *Jurnal Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Vol. 1 No. 1*.
- Rusydiana, A. S., & Rahayu, S. S. (2019). Bagaimana Strategi Pengembangan Wakaf Tunai di Indonesia? *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 5, No. 1*, 15-33.
- Sofiana, L. (2021). Pengaruh Sanksi Pajak dan Tingkat Pendapatan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Kesadaran Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi Indonesia* .
- Undang-Undang Republik Indonesia No 41 Tahun 2004. (n.d.). *Undang-Undang Republik Indonesia No 41 Tahun 2004*. Retrieved from <https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/2004/41TAHUN2004UU.htm#:~:text=Dalam%20Undang%20Dundang%20ini%20yang,atau%20kesejahteraan%20umum%20menurut%20syariah.>

Analisis Pembentukan Portofolio Optimal Saham Pada Indeks PEFINDO i-Grade Menggunakan Model Indeks Tunggal

Azzahra Syantini¹⁾,

azzahra.syantini.ak18@mhs.pnj.ac.id

Sabar Warsini²⁾

sabar.warsini@akuntansi.pnj.ac.id

Program Studi Manajemen Keuangan Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

This study aims to identify stocks in the PEFINDO i-Grade index that are included in the optimal portfolio if formed with a single index model, calculate the composition of the optimal portfolio of stocks on the PEFINDO i-Grade index, and calculate the return and risk of the optimal portfolio on the PEFINDO i-Grade index. This type of research is descriptive with a quantitative approach. There were nineteen stocks in the PEFINDO i-Grade index sampled from January 2021 – April 2022, which formed an optimal portfolio with eleven stocks in it. This research proves that forming an optimal portfolio with a single index model is able to provide a maximum rate of return with minimal risk when compared to investing in individual stocks. The study resulted in an expected portfolio return of 6.32 percent and a portfolio risk of 0.05 percent. Risk-seeker investors are suitable for investing in this optimal portfolio, determined based on the beta of each optimal portfolio-forming stock.

Keywords: *Optimal Portfolio, PEFINDO i-Grade Index, Single Index Model, Risk-seeker Investors*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi saham-saham dalam indeks PEFINDO i-Grade yang masuk ke dalam portofolio optimal jika dibentuk dengan model indeks tunggal, menghitung komposisi dari portofolio optimal saham pada indeks PEFINDO i-Grade, dan menghitung return dan risiko dari portofolio optimal pada indeks PEFINDO i-Grade. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Terdapat sembilan belas saham dalam indeks PEFINDO i-Grade yang dijadikan sampel selama periode Januari 2021 – April 2022, yang membentuk portofolio optimal dengan sebelas saham di dalamnya. Penelitian ini membuktikan bahwa membentuk portofolio optimal dengan model indeks tunggal mampu memberikan tingkat pengembalian maksimal dengan risiko minimal apabila dibandingkan dengan investasi pada saham individu. Penelitian ini menghasilkan *expected return* portofolio sebesar 6,32 persen dan risiko portofolio sebesar 0,05 persen. Investor dengan profil risiko agresif yang toleran terhadap risiko cocok untuk berinvestasi pada portofolio optimal ini, ditentukan berdasarkan beta dari masing-masing saham pembentuk portofolio optimal.

Kata-Kata Kunci: Portofolio optimal, Indeks PEFINDO i-Grade, Model Indeks Tunggal, Investor Risiko Agresif

¹ Corresponding author. E-mail: azzahra.syantini.ak18@mhs.pnj.ac.id

PENDAHULUAN

Pada kuartal IV 2021, perekonomian Indonesia menunjukkan keberhasilan dalam pemulihan perekonomiannya selama masa pandemi COVID-19. Pertumbuhan dari kuartal III ke kuartal IV pada tahun 2021 adalah sebesar 1,06% (*quarter-on-quarter*) atau menjadi 5,02% (*year-on-year*) (bps.go.id, 2022). Salah satu faktor terjadinya pertumbuhan laju perekonomian adalah karena adanya peningkatan konsumsi rumah tangga sebesar 2,02% dan aktivitas investasi sebesar 4,49% secara keseluruhan. Peningkatan pada aktivitas investasi bergerak searah dengan peningkatan jumlah investor di Pasar Modal. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat sebanyak 7,48 juta masyarakat Indonesia telah menjadi investor di Pasar Modal Indonesia atau meningkat sebesar 92,99% dibandingkan dengan akhir tahun 2020 (ojk.go.id, 2021). Namun, kesadaran tentang literasi keuangan masih dinilai cukup rendah apabila dibandingkan dengan peningkatan jumlah investor di Pasar Modal Indonesia. Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dilakukan oleh OJK pada tahun 2019, baru sebanyak 38,03% dari masyarakat Indonesia yang memenuhi kriteria indeks literasi keuangan secara keseluruhan dan secara spesifik hanya sebanyak 4,92% yang memiliki literasi keuangan dalam Pasar Modal. Perbedaan antara jumlah investor di Pasar Modal Indonesia dengan hasil SNLIK mengindikasikan bahwa tidak semua investor di Pasar Modal Indonesia memiliki literasi yang cukup untuk dapat mengambil keputusan investasi yang berkualitas.

Untuk dapat mempermudah para investor maupun calon investor dalam membuat keputusan investasi, Bursa Efek Indonesia (BEI) sebagai penyelenggara Pasar Modal Indonesia menyediakan indeks saham yang dapat digunakan oleh seluruh pelaku pasar modal. Terdapat 40 indeks di BEI, salah satunya adalah indeks PEFINDO i-Grade. Indeks PEFINDO i-Grade (selanjutnya akan disebut indeks i-Grade) merupakan indeks yang mengukur kinerja harga saham dari 30 saham yang mendapatkan peringkat *investment grade* (idBBB- hingga idAAA) dari PT Pemeringkat Efek Indonesia (PEFINDO) dan tidak terlepas dari kriteria lainnya. Selama masa pandemi COVID-19, indeks i-Grade mengalami peningkatan. *return* dari indeks ini pada tahun 2020 adalah sebesar -4,4%. Pada tahun 2021, indeks i-Grade mengalami peningkatan menjadi 2,8%, dan terus meningkat per tanggal 31 Maret 2022 menjadi 11,8% (idx.co.id, 2022). Meskipun *return* dari suatu indeks terus mengalami peningkatan, hal tersebut tidak dapat dijadikan basis tunggal untuk membuat suatu keputusan. Profil risiko seorang investor juga merupakan salah satu penentu dari keputusan investasi. Profil risiko dari seorang investor digunakan untuk menentukan instrumen investasi yang akan dipilih dan juga digunakan dalam penyusunan strategi investasi (Saputra & Anastasia, 2013) karena pada hakikatnya, masing-masing investor memiliki profil risiko yang berbeda-beda. Selain itu, Safelia (2012) berpendapat bahwa dasar dari keputusan investasi terdiri dari tingkat *return* yang diharapkan, tingkat risiko, serta hubungan antara tingkat risiko dan *return* yang diharapkan. Untuk meminimalisir risiko investasi, investor dapat melakukan diversifikasi investasi atau pembentukan investasi portofolio dengan memilih kombinasi sejumlah aset sehingga risiko dapat diminimalkan (Ristianawati & Hartono, 2022). Portofolio optimal ini terbentuk dari kombinasi antara risiko dan *return* ekspektasi terbaik (Hartono, 2017). Pembuatan portofolio optimal dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai metode salah satunya adalah Model Indeks Tunggal. Dalam Model Indeks Tunggal adanya pergerakan *return* saham hanya dipengaruhi oleh pergerakan pasarnya (Zubir, 2011).

Penelitian mengenai analisis portofolio optimal dengan menggunakan model indeks tunggal sudah banyak dilakukan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2017) mengenai Analisis Pembentukan Portofolio Optimal Menggunakan Model Indeks Tunggal untuk Pengambilan Keputusan Investasi (Saham Lq-45 Di Bursa Efek Indonesia) yang menghasilkan tingkat risiko portofolio lebih tinggi dibandingkan tingkat *expected return* portofolionya, namun menurut penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo & Suarjaya (2020), Wahyuni & Darmayanti (2019), Firdaus, Anah, & Nadira (2018), serta penelitian Sa'diyah (2018), hasil dari tingkat ekspektasi *return* portofolio lebih tinggi dibandingkan risiko portofolio. Hasil penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa berinvestasi pada saham portofolio optimal menghasilkan risiko yang lebih minim dan *expected return* yang lebih tinggi apabila dibandingkan dengan melakukan investasi pada saham individual.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah yang akan diteliti adalah penggunaan model indeks tunggal dalam membentuk sebuah portofolio optimal agar dapat memperoleh tingkat *return* yang paling menguntungkan. Penentuan investor berdasarkan profil risikonya dan diukur dengan melihat

masing-masing beta saham pembentuk portofolio optimal. Serta bagaimana para investor dapat menentukan proporsi dana yang akan diinvestasi pada saham-saham kandidat portofolio optimal agar mendapatkan tingkat *return* yang paling menguntungkan.

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka pertanyaan dari penelitian ini adalah: (1) Saham-saham dalam indeks PEFINDO i-Grade apa saja yang masuk ke dalam portofolio optimal jika dibentuk dengan model indeks tunggal?; (2) Bagaimana komposisi portofolio optimal saham pada indeks PEFINDO i-Grade?; (3) Seberapa besar tingkat pengembalian yang diharapkan dan tingkat risiko dari portofolio optimal saham pada indeks PEFINDO i-Grade?; dan (4) Investor dengan profil risiko apa yang cocok untuk berinvestasi dalam portofolio optimal pada indeks PEFINDO i-Grade?

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Untuk mengidentifikasi saham-saham dalam indeks PEFINDO i-Grade yang masuk ke dalam portofolio optimal jika dibentuk dengan model indeks tunggal; (2) Untuk menghitung komposisi dari portofolio optimal saham pada indeks PEFINDO i-Grade; (3) Untuk menghitung *return* dan risiko dari portofolio optimal pada indeks PEFINDO i-Grade; dan (4) Untuk mengetahui profil risiko investor yang cocok untuk berinvestasi dalam Portofolio Optimal indeks PEFINDO i-Grade.

1. TINJAUAN PUSTAKA

Investasi

Menurut Nuzula & Nurlaily (2020), investasi adalah proses mengelola dana atau menanamkan dana di masa sekarang dengan harapan akan menerima sejumlah aliran pembayaran yang menguntungkan di masa depan. Menurut Hidayati (2017), investasi dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat baik secara individu, kelompok, maupun negara. Namun tujuan investasi secara khusus adalah untuk mendapatkan kehidupan yang lebih layak di masa depan, untuk mengurangi tekanan inflasi, dan untuk menghemat pajak (Herlianto, 2013).

Profil Risiko Investor

Dalam berinvestasi, seorang investor dapat memilih untuk menginvestasikan dananya pada berbagai aset, baik aset yang berisiko maupun aset yang bebas risiko, ataupun kombinasi dari keduanya (Hartono, 2017). Biasanya, kemampuan menanggung risiko dari seorang investor bergerak searah dengan tujuan investasinya (Azis, Mintarti, & Nadir, 2015). Seorang investor yang menanggung risiko yang lebih tinggi tentu mengharapkan imbal hasil yang tinggi juga, begitu juga sebaliknya. Kemampuan investor dalam menanggung risiko dapat disebut juga sebagai profil risiko investor. Profil risiko dari seorang investor digunakan untuk menentukan instrumen investasi yang akan dipilih dan juga digunakan dalam penyusunan strategi investasi (Saputra & Anastasia, 2013).

Menurut Azis, Mintarti, & Nadir (2015) terdapat tiga macam profil risiko seseorang dalam menanggung risiko, yakni *risk-averse* atau tipe investor yang berani mengambil risiko, *risk-moderate* atau tipe investor yang hanya berani menanggung risiko sebanding dengan *return* yang akan diperolehnya, serta *risk-seeker* atau tipe investor yang takut atau enggan menanggung risiko.

Saham

Menurut Hartono (2017), saham adalah tanda kepemilikan dari perusahaan yang mewakili kepada manajemen untuk menjalankan operasi perusahaan. Terdapat dua jenis saham yakni saham preferen dan saham biasa. Soebiantoro (2021) mendefinisikan saham preferen sebagai saham dengan nilai bagi hasil yang tetap dan jika perusahaan mengalami kerugian (bangkrut), maka pemegang saham preferen akan diutamakan untuk menerima pendapatan dari penjualan aset perusahaan dibandingkan pemegang saham biasa. Sedangkan saham biasa menurut Amalia & Kartikasari (2016) menempatkan pemilikinya paling terakhir terhadap pembagian dividen dan hak atas harta kekayaan perusahaan apabila perusahaan tersebut dilikuidasi.

Indeks PEFINDO i-Grade

Menurut Bursa Efek Indonesia (2021), indeks saham adalah indikator statistik yang mencerminkan harga keseluruhan dari kelompok saham yang dipilih dan dinilai secara teratur berdasarkan kriteria dan metode tertentu. Indeks-indeks dalam BEI diklasifikasikan menjadi empat macam yaitu Indeks *Headline* yang dijadikan sebagai acuan utama untuk menggambarkan kinerja pasar modal, Indeks Sektor yang

menghitung kinerja pergerakan harga saham-saham di suatu kelompok sektor industri, Indeks Tematik yang menghitung kinerja pergerakan harga saham-saham dengan tema tertentu, Indeks Faktor yang menghitung kinerja pergerakan harga saham-saham dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang mendukung keputusan investasi, seperti ukuran, valuasi, momentum, volatilitas, fundamental, dan dividen.

Terdapat 40 indeks yang terdaftar di BEI, salah satunya adalah PEFINDO *Investment Grade Index* (indeks PEFINDO i-Grade). Indeks i-Grade adalah indeks harga saham yang masuk ke dalam indeks tematik yang diluncurkan pada tanggal 21 Desember 2017, indeks ini terdiri dari perusahaan yang tercatat di BEI dan telah menerima *investment grade* dari peringkat idAAA hingga idBBB- oleh PT Pemingkat Efek Indonesia (PEFINDO) dan tidak terlepas dari aspek hukum, kapitalisasi pasar, dan likuiditas perusahaannya. PEFINDO bekerja sama dengan BEI, meninjau konstituen indeks setiap enam bulan, pada bulan Juni dan Desember. Indeks ini bertujuan untuk memberikan pandangan kepada investor tentang perusahaan yang memiliki peringkat investasi dalam jangka waktu tertentu untuk memberikan tolok ukur bagi praktisi pasar modal Indonesia (pefindo.com, 2022)

Return dan Risiko Saham

Menurut Hadi (2013), *return* adalah tingkat keuntungan yang dinikmati oleh pemodal atas suatu investasi yang dilakukannya. Dalam konteks manajemen investasi, perlu dibedakan antara *return* realisasi (*realized return*) atau *return* ekspektasi (*expected return*). *Return* realisasi merupakan *return* yang sudah terjadi, sedangkan *return* ekspektasi adalah *return* yang diharapkan akan diperoleh oleh investor di masa mendatang (Hartono, 2014).

Perbedaan antara pengembalian yang diharapkan dan pengembalian yang diterima adalah risiko investasi yang harus selalu menjadi bahan pertimbangan dalam proses investasi. Risiko investasi di pasar modal pada dasarnya terdiri atas risiko sistematis (*systematic risk*) dan risiko tidak sistematis (*unsystematic risk*) (Sembiring, 2017). Risiko sistematis merupakan risiko yang dipengaruhi oleh faktor-faktor makro yang dapat mempengaruhi pasar secara keseluruhan. Risiko tidak sistematis merupakan risiko yang dapat dihilangkan dengan melakukan diversifikasi. Berdasarkan kajian matematis yang dilakukan oleh Nurdiawan, Kurniati, & Suhaedi (2015), risiko portofolio memiliki pengaruh positif terhadap *return* ekspektasi. Artinya semakin besar pengembalian yang diharapkan, maka semakin besar juga risiko yang akan dihadapi oleh investor, begitu juga sebaliknya.

Diversifikasi Investasi dan Portofolio Optimal

Konsep dasar dari teori portofolio dikenal dengan diversifikasi investasi, yang mengajarkan bagaimana mengombinasikan berbagai saham ke dalam suatu portofolio sehingga menghasilkan keuntungan yang optimal dan risiko tertentu atau memperoleh keuntungan tertentu dan risiko minimal (Fahmi, 2015). Melakukan investasi dengan membentuk portofolio cenderung lebih menguntungkan jika dibandingkan dengan menginvestasikan seluruh modal hanya pada satu bentuk investasi, dikarenakan adanya diversifikasi aset dengan tujuan untuk mengurangi risiko (Safelia, 2012).

Portofolio yang optimal akan berisi dengan saham-saham yang mempunyai nilai *Excess Return to Beta Ratio* (ERB) yang tinggi. Saham-saham dengan nilai rasio ERB yang rendah tidak akan dimasukkan ke dalam portofolio optimal (Sembiring, 2017). Portofolio optimal dapat ditentukan dengan berbagai macam metode, salah satunya adalah model indeks tunggal.

Model Indeks Tunggal

Model indeks tunggal merupakan penyederhanaan dari Model Markowitz yang dikembangkan oleh William Sharpe. Model Indeks Tunggal menggunakan konsep pengukuran kombinasi terbaik antara *excess return* tertinggi dengan risiko terkecil dengan asumsi bahwa hanya terdapat faktor tunggal yang mempengaruhi pergerakan harga saham, yaitu pasar (Hartono, 2014; Zubir, 2011). Dalam hal ini, apabila pasar (permintaan) bergerak naik maka harga saham juga akan naik, begitu juga sebaliknya. Berikut merupakan persamaan model indeks tunggal dalam mengestimasi *return* dari suatu portofolio (Hartono, 2014):

$$R_i = \alpha_i + \beta_i \cdot R_M + e_i \quad (3)$$

2. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang banyak menggunakan angka-angka untuk mengumpulkan data hingga menginterpretasikan data yang diperoleh dan menyajikan hasilnya (Arikunto, 2016). Metode ini digunakan untuk dapat menganalisis pembentukan portofolio optimal pada saham yang terdaftar dalam indeks PEFINDO i-Grade dengan menggunakan Model Indeks Tunggal.

Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah saham-saham dalam indeks PEFINDO i-Grade yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Indeks PEFINDO i-Grade dipilih sebagai objek penelitian dikarenakan indeks tersebut mengukur kinerja harga saham emiten yang mendapatkan *investment grade* dari idAAA hingga idBBB- oleh PT Pemingkat Efek Indonesia (PEFINDO).

Metode Pengambilan Sampel

Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sehingga data yang diperoleh lebih representatif dengan melakukan proses penelitian yang kompeten dibidangnya (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah saham-saham dalam indeks PEFINDO i-Grade. Pemilihan sampel dilakukan dengan kriteria: (1) Saham-saham yang menjadi konstituen dalam indeks PEFINDO i-Grade selama periode Januari - Juni 2021, Juli – Desember 2021, dan Januari – Juni 2022 secara berturut-turut; (2) Perusahaan yang memiliki kelengkapan data laporan keuangan selama periode penelitian yakni Januari 2021 – April 2022; dan (3) Perusahaan yang tidak melakukan aksi korporasi selama periode penelitian.

Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang merupakan data sekunder. Artinya, data dinyatakan dalam bentuk numerik dan menunjukkan nilai besarnya variabel yang diwakilinya yang diambil dari data yang memberikan informasi secara langsung kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2014). Data sekunder yang digunakan adalah data saham yang terdaftar ke dalam indeks PEFINDO i-Grade antara tahun 2021 sampai dengan Semester I 2022, data laporan keuangan perusahaan serta kapitalisasi pasar yang diperoleh dari situs BEI, data penutupan harga saham-saham terpilih yang diperoleh dari situs *Yahoo Finance*, dan data tingkat suku bunga Bank Indonesia selama periode 2021- April 2022 yang diperoleh dari situs Bank Indonesia.

Metode Pengambilan Data Penelitian

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi literatur dan dokumentasi yakni pengumpulan data dilakukan dengan menelaah buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang memiliki hubungan dengan masalah yang akan dipecahkan, informasi juga dikumpulkan dari catatan penting baik dari lembaga atau organisasi maupun dari perorangan (Nazir, 2013; Hamidi, 2014). Data dalam penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan yang diperoleh melalui situs BEI maupun situs resmi dari perusahaan tersebut, harga penutupan yang telah disesuaikan (*adjusted close price*) dari saham terpilih yang diperoleh melalui situs *Yahoo Finance*, dan data suku bunga Bank Indonesia dari situs Bank Indonesia.

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan Model Indeks Tunggal untuk membentuk Portofolio Optimal, dan proses perhitungannya dilakukan dengan menggunakan program *Microsoft Excel*. Tahap analisis data pembentukan Portofolio Optimal dengan Model Indeks Tunggal adalah sebagai berikut: (1) Mengumpulkan data historis yang merupakan data harian penutupan harga saham dan IHSG yang telah disesuaikan serta tingkat suku bunga Bank Indonesia (*BI Rate*) selama periode penelitian Januari 2021 – April 2022. (2) Menghitung *realized return* saham dan *expected return* saham.

Realized Return Saham

(3)

$$R_i = \frac{P_t - P_{t-1}}{P_{t-1}}$$

Expected Return Saham

$$E(R_i) = \frac{\sum_{t=1}^n R_{it}}{n} \quad (4)$$

- 3) Menghitung *Realized Return* Pasar dan *Expected Return* Pasar
Realized Return Pasar

$$R_{(M,t)} = \frac{IHSG_t - IHSG_{t-1}}{IHSG_{t-1}} \quad (5)$$

Expected Return Pasar

$$E(R_M) = \frac{\sum_{t=1}^n R_M}{n} \quad (6)$$

- 4) Menghitung Risiko Saham dan Risiko Pasar
 Risiko Saham

$$\sigma_i = \sqrt{\frac{\sum_{j=1}^n [R_i - E(R_i)]^2}{n - 1}} \quad (7)$$

Risiko Pasar

$$\sigma_M = \sqrt{\frac{\sum_{j=1}^n [R_M - E(R_M)]^2}{n - 1}} \quad (8)$$

- 5) Menghitung Beta dan Alpha saham
 Beta Saham (β_i)

$$\beta_i = \frac{\sigma_{iM}}{\sigma_M^2} \quad (9)$$

Alpha Saham (α_i)

$$\alpha_i = E(R_i) - (\beta_i \cdot E(R_M)) \quad (10)$$

- 6) Menghitung Varians dari Kesalahan Residu

$$\sigma_{ei^2} = \frac{\sum_{t=1}^n [R_i - \alpha_i - \beta_i(R_M)]^2}{n - 1} \quad (11)$$

- 7) Menghitung *Return Aset Bebas Risiko*

Return aset bebas risiko pada penelitian ini menggunakan Suku Bunga Bank Indonesia (*BI Rate*) dari periode Januari 2021 – April 2022 yang dirata-ratakan dengan 365 karena data historis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data harian.

- 8) Menghitung *Excess Return to Beta* (ERB)

$$ERB_i = \frac{E(R_i) - R_{BR}}{\beta_i} \quad (12)$$

- 9) Menghitung *Cut-Off Rate* (C_i) dan *Cut-Off Point* (C^*)

C_i dapat dihitung dengan tahapan sebagai berikut:

$$A_i = \frac{[E(R_i) - R_{BR}] \cdot \beta_i}{\sigma_{ei^2}} \quad (13)$$

$$B_i = \frac{\beta_i^2}{\sigma_{ei^2}} \quad (14)$$

Selanjutnya, setelah menemukan nilai A_i dan B_i yang merupakan variabel pembantu untuk menghitung *cut-off point*. Hasil perhitungan kumulatif A_i dan B_i dapat dimasukkan ke dalam rumus C_i yakni sebagai berikut:

$$C_i = \frac{\sigma_M^2 \cdot \sum_{j=1}^i A_j}{1 + \sigma_M^2 \cdot \sum_{j=1}^i B_j}$$

Menurut Hartono (2017), besarnya *cut-off point* dapat ditentukan dengan melihat nilai *cut-off rate* yang terbesar.

- 10) Menentukan kandidat portofolio optimal

Kandidat saham dapat masuk ke dalam portofolio optimal apabila memiliki ERB yang lebih tinggi dari nilai *cut-off point*.

- 11) Menghitung proporsi saham dalam portofolio optimal

Proporsi saham dalam portofolio optimal baru dapat diukur setelah portofolio optimal sudah terbentuk dengan tahapan rumus berikut:

$$Z_i = \frac{\beta_i}{\sigma_{ei}^2} (ERB_i - C^*) \quad (16)$$

$$W_i = \frac{Z_i}{\sum_{j=1}^k Z_j}$$

- 12) Menghitung Beta dan Alpha Portofolio
Beta Portofolio (β_p)

$$\beta_p = \sum_{i=1}^n W_i \cdot \beta_i \quad (17)$$

Alpha Portofolio (α_p)

$$\alpha_p = \sum_{i=1}^n W_i \cdot \alpha_i \quad (19)$$

- 13) Mengukur *expected return* dan risiko portofolio
Expected Return Portofolio

$$E(R_p) = \alpha_p + \beta_p \cdot E(R_M) \quad (20)$$

Risiko Portofolio

$$\sigma_p^2 = \beta_p^2 \cdot \sigma_M^2 + \left(\sum_{i=1}^n W_i \cdot \sigma_{ei} \right)^2 \quad (21)$$

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Seiring dengan mulai bertambahnya pilihan emiten saham dan juga tingginya aktivitas perdagangan saham di bursa, BEI bekerja sama dengan PEFINDO selaku perusahaan peneringkat efek meluncurkan indeks yang dinamakan indeks PEFINDO i-Grade agar dapat membantu para investor maupun calon investor dalam membuat keputusan berinvestasi karena konstituen yang masuk ke dalam indeks i-Grade merupakan perusahaan-perusahaan yang sudah pernah diperingkat efeknya oleh PEFINDO dan memperoleh peringkat minimal idBBB hingga idAAA. Indeks i-Grade. Pemilihan kriteria saham berdasarkan indeks i-Grade dilakukan setiap enam bulan sesuai dengan ketentuan surat yang dikeluarkan oleh BEI, yaitu pada bulan Januari dan Juli. Kriteria dari indeks i-Grade mencakup peringkat perusahaan, aspek legal, kapitalisasi pasar, dan likuiditas dari konstituennya.

Berdasarkan hal tersebut, indeks i-Grade dipilih menjadi objek penelitian dan pengambil sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah saham-saham yang berada dalam indeks i-Grade selama Januari 2021 – Juni 2022 secara berturut-turut, telah mempublikasikan laporan tahunan tahun 2021, dan tidak melakukan aksi korporasi. Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan untuk memilih sampel penelitian, diperoleh 19 saham yang memenuhi kriteria sampel yakni BBNI, BBRI, BBTN, BJBR, BMRI, BRPT, BSDE, ELSA, HEAL, INKP, ISAT, JSMR, MDKA, MYOR, PTPP, SMGR, TINS, TLKM, dan TPIA.

Sampel-sampel ini selanjutnya akan diteliti menggunakan data harga saham *adjusted close price* harian serta harga pasar IHSG selama periode Januari 2021 – April 2022. Data-data historis ini digunakan untuk menghitung *realized* dan *expected return* saham, risiko saham, serta beta dan alpha saham seperti pada Tabel 1. dan *realized return* pasar, *expected return* pasar, serta risiko

pasar. Hasil perhitungan *realized return* dan *expected return* yang diperoleh oleh IHSG adalah masing-masing sebesar 0,209 dan 0,001 dengan risiko sebesar 0,008. Selain itu, data historis lain yang digunakan adalah data historis dari Suku Bunga Bank Indonesia selama periode penelitian yang selanjutnya dibagi 365 hari karena data historis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data harian. *Return* harian dari Suku Bunga Bank Indonesia selanjutnya digunakan untuk mencari *Return* aset bebas risiko dengan cara menjumlahkan rata-rata suku bunga (*BI Rate*) selama periode penelitian dibagi dengan jumlah periode penelitian. Berdasarkan data yang telah diolah menggunakan rumus tersebut, maka diperoleh R_{BR} sebesar 0.000097.

Tabel 1. Perhitungan *Realized* dan *Expected Return* Saham, Risiko Saham, Beta dan Alpha Saham

No.	Kode	Ri	E(Ri)	σ_i	β_i	α_i
1	BBNI	0.533	0.002	0,02007	1,58105	0,00054
2	BBRI	0.241	0.002	0,01887	1,34664	0,00001
3	BBTN	0.084	0.001	0,02246	1,54504	- 0,00046
4	BJBR	0.083	0.003	3,56464	-0,74769	0,19583
5	BMRI	0.533	-0.001	0,01782	1,28573	0,00068
6	BRPT	-0.225	0.000	0,03049	1,58035	- 0,00130
7	BSDE	-0.212	0.001	0,02193	1,34198	- 0,00132
8	ELSA	-0.138	0.196	0,02715	1,27191	- 0,00088
9	HEAL	0.994	0.000	0,01842	0,14388	0,00220
10	INKP	-0.269	0.001	0,03100	1,90319	- 0,00167
11	ISAT	0.544	0.000	0,03177	1,14569	0,00112
12	JSMR	-0.130	0.002	0,02087	1,11814	- 0,00090
13	MDKA	1.181	0.001	0,03167	1,40628	0,00202
14	MYOR	-0.339	0.001	0,01805	0,62084	- 0,00149
15	PTPP	-0.499	0.000	0,03086	1,83443	- 0,00278
16	SMGR	-0.461	-0.002	0,02404	1,47847	- 0,00253
17	TINS	0.249	-0.002	0,03704	2,08122	0,00006
18	TLKM	0.466	0.000	0,01779	1,02078	0,00070
19	TPIA	0.118	0.000	0,02249	1,00352	- 0,00003

Sumber: www.finance.yahoo.com. Diakses tanggal 25 Juni 2022, pukul 11.00 WIB, Diolah 2022

Data historis yang telah diolah selanjutnya digunakan untuk menentukan kandidat saham pembentuk portofolio optimal dengan tahapan menghitung *excess return to beta*, menghitung *cut-off point*, dan menentukan *cut-off rate*. Dapat dilihat pada Tabel 2. kandidat dari pembentukan portofolio optimal menggunakan model indeks tunggal atas saham-saham dalam indeks PEFINDO i-Grade selama periode Januari 2021 – April 2022 adalah BBNI, BBRI, BBTN, BMRI, HEAL, ISAT, MDKA, TINS, TLKM, dan TPIA.

Tabel 2. Tahapan Penentuan Kandidat Pembentuk Portofolio Optimal

No.	Kode	ERB	σ_{ei}^2	A _i	B _i	C _i	C*	Kandidat
1	BBNI	0,00090	0,00024	5,9769	10.518,84	0,00023	0.00025	Kandidat
2	BBRI	0,00055	0,00024	1,2810	7.681,60	0,00022	0.00025	Kandidat
3	BBTN	0,00026	0,00035	-0,5353	6.881,31	0,00017	0.00025	Kandidat
4	BJBR	-0,26116	12,70662	-0,0115	0,04	0,00017	0.00025	
5	BMRI	0,00107	0,00021	5,2827	7.936,66	0,00025	0.00025	Kandidat
6	BRPT	-0,00027	0,00076	-1,9507	3.266,38	0,00020	0.00025	
7	BSDE	-0,00044	0,00036	-4,1298	4.977,10	0,00010	0.00025	
8	ELSA	-0,00015	0,00063	-1,4372	2.567,75	0,00008	0.00025	
9	HEAL	0,01527	0,00034	0,7132	61,23	0,00009	0.00025	Kandidat
10	INKP	-0,00031	0,00072	-2,9260	5.021,46	0,00004	0.00025	

11	ISAT	0,00151	0,00092	1,5066	1.422,66	0,00006	0.00025	Kandidat
12	JSMR	-0,00027	0,00035	-2,6200	3.540,91	0,00002	0.00025	
13	MDKA	0,00199	0,00087	3,6686	2.267,37	0,00007	0.00025	Kandidat
14	MYOR	-0,00194	0,00030	-3,5710	1.283,51	0,00002	0.00025	
15	PTPP	-0,00095	0,00073	-5,7005	4.611,54	-0,00006	0.00025	
16	SMGR	-0,00116	0,00043	-7,6200	5.042,15	-0,00015	0.00025	
17	TINS	0,00060	0,00109	1,4018	3.988,34	-0,00012	0.00025	Kandidat
18	TLKM	0,00121	0,00025	2,9548	4.205,66	-0,00009	0.00025	Kandidat
19	TPIA	0,00050	0,00044	-0,0529	2.292,30	-0,00008	0.00025	Kandidat

Sumber: Diolah Penulis

Setelah memperoleh 10 saham kandidat dari 19 saham sampel yang masuk ke dalam portofolio optimal, selanjutnya pembagian komposisi dana masing-masing saham kandidat yang dapat ditentukan dengan menghitung Z_i dan W_i dari saham-saham tersebut. Tabel 3. menunjukkan rangkuman hasil pembagian komposisi dana dari portofolio optimal.

Tabel 3. Pembagian Komposisi Dana Portofolio Optimal

Kode	Z_i	W_i	Bobot ($W_i\%$)
BBNI	5,97101	0,16701	16,70%
BBRI	3,15646	0,08829	8,83%
BBTN	1,15415	0,03228	3,23%
BMRI	6,60817	0,18484	18,48%
HEAL	6,49641	0,18171	18,17%
ISAT	1,87908	0,05256	5,26%
MDKA	3,20543	0,08966	8,97%
TINS	1,15273	0,03224	3,22%
TLKM	4,99589	0,13974	13,97%
TPIA	5,97101	0,16701	16,70%
Σ	35,75149	1,00000	100,00%

Sumber: Diolah Penulis

Pembagian komposisi saham portofolio optimal juga dapat digunakan untuk mengukur *expected return* dan risiko dari portofolio optimal yang telah dibentuk. Untuk dapat menghitung *expected return* dan risiko dari portofolio yang sudah dibentuk, perlu diketahui terlebih dahulu beta dan alpha dari portofolio tersebut. Setelah mendapatkan hasil perhitungan dari alpha portofolio dan beta portofolio, seperti pada Tabel 4. maka, selanjutnya dapat dilakukan pengukuran *expected return* portofolio dan risiko portofolio dengan hasil masing-masing sebesar 6,32% dan 0,05%.

Tabel 4 Hasil Perhitungan Beta Portofolio dan Alpha Portofolio

Kode	A_p	B_p
BBNI	0,00009	0,26406
BBRI	0,00000	0,11889
BBTN	-0,00001	0,04988
BMRI	0,00013	0,23765
HEAL	0,01213	0,02614
ISAT	0,02137	0,06022
MDKA	0,02258	0,12608
TINS	0,00199	0,06710
TLKM	0,00504	0,14264
TPIA	-0,00080	0,03178
Σ	0,06252	1,12445

Sumber: Diolah Penulis

Pembahasan Penelitian

Return dan risiko dalam berinvestasi merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Namun, risiko dapat diminimalisasi dengan melakukan diversifikasi investasi, dalam hal ini adalah pembentukan portofolio optimal menggunakan model indeks tunggal.

Pembentukan portofolio optimal menggunakan model indeks tunggal dapat ditentukan berdasarkan besarnya *excess return to beta* (ERB) yang dibandingkan dengan *cut-off point* (C^*). Apabila nilai ERB dari suatu saham lebih besar dari nilai *cut-off point*, maka saham tersebut dapat dijadikan kandidat portofolio optimal. Dengan syarat penentuan kandidat portofolio optimal tersebut maka dalam penelitian ini terdapat 10 saham dari 19 saham yang memenuhi syarat, yakni BMRI, HEAL, BBNI, TLKM, MDKA, BBRI, ISAT, BBTN, TINS, dan TPIA.

Selanjutnya, untuk dapat menghasilkan *return* maksimal dan risiko minimal, maka perlu dilakukan pembobotan komposisi saham yang dapat dihitung dengan perhitungan matematis. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, maka saham yang mendapatkan proporsi terbesar adalah BMRI dengan bobot sebesar 18,48 persen, Kemudian, saham HEAL dengan proporsi dana 18,17 persen, BBNI sebesar 16,70 persen, TPIA sebesar 16,70 persen, TLKM sebesar 13,97 persen, MDKA sebesar 8,97 persen, BBRI sebesar 8,83 persen, ISAT sebesar 5,26 persen, BBTN sebesar 3,23 persen, dan TINS sebesar 3,22 persen. Dari hasil pembagian komposisi saham pembentuk portofolio optimal, maka dapat dilakukan pengukuran *expected return* dan risiko portofolio dengan hasil *expected return* portofolio sebesar 6,32 persen dan risiko sebesar 0,05 persen. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu dari Prasetyo & Suarjaya (2020), Darmayanti & Wahyuni (2019), Anah, Firdaus, & Nadira (2018), Sa'diyah (2015) yang menghasilkan *expected return* portofolio lebih tinggi dibandingkan risiko portofolio yang terbentuk.

Berdasarkan dari perhitungan data historis sampel, saham-saham pembentuk portofolio optimal memiliki mayoritas beta saham di atas satu seperti saham BMRI, BBNI, TLKM, MDKA, BBRI, ISAT, TINS, BBTN, dan TPIA. Sedangkan, hanya terdapat satu saham dengan beta di bawah satu yakni beta dari saham HEAL. Hal ini mengindikasikan bahwa saham-saham pembentuk portofolio optimal ini memiliki risiko yang tidak dapat didiversifikasi yang tinggi karena semakin tinggi beta suatu saham maka semakin tinggi juga pengaruh dari pergerakan pasar terhadap pergerakan saham. Berdasarkan hal tersebut, maka investor yang cocok untuk berinvestasi dalam portofolio optimal yang dibentuk dari saham-saham yang masuk ke dalam indeks PEFINDO i-Grade adalah investor yang bersedia untuk menanggung risiko yang tinggi atau seorang investor *risk-seeker*.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dari pembentukan portofolio optimal dengan menggunakan model indeks tunggal terhadap saham-saham dalam indeks PEFINDO i-Grade selama periode Januari 2021 – April 2022, diperoleh kesimpulan yakni sebagai berikut:

- a. Terdapat 10 (sepuluh) saham dari 19 (sembilan belas) saham yang menjadi kandidat portofolio optimal, yakni BMRI, HEAL, BBNI, TLKM, MDKA, BBRI, ISAT, BBTN, TINS, dan TPIA.
- b. Komposisi portofolio optimal agar dapat menghasilkan *return* dan risiko yang terbaik adalah dengan berinvestasi terhadap saham BMRI dengan proporsi dana 18,48 persen, HEAL sebesar 18,17 persen, BBNI sebesar 16,70 persen, TLKM sebesar 13,97 persen, MDKA sebesar 8,97 persen, BBRI sebesar 8,83 persen, ISAT sebesar 5,26 persen, BBTN sebesar 3,23 persen, TINS sebesar 3,22 persen, dan TPIA sebesar 3,17 persen.
- c. Portofolio optimal yang dibentuk dengan menggunakan model indeks tunggal menghasilkan *expected return* sebesar 6,32 persen dan risiko dari portofolio ini sebesar 0,05 persen.
- d. Investor dengan profil risiko *risk-seeker* sangat cocok untuk berinvestasi pada portofolio optimal yang telah dibentuk karena mayoritas beta saham dari saham pembentuk portofolio optimal adalah di atas satu.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, A. D., & Kartikasari, D. (2016). Analisis Perbandingan Kinerja Saham Perusahaan Manufaktur Terindeks Syariah dan Konvensional. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi, dan Manajemen Bisnis*, 4(2), 128-135.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azis, M., Mintarti, S., & Nadir, M. (2015). *Manajemen Investasi: Fundamental, Teknikal, Perilaku Investor, dan Return Saham*. Yogyakarta: Deepublish.
- bps.go.id. (2022). *Ekonomi Indonesia Triwulan IV 2021 Tumbuh 5,02 Persen (y-on-y)*. Dipetik Februari 20, 2022, dari Badan Pusat Statistik: <https://www.bps.go.id/pressrelease/2022/02/07/1911/ekonomi-indonesia-triwulan-iv-2021-tumbuh-5-02-persen--y-on-y-.html>
- Fahmi, I. (2015). *Pengantar Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Bandung : Alfabeta.
- Firdaus, I., Anah, S., & Nadira, F. (2018). Analisis Pembentukan Portofolio Optimal menggunakan Model Indeks Tunggal (Studi Kasus: Saham LQ 45 yang Terdaftar di BEI Tahun 2012 - 2016). *Jurnal Ekonomi*, 23(2), 203-225.
- Hadi, N. (2013). *Pasar Modal Acuan Teoritis dan Praktik Investasi di Instrumen Keuangan Pasar Modal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hartono, J. (2014). *Teori dan Praktik Portofolio dengan Excel*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hartono, J. (2017). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi* (11 ed.). Yogyakarta: BPPE.
- Herlianto, D. (2013). *Manajemen Investasi Plus Jurus Mendeteksi Investasi Bodong*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Hidayati, A. N. (2017). Investasi: Analisis dan Relevansinya dengan Ekonomi Islam. *Malia Jurnal Ekonomi Islam*, 8(2), 227-242.
- idx.co.id. (2022, Februari). *Factsheet Indeks PEFINDO i-Grade per Februari 2022*. Dipetik Maret 13, 2022, dari Bursa Efek Indonesia: https://www.idx.co.id/media/10860/27_fs-i-grade-2022-02.pdf
- Nurdiawan, W., Kurniati, E., & Suhaedi, D. (2015). Analisis Hubungan Return dan Risiko Suatu Investasi Berdasarkan Fungsi Linear dengan Menggunakan Capital Asset Pricing Model. *Prosiding Penelitian SPeSIA*, 1(1), 30-37.
- Nuzula, N. F., & Nurlaily, F. (2020). *Dasar-Dasar Manajemen Investasi*. Malang: UB Press.
- ojk.go.id. (2020, Desember 1). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2019*. Retrieved Maret 13, 2022, from Otoritas Jasa Keuangan: <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-2019.aspx>
- ojk.go.id. (2021, Desember 30). *Pasar Modal Indonesia Menguat Dorong Pemulihan Ekonomi*. Dipetik Februari 13, 2022, dari Otoritas Jasa Keuangan: <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Pasar-Modal-Indonesia-Menguat-Dorong-Pemulihan-Ekonomi.aspx#:~:text=Dari%20sisi%20demand%2C%20OJK%20juga,hanya%20sebesar%203%2C88%20juta>.
- pefindo.com. (2022, Januari). *i-Grade Press Release January 2022 - June 2022*. Dipetik Februari 25, 2022, dari PT Pemeringkat Efek Indonesia: <https://www.pefindo.com/fileman/file/1141>
- Ristianawati, Y., & Hartono, S. B. (2022). Determinasi Tantangan FI, Manfaat FI, dan Realisasi FI pada Strategy Agility Diversifikasi Investasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(01), 699-706.
- Sa'diyah, C. (2018). Pembentukan Portofolio Optimal pada Beberapa Saham yang Masuk pada Indeks PEFINDO25 yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia. *Manajemen Bisnis*, 5(1), 61-70.
- Safelia, N. (2012). Konsep Dasar Keputusan Investasi dan Portofolio. *Mankeu*, 1(3), 217-226.
- Saputra, H. I., & Anastasia, N. (2013). Jenis Investasi Berdasarkan Profil Risiko. *FINESTA*, 1(2), 47-52.
- Sembiring, J. (2017). *Analisis Pembentukan Portofolio Optimal Menggunakan Model Indeks Tunggal untuk Pengambilan Keputusan Investasi (Saham LQ-45 di Bursa Efek Indonesia)*. Medan: Universitas Sumatera Selatan.
- Soebiantoro, U. (2021). Perdagangan Saham yang Paling Moncer dalam Masa Pandemi COVID 19. *Jurnal Ilmu Ekonomi Pembangunan*, 15(1), 48-56.

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wahyuni, N. C., & Darmayanti, N. P. (2019). Pembentukan Portofolio Optimal Berdasarkan Model Indeks Tunggal pada Saham Indeks IDX30 di BEI. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(6), 3814-3842.
- Zubir, Z. (2011). *Manajemen Portofolio: Penerapannya dalam Investasi Saham*. Jakarta: Salemba Empat.

Pengaruh Literasi Keuangan, Pengetahuan Investasi dan Pendapatan Terhadap Perilaku Keputusan Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa Di Jabodetabek

Budi Muhammad¹⁾, Mia Andika, Shum.,MM²⁾

¹⁾budi.muhammad.ak18@mhs.w.pnj.ac.id, Mahasiswa Program Studi Manajemen Keuangan (D4) Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Indonesia

²⁾mia.andikasari@akuntansi.pnj.ac.id, Dosen Pembimbing, Program Studi Manajemen Keuangan (D4) Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, Indonesia

ABSTRACT

The behavior of a person's investment decisions can be influenced by investment knowledge, financial literacy and a person's income. This study aims to determine the effect of financial literacy, investment knowledge and income on investment decision making. The type of research used is quantitative. The sampling technique used purposive sampling on 150 students in Jabodetabek. The data collection technique uses a questionnaire that has passed the validity and reliability test, while the data analysis uses the classical assumption test through the normality test and multicollinearity test. The hypothesis test uses multiple linear regression analysis, coefficient of determination test and partial test (T test). Based on the results of the study, it can be seen that: 1). Financial literacy has no effect on investment decision behavior, 2). Investment knowledge has a positive and significant effect on investment decision behavior. That is, the higher the investment value, the better the decision behavior will be. 3). Income has a positive and significant effect on investment decision behavior. That is, the higher the value of income, the better the behavior of the decision to be made.

Keywords: Financial Literacy, Investment Knowledge, Income.

ABSTRAK

Perilaku keputusan investasi seseorang dapat dipengaruhi oleh pengetahuan investasi, literasi keuangan dan pendapatan seseorang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, pengetahuan investasi dan pendapatan terhadap pengambilan keputusan investasi. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Teknik penarikan sampel menggunakan purposive sampling terhadap 150 mahasiswa Di Jabodetabek. Teknik pengumpulan data menggunakan angket yang sudah dinyatakan lulus uji validitas dan reliabilitas sedangkan analisis data menggunakan uji asumsi klasik melalui uji normalitas dan uji multikolinearitas. Adapun uji hipotesis menggunakan analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi dan uji parsial (uji T). Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa: 1). Literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku keputusan investasi, 2). Pengetahuan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keputusan investasi. Artinya, semakin tinggi nilai investasi maka semakin baik perilaku keputusan yang akan dilakukan. 3). Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keputusan investasi. Artinya, semakin tinggi nilai pendapatan maka semakin baik perilaku keputusan yang akan dilakukan.

Kata-Kata Kunci: Literasi Keuangan, Pengetahuan Investasi, Pendapatan.

¹ Corresponding author. E-mail: budi.muhammad.ak18@mhs.w.pnj.ac.id

1. PENDAHULUAN

Sepanjang tahun 2021 investor Indonesia meningkat hampir dua kali lipat dari tahun sebelumnya menjadi sejumlah 7,5 Juta. Dengan jumlah investor yang berusia 30 tahun ke bawah sebesar 59,81%. Hal ini menunjukkan bahwa keinginan berinvestasi sudah terlihat sejak usia muda. Keinginan berinvestasi ini tidak hanya dari kelompok pekerja yang memiliki pendapatan tetap, tetapi juga sekarang ini kelompok usia sekolah khususnya mahasiswa telah sadar untuk berinvestasi sejak dini.

Literasi keuangan merupakan kebutuhan mendasar bagi setiap orang untuk menghindari masalah keuangan. Kesalahan dalam pengelolaan keuangan dapat menyebabkan masalah keuangan. Memiliki literasi keuangan yang baik merupakan hal yang penting untuk mendapatkan kehidupan yang sejahtera. Pengelolaan keuangan yang baik, didukung dengan literasi keuangan yang baik, diharapkan dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat. Edukasi kepada masyarakat luas tentang produk keuangan baik bank maupun non-bank sangat mendesak, agar masyarakat umum tidak mudah tertipu oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab.

Pengetahuan investasi merupakan pengetahuan dasar yang dibutuhkan calon investor untuk berinvestasi. Pemahaman dan pengetahuan yang baik dapat memotivasi seseorang untuk tertarik berinvestasi. Pengetahuan tentang pemahaman dasar investasi seperti mengetahui karakteristik surat berharga yang dibeli, mengetahui cara membeli dan menjual investasi, serta mengetahui manfaat dan risiko yang terkait dengan investasi dan peraturan lainnya untuk menghindari penipuan.

Pendapatan dapat mempengaruhi tingkat resiko seseorang, semakin tinggi pendapatan seseorang maka semakin tinggi resikonya. Dengan tingginya resiko ini seseorang yang memiliki pendapatan yang tinggi namun dengan rendahnya tingkat pengetahuan investasi, dapat dengan mudah terjerumus dalam lingkungan investasi bodong. Investor yang cerdas adalah investor yang mampu mengelola keuangan dengan baik, dan wawasan yang luas untuk mencapai tujuan yang diinginkan dalam mengelola keuangan.

Dengan meningkatnya keinginan berinvestasi di pasar modal, sangat penting untuk mengetahui dasar-dasar dari berinvestasi terutama berinvestasi dipasar modal. Dengan banyaknya informasi yang dapat diterima pada saat ini, sangat rentan bagi investor pemula terkena jebakan investasi bodong. Investasi bodong ini dapat terjadi karena kurangnya pengetahuan dalam berinvestasi serta dapat mengganggu seseorang dalam menentukan keputusan berinvestasi.

Seseorang yang memiliki literasi keuangan serta pengetahuan terhadap investasi yang baik dapat memotivasi seseorang untuk tertarik berinvestasi. Serta didukungnya dengan pendapatan yang tinggi dapat menentukan tingkat resiko nya. Penelitian ini merupakan penelitian pengembangan dari beberapa penelitian sebelumnya. Letak perbedaan penelitian ini pada variabel independen yang ditambahkan yaitu variabel pendapatan. Selain itu, hasil penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap pengambilan keputusan investasi.
- Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan investasi terhadap pengambilan keputusan investasi.
- Untuk mengetahui pengaruh pendapatan terhadap perilaku keputusan investasi.
- Untuk mengetahui pengaruh tingkat literasi keuangan, pengetahuan investasi dan pendapatan terhadap perilaku keputusan investasi

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Perilaku Keputusan Investasi

Menurut Rani (2021), Investasi adalah komitmen terhadap sejumlah dana atau sumber daya lain yang dibuat pada saat itu untuk menghasilkan serangkaian keuntungan di masa depan. Kegiatan investasi mengacu pada berbagai kegiatan seperti menginvestasikan uang dengan membeli aset keuangan yang berbeda (surat berharga) atau membeli aset berwujud yang berbeda (tanah, perumahan, atau emas). Artinya, kegiatan investasi adalah kegiatan yang dilakukan seseorang untuk menghindari pengeluaran uang saat ini untuk kegiatan yang bertujuan meningkatkan keuntungan di masa depan.

Perilaku Keputusan investasi adalah tindakan suatu keputusan dari kebijakan yang diambil dalam melakukan investasi pada aset atau modal yang melakukan investasi yang akan memberikan keuntungan dimasa yang akan datang. Ada dua sikap dalam mengambil keputusan investasi: rasional dan irasional. Sikap rasional adalah sikap seseorang atau investor yang berpikir menurut akal sehat dan diterima oleh orang lain, dan sikap irasional adalah sikap seseorang yang tidak mengikuti akal sehat dan terkadang tidak dapat diterima. Keputusan lainnya, terutama mengenai investasi di pasar modal atau pasar keuangan lainnya. Investor yang rasional selalu membuat keputusan investasi berdasarkan literasi keuangan. Misalnya, jika seseorang mencoba untuk melakukan investasi, mereka akan menggunakan informasi yang tersedia untuk membuat keputusan investasi yang tepat.

2.2. Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah pengetahuan dan pemahaman tentang konsep keuangan pribadi untuk mengembangkan kemampuan membuat keputusan yang efektif untuk mengatur keuangan pribadi. Menurut Susdiyani (2017), Literasi keuangan yang baik juga memotivasi orang untuk berinvestasi pada banyak aset, sehingga dapat dipastikan mereka merencanakan investasinya. Utami dan Marpaung (2022) Mengungkapkan bahwa Literasi keuangan erat kaitannya dengan pengelolaan keuangan, dan semakin tinggi tingkat literasi keuangan maka pengelolaan keuangannya akan semakin baik. Pengelolaan keuangan pribadi merupakan penerapan konsep pengelolaan keuangan pada tingkat individu. Manajemen keuangan, termasuk perencanaan, pengelolaan dan pengelolaan kegiatan keuangan, sangat penting untuk mencapai kemakmuran finansial. Kegiatan perencanaan meliputi kegiatan pengalokasian pendapatan untuk kehidupan sehari-hari, termasuk beberapa hal seperti keputusan investasi, pembiayaan dan pengelolaan aset yang tepat. Untuk merencanakan masa depan, Diperlukan keterampilan keuangan yang baik untuk meningkatkan standar hidup seorang individu.

Faktor faktor yang mempengaruhi rendahnya literasi keuangan antara lain faktor demografi, faktor demografi yang dimiliki setiap investor dan menggambarkan aspek keunikan tersendiri, sehingga setiap investor tidak dapat mengandalkan atau tergantung terhadap pengambilan keputusan yang dilakukan investor lain. Kurangnya literasi keuangan membuat orang lebih cenderung memiliki masalah dengan utang, kurang khawatir tentang biaya pinjaman yang lebih tinggi, dan cenderung tidak merencanakan masa depan.

2.3. Pendapatan

Pendapatan adalah jumlah uang yang diterima seseorang untuk hasil bisnis dan kinerjanya. Menurut Sudono Sukirno (2012), Pendapatan adalah salah satu faktor terpenting yang mempengaruhi permintaan, dan hipotesisnya adalah bahwa semakin tinggi pendapatan, semakin besar permintaan barang. Sebaliknya, semakin rendah pendapatan, semakin rendah permintaan terhadap produk tersebut. Tingkat pendapatan seseorang mempengaruhi daya beli seseorang. Pada dasarnya pendapatan merupakan hasil pengorbanan seseorang berupa materi

untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dengan berinvestasi pada sumber pendapatan yang ada, secara umum Anda dapat memilih dari berbagai jenis investasi, antara lain saham, obligasi, deposito, emas, tanah, dan berbagai jenis investasi lainnya.

2.4. Pengetahuan Investasi

Pengetahuan merupakan unsur yang benar-benar mengisi alam sadar pikiran dan jiwa manusia yang terdapat di dalam otak. Ia membawa gambaran, pengamatan, persepsi, konsep dan imajinasi dari segala sesuatu yang diterima dari lingkungan melalui panca indera. Pengetahuan investasi adalah informasi tentang bagaimana menggunakan sebagian dana dan sumber daya yang dimiliki untuk keuntungan di masa depan. Informasi ini dapat diperoleh dari studi yang berasal dari berbagai literatur yang ada dan dimasukkan ke dalam memori manusia. Edukasi investasi khususnya yang berkaitan dengan pasar modal diharapkan dapat merangsang minat setiap peserta untuk berinvestasi di saham. Pengetahuan yang memadai tentang apa yang dilakukan orang akan meningkatkan kepercayaan mereka dalam investasi ekuitas.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Objek penelitian ini adalah mahasiswa aktif sebanyak 150 orang, dengan kriteria sudah pernah melakukan investasi dan berada di Jabodetabek. Metode Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang kriteria tertentu telah ditetapkan. (Sugiyono, 2016). Adapun kriteria pengambilan sampel yang digunakan yaitu: 1). mahasiswa aktif yang sudah mempelajari tentang keuangan dasar dan pengetahuan investasi dasar serta berdomisili di Jabodetabek, 2). Sudah pernah melakukan investasi dipasar modal maupun pasar uang, 3). Memiliki pendapatan perbulan di luar pembiayaan orang tua

Teknik pengumpulan data menggunakan angket yang sudah dinyatakan lulus uji validitas dan reliabilitas sedangkan analisis data menggunakan uji asumsi klasik melalui uji normalitas dan uji multikolinearitas. Adapun uji hipotesis menggunakan analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, uji parsial (uji T) dan uji simultan (uji F).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

A. Hasil Uji Instrumen

Uji validitas dilakukan melalui uji *bivariate correlation* pada taraf signifikansi 5% dengan bantuan program SPSS statistic versi 23 terhadap 4 variabel dengan total 36 butir pernyataan angket. Berdasarkan hasil uji dapat diketahui bahwa pada seluruh variabel X dan Y memiliki nilai $\text{sig} < 0,05$ sehingga dapat diinterpretasikan bahwa semua pernyataan angket valid, sehingga dapat diinterpretasikan bahwa semua pernyataan angket valid. Uji Realibilitas.

Uji reliabilitas dilakukan melalui uji *Cronbach's Alpha* pada taraf signifikansi 5% dengan bantuan program SPSS statistik versi 23. Berdasarkan hasil uji dapat diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* dari semua pernyataan yang diuji dari masing-masing variabel ialah $> 0,60$ sehingga dapat diinterpretasikan bahwa semua pernyataan instrumen memiliki reliabilitas yang baik. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa angket yang digunakan dalam penelitian ini telah teruji reliabel dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

B. Deskripsi Data

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap suatu data pada variabel-variabel yang digunakan. Adapun hasil deskripsi variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis Deskriptif Statistik

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
Literasi Keuangan	150	21	53	6513	43,42	4,559
Pengetahuan Investasi	150	23	40	4683	31,22	3,058
Pendapatan	150	33	55	6709	44,73	4,145
Perilaku Keputusan Investasi	150	15	30	3575	23,83	2,895
Valid N (listwise)	150					

Sumber data: Hasil Output SPSS

Berdasarkan Tabel 1 analisis deskriptif di atas, dapat diketahui bahwa *love of money* memiliki nilai minimum sebesar 16, nilai maximum sebesar 40, nilai rata-rata 31,91 dan standar deviasi 4,034. Literasi keuangan memiliki nilai minimum 34, nilai maksimum 70, nilai rata-rata 54,45 dan standar deviasi 5,622. Minat investasi memiliki nilai minimum 23, nilai maksimum 45, nilai rata-rata 36,95 dan standar deviasi 3,511. Manajemen keuangan pribadi memiliki nilai minimum 41, nilai maksimum 75, nilai rata-rata 63,95 dan standar deviasi 5,571.

C. Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas menggunakan pengujian menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Sminorv Test* dengan *normal probably plot of standardized residual* pada taraf signifikansi 5% adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2,37340507
Most Extreme Differences	Absolute	,080
	Positive	,030
	Negative	-,080
Kolmogorov-Smirnov Z		,982
Asymp. Sig. (2-tailed)		,290
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber data: Hasil Output SPSS

Tabel 2 menunjukan nilai *Asymp. Sig.* sebesar $0,290 > 0,05$ sehingga dapat diinterpretasikan bahwa data terdistribusi normal. Dengan demikian syarat untuk melakukan analisis parametrik sudah terpenuhi.

Hasil Uji multikolinieritas menggunakan *collinearity statistics* pada taraf signifikansi 5% dengan bantuan program SPSS statistik versi 23 adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF

1	(Constant)	1,966	2,781		,707	,481		
	Literasi Keuangan	,037	,047	,059	,789	,432	,829	1,206
	Pengetahuan Investasi	,182	,072	,193	2,522	,013	,789	1,268
	Pendapatan	,325	,050	,466	6,562	,000	,914	1,095
a. Dependent Variable: Perilaku Keputusan Investasi								

Sumber data: Hasil Output SPSS

Berdasarkan hasil pada Tabel 3, untuk variabel literasi keuangan, pengetahuan investasi dan pendapatan menunjukkan bahwa nilai tolerance sebesar 0,829, 0,789 dan 0,914 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,206, 1,268 dan 1,095 lebih kecil dari 10,00 sehingga dapat diinterpretasikan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas..

D. Hasil Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda, dihasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$\text{Keputusan Investasi}_{it} = 1,966 + \beta_1 0,047 + \beta_2 0,182 + \beta_3 0,325 + e$$

Dari persamaan regresi tersebut, dapat diketahui bahwa konstanta sebesar 1,966 artinya literasi keuangan, pengetahuan investasi dan pendapatan jika bernilai 0, maka nilai perilaku keputusan investasi adalah sebesar 1,966. Literasi keuangan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,047 artinya bahwa setiap terjadi peningkatan nilai literasi keuangan sebesar 1 satuan, maka perilaku keputusan investasi akan meningkat sebesar 0,047. Pengetahuan investasi dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,182 artinya bahwa setiap terjadi peningkatan nilai pengetahuan investasi sebesar 1 satuan, maka perilaku keputusan investasi akan meningkat sebesar 0,182. Pendapatan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,325 artinya bahwa setiap terjadi peningkatan nilai pendapatan sebesar 1 satuan, maka perilaku keputusan investasi akan meningkat sebesar 0,182.

Uji koefisien determinasi dilakukan menggunakan *model summary* pada taraf signifikansi 5%. Nilai determinasi ditentukan dengan nilai *R Adjusted Square* dengan bantuan program SPSS statistik versi 23 pada taraf signifikansi 5%.

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,573 ^a	,328	,314	2,398
a. Predictors: (Constant), Pendapatan, Literasi Keuangan, Pengetahuan Investasi				
b. Dependent Variable: Perilaku Keputusan Investasi				

Sumber data: Hasil Output SPSS

Berdasarkan hasil data pada Tabel 4. menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* variabel minat investasi, *love of money* dan literasi keuangan sebesar 0,306 atau sebesar 30,60%. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 30,60% manajemen keuangan pribadi dipengaruhi oleh minat investasi, *love of money* dan literasi keuangan. Sedangkan untuk sisanya 0,694 memiliki arti bahwa 69,40% manajemen keuangan pribadi dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini seperti pendidikan keuangan di keluarga, hasil belajar manajemen keuangan, teman sebaya dan pengelolaan keuangan pribadi.

Hasil Uji signifikansi parsial (uji t) dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,966	2,781		,707	,481
	Literasi Keuangan	,037	,047	,059	,789	,432
	Pengetahuan Investasi	,182	,072	,193	2,522	,013
	Pendapatan	,325	,050	,466	6,562	,000

a. Dependent Variable: Perilaku Keputusan Investasi

Sumber data: Hasil Output SPSS

Berdasarkan Tabel 5. dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku keputusan investasi karena memiliki nilai signifikansi = $0,432 > 0,05$ ($p > 0,05$).
- Pengetahuan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keputusan investasi karena memiliki nilai signifikansi = $0,013 < 0,05$. ($p < 0,05$).
- Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keputusan investasi karena memiliki nilai signifikansi = $0,000 < 0,05$. ($p < 0,05$).

Hasil Uji signifikansi parsial (uji t) dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 6. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	409.509	3	136.503	23.745	.000 ^b
	Residual	839.325	146	5.749		
	Total	1248.833	149			

a. Dependent Variable: Perilaku Keputusan Investasi

b. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan, Pengetahuan investasi, Pendapatan

Sumber data: Hasil Output SPSS

Berdasarkan tabel 6. hasil uji t di atas, dapat diketahui bahwa F_{hitung} sebesar 23.745 dengan signifikansi 0,000 sedangkan F_{tabel} pada derajat kepercayaan 95% (0.005) adalah sebesar 2,66. Dengan demikian $F_{hitung} > F_{Tabel}$ ($23.745 > 2.64$).

4.2. Pembahasan

A. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keputusan Investasi

Berdasarkan hasil analisis data, dapat diketahui bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku keputusan investasi pada mahasiswa akuntansi di Jabodetabek. Hal ini mungkin disebabkan karena tingkat literasi seseorang hanya mempengaruhi bagaimana cara individu dalam mengatur keuangannya untuk memenuhi kebutuhan sehari harinya dan responden yang diteliti adalah mahasiswa yang pada umumnya masih belum memiliki penghasilan yang tetap sehingga literasi/pengetahuan tentang keuangan kurang penting bagi mahasiswa dan sering salah dalam mengatur perilaku keputusan investasinya (Margaretha dan Pambudhi, 2015). Jika pengetahuan tentang keuangan yang mereka miliki kurang, akan mengakibatkan kerugian bagi orang tersebut, baik sebagai akibat dari adanya inflasi maupun penurunan kondisi perekonomian di dalam maupun di luar negeri.

Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian Sari, D. R. (2017). yang meneliti mengenai pengaruh literasi keuangan, pendapatan, dan pendidikan terhadap keputusan investasi keluarga etnis china Di Surabaya. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki dampak yang sangat positif terhadap keputusan investasi. Utami dan Marpaung (2022)

Mengungkapkan bahwa literasi keuangan erat kaitannya dengan pengelolaan keuangan, dan semakin tinggi tingkat literasi keuangan maka pengelolaan keuangannya akan semakin baik. Pengelolaan keuangan pribadi merupakan penerapan konsep pengelolaan keuangan pada tingkat individu. Manajemen keuangan, termasuk perencanaan, pengelolaan dan pengelolaan kegiatan keuangan, sangat penting untuk mencapai kemakmuran finansial. Kegiatan perencanaan meliputi kegiatan pengalokasian pendapatan untuk kehidupan sehari-hari, termasuk beberapa hal seperti keputusan investasi, pembiayaan dan pengelolaan aset yang tepat. Untuk merencanakan masa depan, Diperlukan keterampilan keuangan yang baik untuk meningkatkan standar hidup seorang individu. Kurangnya literasi keuangan membuat orang lebih cenderung memiliki masalah dengan utang, kurang khawatir tentang biaya pinjaman yang lebih tinggi, dan cenderung tidak merencanakan masa depan.

B. Pengaruh Pengetahuan Investasi terhadap Perilaku Keputusan Investasi

Berdasarkan hasil analisis data, dapat diketahui bahwa pengetahuan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keputusan investasi pada mahasiswa akuntansi di Jabodetabek. Artinya semakin baik taraf pengetahuan investasi seseorang maka semakin baik pula pengambilan keputusan yang dilakukan dalam berinvestasi. Hal ini disebabkan karena dengan tingginya pengetahuan investasi seseorang dapat menarik pendapatan dalam berinvestasi pada setiap individu yang berpartisipasi. Menurut Darmawan (2019), semua pengetahuan yang diperoleh seseorang sepanjang hidupnya merupakan bekal yang penting. Pengetahuan yang banyak dikembangkan akan meningkatkan minat seseorang.

Dengan berinvestasi, secara umum investor dapat memilih dari berbagai jenis investasi, antara lain saham, obligasi, deposito, emas, tanah, dan berbagai jenis investasi lainnya. Edukasi investasi khususnya yang berkaitan dengan pasar modal diharapkan dapat merangsang minat setiap peserta untuk berinvestasi di saham. Pengetahuan yang memadai tentang apa yang dilakukan orang akan meningkatkan kepercayaan mereka dalam investasi ekuitas.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian Pajar & Putikaningsih (2017); Wibowo & Purwohandoko (2018) yang menyatakan bahwa pengetahuan investasi berpengaruh terhadap perilaku keputusan berinvestasi di pasar modal. Hasil penelitian Putra & Manuari (2021) juga menunjukkan bahwa pengetahuan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi mahasiswa. Berbeda dengan hasil penelitian Malik (2017) yang menyatakan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh terhadap pertimbangan investasi.

C. Pengaruh Pendapatan terhadap Perilaku Keputusan Investasi

Berdasarkan hasil analisis data, dapat diketahui bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keputusan investasi pada mahasiswa akuntansi di Jabodetabek. Hal ini disebabkan karena pendapatan yang besar memungkinkan responden untuk mempengaruhi seseorang untuk berinvestasi dengan resiko tinggi dengan keuntungan yang tinggi. Pendapatan sangat berpengaruh terhadap keputusan investasi seseorang, karena investasi dapat diukur dengan seberapa besar pendapatan seseorang. Sari (2017) dalam penelitiannya mengatakan bahwa pendapatan yang semakin besar dapat mempengaruhi seseorang dalam memutuskan keuntungan yang tinggi pula. Pendapatan sangat berpengaruh terhadap keputusan berinvestasi, karena investasi dapat diukur melalui berapa besar atau berapa banyak pendapatan yang dimiliki seseorang.

Pendapatan yang besar dapat mempengaruhi seseorang dalam menentukan investasi yang beresiko tinggi dengan keuntungan yang tinggi pula. Pendapatan sangat berpengaruh terhadap keputusan berinvestasi, karena investasi dapat diukur melalui berapa besar atau berapa banyak pendapatan yang dimiliki seseorang. Dari hal tersebut bisa dilihat apakah seseorang tersebut

memutuskan untuk berinvestasi dan jika memutuskan hal tersebut, berapa banyak seseorang memilih investasi real assets atau *financial assets*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi, I. M., & Purbawangsa, I. B. A. (2018) yang meneliti tentang pengaruh literasi keuangan, pendapatan serta masa bekerja terhadap perilaku keputusan investasi. Hasil penelitiannya membuktikan bahwa pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku keputusan investasi individu. Namun hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian Sari, D. R. (2017). yang meneliti mengenai pengaruh literasi keuangan, pendapatan, dan pendidikan terhadap keputusan investasi keluarga etnis china Di Surabaya. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pendapatan dan pendidikan tidak mempengaruhi perilaku keputusan investasi.

D. Literasi keuangan, pengetahuan investasi dan pendapatan berpengaruh secara simultan terhadap perilaku keputusan investasi

Berdasarkan hasil analisis data, literasi keuangan, pengetahuan investasi dan pendapatan berpengaruh secara simultan terhadap perilaku keputusan investasipada mahasiswa di Jabodetabek. Hal ini disebabkan karena faktor yang dapat mempengaruhi seseorang untuk mengambil keputusan untuk berinvestasi yaitu literasi keuangan, pengetahuan investasi dan pendapatan. Edukasi investasi khususnya yang berkaitan dengan pasar modal diharapkan dapat merangsang minat setiap peserta untuk berinvestasi di berbagai jenis investasi yang ada. Pendapatan adalah salah satu faktor terpenting yang mempengaruhi permintaan, dan hipotesisnya adalah bahwa semakin tinggi pendapatan, semakin besar permintaan barang. Tingginya pendapatan seseorang dapat mempengaruhi tingkat risiko yang dapat ditanggung oleh seseorang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Akhmad Darmawan, Kesih Kurnia, & Sri Rejeki (2019) yang meneliti pengetahuan investasi, motivasi investasi, literasi keuangan dan lingkungan keluarga pengaruhnya terhadap minat investasi di pasar modal. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengetahuan investasi, literasi keuangan, motivasi investasi dan lingkungan keluarga, berpengaruh secara simultan terhadap minat investasi di pasar modal.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku keputusan investasi pada mahasiswa akuntansi di Jabodetabek, hal ini dikarenakan tingkat literasi seseorang hanya mempengaruhi bagaimana cara individu dalam mengatur keuangannya untuk memenuhi kebutuhan sehari harinya.
- Pengetahuan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keputusan investasi pada mahasiswa akuntansi di Jabodetabek, karena semakin baik taraf pengetahuan investasi seseorang maka semakin baik pula pengambilan keputusan yang dilakukan dalam berinvestasi. Hal ini disebabkan karena dengan tingginya pengetahuan investasi seseorang dapat menarik pendapatan pada instrumen-instrumen investasi pada setiap individu yang berpartisipasi. Mahasiswa akuntansi tentunya telah mempelajari manajemen investasi, tentunya hal ini dapat membantu dalam pembuatan keputusan investasi dengan portfolio investasi yang baik.
- Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keputusan investasi pada mahasiswa akuntansi di Jabodetabek. Hal ini disebabkan karena pendapatan yang besar memungkinkan responden untuk mempengaruhi seseorang untuk berinvestasi dengan risiko tinggi dengan keuntungan yang tinggi. Pendapatan sangat berpengaruh terhadap keputusan

investasi seseorang, karena investasi dapat diukur dengan seberapa besar pendapatan seseorang.

- Literasi keuangan, pengetahuan investasi dan pendapatan berpengaruh secara simultan terhadap perilaku keputusan investasi. Hal ini disebabkan karena faktor yang dapat mempengaruhi seseorang untuk mengambil keputusan untuk berinvestasi yaitu literasi keuangan, pengetahuan investasi dan pendapatan.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Dahlan Malik. (2017). Analisa Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Berinvestasi di Pasar Modal Syariah Melalui Bursa Galeri Investasi UISI. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3(1);23-31.
- Ari Wibowo & Purwohandoko. (2019). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Kebijakan Modal Minimal Investasi, Dan Pelatihan Pasar Modal Terhadap Minat Investasi (Studi Kasus Mahasiswa FE UNESA Yang Terdaftar Di Galeri Investasi FE UNESA). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(1):102-110.
- Darmawan, A., Kurnia, K., & Rejeki, S. (2019). Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Literasi Keuangan Dan Lingkungan Keluarga Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 2(1): 44-56.
- Dewi, I. M., & Purbawangsa, I. A. (2018). Dewi, I. M., & Purbawangsa, I. B. A. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan Serta Masa Bekerja Terhadap Perilaku Keputusan Investasi. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 7 (7): 1867-1894.
- Margaretha, F., & Pambudhi, R. (2015). Tingkat Literasi Keuangan Pada Mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomi. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(7): 76-85.
- Pajar, rizki chaerul & adeng pustikaningsih. (2017). Pengaruh Motivasi Investasi Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Maahsiswa FE UNY. *Jurnal Provita Edisi 1*, 5(1);23-29
- Putra, I. E., Putra, I. C., & Manuari, I. R. (2021). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Investasi Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Bei. *Jurnal Kharisma*, 333-344.
- Rani, N. D. (2021). *Pengaruh Investasi, Tenaga Kerja Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Lampung: Radenintan.
- Sari, D. R. (2017). *Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan, Dan Pendidikan Terhadap Keputusan Investasi Keluarga Etnis China Di Surabaya*. Surabaya: Stie Perbanas Surabaya.
- Utami, L. P., & Marpaung , N. N. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Karyawan (Studi Di Pt. Mulia Boga Raya Tbk). *Jurnal Parameter*, 96-108.

PERBANDINGAN DASAR KEPUTUSAN MASYARAKAT DALAM BERDONASI SECARA *ONLINE* DAN *OFFLINE*

Zalfa Tiara Putri ¹⁾, Darna²⁾

zalfa.tiaraputri.ak18@mhs.wpnj.ac.id, darna@akuntansi.pnj.ac.id

¹⁾ Politeknik Negeri Jakarta, Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, 16425, Beji, Depok, Indonesia

ABSTRACT

According to data from Dompot Dhuafa (2020), the results of fundraising carried out offline are greater than fundraising carried out online. This shows that there are differences in the decision to donate. This study aims to analyze the differences in decisions in contributing online and offline based on social spirit, income level, education level, technological knowledge, perceived ease of use, and perceived usefulness. Data analysis techniques in this study use Mann Whitney U Test. Data collection used is survey method by spreading online questionnaire through a google form. The population in this study is a community domiciled in Jabodetabek. The sample determination method uses the purposive sampling technique by taking a sample of 110 people divided into two, 52 people who donated online and 58 people who donated offline. The results showed that there are differences in the decisions of donators in donating based on social spirit, income level, education level, and technological knowledge. Meanwhile, the perceived ease of use and perceived usefulness don't influence differences in a person's decision to donate online and offline. This means that the presence or absence of ease and benefit in the donation system, will not affect the decisions of the two groups of people who donate online and offline. The results of this research are expected to have implications for related parties such as charitable institutions, donors, and academics.

Keywords: Social spirit, Income, Education, Technological Knowledge, and Perceived.

ABSTRAK

Menurut data Dompot Dhuafa (2020), hasil penggalangan dana yang dilakukan secara langsung lebih besar daripada penggalangan dana yang dilakukan secara *online*. Hal ini menunjukkan adanya perbedaan keputusan berdonasi pada masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tentang perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* berdasarkan jiwa sosial, tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, pengetahuan teknologi, persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan komparatif-kuantitatif dengan teknik analisa data *Mann Whitney U-Test*. Pengumpulan data yang digunakan adalah metode *survey* dengan menyebarkan kuesioner *online* melalui *google form*. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di Jabodetabek. Metode penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan mengambil sampel sebanyak 110 orang yang dibagi menjadi dua yaitu 52 orang yang berdonasi secara *online* dan 58 orang yang berdonasi secara *offline*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan keputusan dalam berdonasi pada seseorang berdasarkan jiwa sosial, tingkat pendapatan, tingkat pendidikan dan pengetahuan teknologi. Sedangkan, faktor persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan tidak memiliki pengaruh terhadap perbedaan keputusan seseorang dalam berdonasi secara *online* dan *offline*. Artinya, ada

¹ Corresponding author. E-mail: zalfa.tiaraputri.ak18@mhs.wpnj.ac.id

atau tidak adanya kemudahan dan manfaat dalam sistem donasi, maka hal tersebut tidak mempengaruhi keputusan pada dua kelompok masyarakat yang berdonasi secara *online* dan *offline*. Hasil penelitian ini diharapkan mempunyai implikasi terhadap pihak-pihak yang terkait seperti lembaga kegiatan amal, donatur, calon donatur dan para akademisi.

Kata-Kata Kunci: Jiwa sosial, Pendapatan, Pendidikan, Pengetahuan Teknologi dan Persepsi.

PENDAHULUAN

Dalam sebuah *survey* yang dilakukan oleh *Charities Aid Foundation (CAF) World Giving Index (2021)*, Negara Indonesia mendapat peringkat pertama dikenal sebagai negara yang paling dermawan di dunia (Filantropi Indonesia, 2021). Walaupun Negara Indonesia sedang dilanda pandemi, hal itu tidak menghalangi masyarakatnya untuk tetap berbagi. Faktanya mengatakan bahwa banyak orang Indonesia tergerak membantu, bahkan sangat spontan jika menemukan yang sedang kesusahan, khususnya saat bencana. Sebelum berkembangnya teknologi informasi, masyarakat biasa menyalurkan donasinya secara langsung melalui kotak amal yang tersedia di tempat ibadah/*supermarket*, kegiatan penggalangan dana yang dilakukan di sisi jalan atau lampu merah.

Seiring dengan berkembangnya teknologi informasi yang terjadi saat ini, mengakibatkan seluruh aspek ekonomi menjadi sangat mudah dan canggih. Salah satu dampak positif adanya kemajuan teknologi informasi yang masyarakat rasakan adalah adanya tren berdonasi secara *online*. Fenomena tren berdonasi yang diakibatkan oleh kemajuan teknologi informasi dan pandemi Covid-19 menyebabkan terjadinya peningkatan penghimpunan donasi secara *digital* yang signifikan saat pandemi. Dibuktikan pada *Gopay Digital Donation Outlook 2020* yang menyatakan bahwa adanya peningkatan transaksi donasi melalui aplikasi Gojek selama pandemi dengan total donasi sebesar 102 miliar (GoPay, 2022). Selain itu, dikutip dari blog.kitabisa.com pada Desember 2020 donasi yang dikumpulkan selama pandemi melalui *platform* Kitabisa.com mencapai 168 Miliar rupiah (Kitabisa.com, 2020).

Tetapi hal tersebut tidak menutup kemungkinan bahwa cara konvensional adalah yang paling diminati oleh masyarakat, dibuktikan dari pernyataan Bapak Hamid dalam Forum Zakat & Filantropi (2020) melalui hasil riset tim peneliti pada 104 LAZ, hasil penghimpunan donasi secara digital tidak sebesar hasil penghimpunan donasi yang dikumpulkan secara konvensional, dengan perolehan sebesar Rp 2,5 Triliun yang digalang secara konvensional dan Rp 155 milyar yang digalang secara digital (Dompot Dhuafa, 2020).

Dari uraian latar belakang, terjadi peningkatan yang signifikan pada penghimpunan donasi secara *digital* yang diakibatkan oleh perkembangan teknologi informasi dan pandemi Covid-19, tetapi penggalangan dana ZISWAF secara konvensional masih lebih diminati oleh masyarakat karena sejatinya masyarakat senang untuk berdonasi secara langsung dengan alasan kepuasan sendiri secara langsung. Fenomena tersebut mengakibatkan adanya perbedaan cara berdonasi pada masyarakat yang diduga didasari oleh banyak faktor. Pada penelitian ini, peneliti mencoba mengambil beberapa faktor yang diduga dapat mempengaruhi cara berdonasi seseorang yaitu faktor jiwa sosial, tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, pengetahuan teknologi, persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan.

Terdapat asumsi dari Aziz, Nurwaihidin & Chailis (2019) jiwa sosial memiliki nilai-nilai yang ada pada diri manusia diantaranya rasa empati dan tanggung jawab sosial yang tinggi. Sehingga, jika tingkat rasa jiwa sosial donatur tinggi, mereka akan cenderung memutuskan untuk membantu orang lain yang mendapat musibah atau orang yang berhak menerima santunan

karena merasa empati. Kemudian, menurut Rizky (2020) ketika pendapatan seseorang semakin tinggi, maka biasanya diikuti oleh pengeluaran yang semakin tinggi pula. Selanjutnya, terdapat sebuah asumsi bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan yang ditempuh seseorang, maka hal tersebut dapat mempengaruhi diskusi dan pola serta tindakan seseorang dalam berperilaku, berinteraksi dan lainnya.

Pengetahuan menurut Uno (2021) didefinisikan sebagai penafsiran dan penerjemah informasi yang diterima seseorang sehingga seseorang tersebut dapat mengambil keputusan darinya. bahwa pengetahuan teknologi dalam penelitian ini adalah pengetahuan yang dimiliki donatur terkait teknologi yang nantinya akan memudahkannya untuk menyalurkan donasinya dengan mudah. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa pengetahuan teknologi dapat mempengaruhi keputusan masyarakat untuk berdonasi. Kemudian, teori yang dikemukakan Zulfian (2020) adalah dengan adanya tingkat kemudahan dalam penggunaan suatu layanan, pastinya seseorang akan lebih cenderung menggunakan layanan tersebut. Selanjutnya, dengan adanya manfaat yang diberikan oleh suatu sistem teknologi, maka akan mampu meningkatkan produktivitas kinerja bagi orang yang menggunakan sistem teknologi tersebut. Menurut Thompson, Higgins & Howel (1991) mengatakan bahwa apabila seseorang mengetahui ada manfaat yang baik dalam menggunakan teknologi informasi, maka ia akan menggunakan teknologi informasi tersebut.

Pertanyaan yang timbul dari latar belakang adalah 1) Apakah terdapat perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* pada seseorang berdasarkan jiwa sosial?; 2) Apakah terdapat perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* pada seseorang berdasarkan tingkat pendapatan?; 3) Apakah terdapat perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* pada seseorang berdasarkan tingkat pendidikan?; 4) Apakah terdapat perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* pada seseorang berdasarkan pengetahuan teknologi?; 5) Apakah terdapat perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* pada seseorang berdasarkan persepsi kemudahan?; 6) Apakah terdapat perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* pada seseorang berdasarkan persepsi kegunaan?

Tujuan dari penelitian ini adalah 1) Untuk menganalisis perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* pada seseorang berdasarkan jiwa sosial; 2) Untuk menganalisis perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* pada seseorang berdasarkan tingkat pendapatan; 3) Untuk menganalisis perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* pada seseorang berdasarkan tingkat pendidikan; 4) Untuk menganalisis perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* pada seseorang berdasarkan pengetahuan teknologi; 5) Untuk menganalisis perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* pada seseorang berdasarkan persepsi kemudahan; 6) Untuk menganalisis perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* pada seseorang berdasarkan persepsi kegunaan.

Manfaat dalam penelitian ini dibagi menjadi 2 yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis. Manfaat teoritis dalam penelitian ini adalah hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai perbedaan keputusan masyarakat dalam berdonasi secara *online* dan *offline* dan hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya. Kemudian, manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan bagi lembaga-lembaga dan *platform-platform fintech* dalam kegiatan amal dapat menambah referensi untuk mengetahui perbedaan keputusan masyarakat dalam berdonasi secara *online* dan *offline*, sehingga dapat memberi gambaran tentang analisa perilaku masyarakat, khususnya bagi donatur

dan calon donatur untuk menyusun strategi pemasaran yang mampu meningkatkan kembali antusias masyarakat dalam menyalurkan donasi.

TINJAUAN PUSTAKA

Donation-based crowdfunding sendiri merupakan penggalangan dana yang dilakukan oleh pelaku usaha kreatif, dunia hiburan ataupun organisasi tertentu dimana orang-orang memberikan uangnya dengan sukarela tanpa imbalan untuk membantu sesama kepada aktivitas yang ditawarkan oleh pelaku penggalang dana (Hariyani & Serfiyani, 2015). Dengan adanya *donation-based crowdfunding* ini, memberikan kemudahan pada kegiatan penggalangan dana seperti memberikan informasi kepada masyarakat melalui internet, biaya publikasi yang terjangkau, dan dapat memperoleh donasi dengan cepat.

Menurut Kumbara (2021) definisi dari keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar memutuskan untuk membeli produk yang dibutuhkan. Proses-proses yang meliputi pengambilan keputusan pembelian meliputi pengenalan masalah (kebutuhan), mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi secara baik masing-masing alternatif tersebut yang dapat memecahkan masalahnya, kemudian mengarah kepada keputusan pembelian (Sumarwan & Tjiptono, 2019). Terdapat tiga indikator untuk menentukan keputusan pembelian menurut Kotler dalam Kumbara (2021) yaitu a) kemantapan pada sebuah produk; b) kebiasaan dalam membeli produk; c) memberikan rekomendasi kepada orang lain.

Menurut glosarium kemsos.go.id jiwa sosial merupakan sikap yang memperlihatkan kepedulian untuk melakukan sesuatu kepentingan kemanusiaan dan sosial kemasyarakatan. Menurut Aziz, Nurwahidin & Chailis (2019) jiwa sosial mempunyai nilai-nilai yang melingkupi rasa empati seseorang dan tanggung jawab sosial yang tinggi pada seseorang. Sehingga, jika tingkat rasa jiwa sosial donatur tinggi, mereka akan cenderung memutuskan untuk membantu orang lain yang mendapat musibah atau orang yang berhak menerima santunan secara langsung karena merasa empati.

Pendapatan adalah gaji atau upah yang didapatkan seseorang berdasarkan hasil kerjanya dengan menyumbangkan tenaga maupun pikiran untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari (Tyasmasdanti, 2021). Menurut Qardhawi (2004) menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh terhadap keputusan berdonasi karena kepemilikan harta suatu individu termasuk gaji/upah/hasil kerja yang bersifat tetap berkaitan erat dengan ibadah zakat, infaq, dan shodaqoh. Dalam Islam sebagian harta atau kekayaan yang dimiliki oleh seseorang wajib untuk dizakatkan kepada pihak-pihak yang berhak menerimanya. Menurut Rizky (2020) ketika pendapatan seseorang semakin tinggi, maka biasanya diikuti oleh pengeluaran yang semakin tinggi pula. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa besarnya atau meningkatnya pendapatan seseorang berbanding lurus dengan keputusan mereka dalam berdonasi.

Pendidikan merupakan sarana yang paling penting untuk mengembangkan keterampilan manusia dan mencapai tujuan pembangunan sosial dan ekonomi (Julianto & Utari, 2019). Menurut penelitiannya, tingkat pendidikan berhubungan erat dengan analisis pasar kerja, yang secara teori dapat diambil kesimpulan bahwa berdasarkan berbagai pandangan, terjadinya segmentasi upah sangat berkaitan erat dengan karakteristik pendidikan para pekerja. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat pendidikan secara tidak langsung dapat mempengaruhi masyarakat dalam berdonasi. Terdapat sebuah asumsi bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan yang ditempuh seseorang, maka hal tersebut dapat mempengaruhi diskusi dan pola serta tindakan seseorang dalam berperilaku, berinteraksi dan lainnya.

Menurut Uno (2021) pengetahuan didefinisikan sebagai penafsiran dan penerjemah informasi yang diterima seseorang sehingga seseorang tersebut dapat mengambil keputusan darinya. Pengetahuan konsumen merupakan segala informasi yang didapatkan oleh konsumen terkait produk-produk, jasa dan informasi yang akan bermanfaat bagi konsumen (Handayani, Azman, & Ismail, 2019). Jadi, dapat dikatakan bahwa pengetahuan teknologi dalam penelitian ini adalah pengetahuan yang dimiliki donatur terkait teknologi yang nantinya akan memudahkannya untuk menyalurkan donasinya dengan mudah. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa pengetahuan teknologi dapat mempengaruhi keputusan masyarakat untuk berdonasi.

Menurut Davis (1989), persepsi kemudahan adalah keyakinan pribadi bahwa sistem yang digunakan dalam teknologi informasi tidak sulit atau dapat juga didefinisikan sebagai kepercayaan seseorang bahwa komputer dapat mudah dipahami dan digunakan serta tidak memerlukan banyak usaha untuk menggunakannya. Menurut Zulfian (2020) jika seseorang menemukan tingkat kerumitan dalam penggunaan suatu layanan, tidak menutup kemungkinan pada penggunaannya untuk tidak melanjutkan atau menggunakan layanan karena sistem yang digunakan sangat rumit atau sulit dipahami. Sementara, jika ditemukan kemudahan dalam penggunaan suatu layanan, pastinya seseorang akan lebih cenderung menggunakan layanan tersebut. Berdasarkan penelitian Aieni & Purwantini (2017) persepsi kemudahan terbagi menjadi empat unsur, diantaranya adalah a) mudah untuk mempelajari *platform crowdfunding*; b) *platform crowdfunding* mudah untuk digunakan; c) mudah untuk mengingat cara menggunakan *platform crowdfunding*; d) interaksi dengan *platform crowdfunding* sangat jelas dan mudah dimengerti.

Persepsi kegunaan didefinisikan oleh Davis (1989) merupakan keyakinan seseorang dimana ia berpikir bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Jika terlihat kenaikan pada penggunaan suatu layanan serta layanan tersebut digunakan secara terus-menerus, dapat dikatakan bahwa teknologi tersebut telah berhasil dalam meningkatkan kualitas layanannya (Ahmad & Pambudi, 2014). Hal tersebut dapat diartikan bahwa adanya kegunaan dari fasilitas *platform crowdfunding* yang mampu meningkatkan produktivitas kinerja bagi orang yang menggunakan fasilitas tersebut. Dalam penelitian Linardi & Nur (2021) persepsi kegunaan dibagi menjadi tiga unsur, diantaranya adalah a) *Platform crowdfunding* memberikan manfaat berdonasi; b) Menggunakan *platform crowdfunding* meningkatkan kinerja individu; c) Menggunakan *platform crowdfunding* meningkatkan produktivitas berdonasi.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah; 1) H1: terdapat perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* pada seseorang berdasarkan jiwa sosial; 2) H2: terdapat perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* pada seseorang berdasarkan pendapatan; 3) H3: terdapat perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* pada seseorang berdasarkan pendidikan; 4) H4: terdapat perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* pada seseorang berdasarkan pengetahuan teknologi; 5) H5: terdapat perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* pada seseorang berdasarkan persepsi kemudahan; 6) H6: terdapat perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* pada seseorang berdasarkan persepsi kegunaan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian komparatif-kuantitatif dengan mengumpulkan data lapangan (kuesioner *online*) pada dua sampel independen yaitu masyarakat yang berdonasi secara *online* dan masyarakat yang berdonasi secara *offline*. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah berdonasi secara *online* maupun *offline* di wilayah Jabodetabek dengan teknik *purposive sampling*. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yang

diperoleh dari kuesioner *online*. Jenis kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup dengan jawaban kuesioner yang sudah disediakan menggunakan skala diferensial semantik. Pengujian ini menggunakan uji parametrik *Independent Sample T-Test* jika data terbukti berdistribusi normal atau uji non parametrik *Mann Whitney U-Test* jika data tidak berdistribusi dengan normal.

HASIL & PEMBAHASAN

Tabel 1. Perbandingan Rata-Rata Jiwa Sosial

		Ranks		
Cara Berdonasi	N	Mean Rank	Sum of Ranks	
Jiwa Sosial	Online	52	46.23	2404.00
	Offline	58	63.81	3701.00
Total		110		

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2022

Tabel 2. Hasil Uji Hipotesis Pertama

Test Statistics ^a	
	Jiwa Sosial
Mann-Whitney U	1026.000
Wilcoxon W	2404.000
Z	-2.994
Asymp. Sig. (2-tailed)	.003

a. Grouping Variable: Cara Berdonasi

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2022

Dari tabel 1. dapat dilihat bahwa rata-rata jiwa sosial pada masyarakat yang berdonasi secara *offline* lebih tinggi daripada *online* yaitu 63,81 dan 46,23. Kemudian, tabel 2. menunjukkan bahwa adanya perbedaan keputusan masyarakat dalam berdonasi secara *online* dan *offline* berdasarkan jiwa sosial. Dibuktikan dari nilai Z hitung sebesar $(-2,994) < Z$ tabel $(-1,96)$. Menurut Aziz, Nurwaihidin & Chailis (2019) jiwa sosial mempunyai nilai-nilai seperti empati dan tanggung jawab sosial yang tinggi. Dari hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa kelompok masyarakat yang berdonasi secara *offline* memiliki rasa jiwa sosial lebih tinggi dari kelompok masyarakat yang berdonasi secara *online*. Hal ini sejalan dengan penelitiannya (Aziz, Nurwaihidin & Chailis, 2019), bahwa jiwa sosial berpengaruh negatif terhadap keputusan seseorang untuk berdonasi secara *online* dan apabila seseorang mempunyai jiwa sosial yang tinggi, maka ia akan cenderung untuk berdonasi secara langsung kepada mereka yang tertimpa musibah atau kepada orang berhak menerima santunan karena merasa empati. Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Tyasmasdanti (2021) yang menyatakan bahwa jiwa sosial berpengaruh terhadap keputusan masyarakat untuk berdonasi secara *online* melalui *platform crowdfunding*.

Tabel 3. Perbandingan Rata-Rata Tingkat Pendapatan

		Ranks		
Cara Berdonasi	N	Mean Rank	Sum of Ranks	
Tingkat Pendapatan	Online	52	47.52	2471.00
	Offline	58	62.66	3634.00
Total		110		

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2022

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis Kedua

Test Statistics ^a	
	Tingkat Pendapatan
Mann-Whitney U	1093.000
Wilcoxon W	2471.000
Z	-2.514
Asymp. Sig. (2-tailed)	.012

a. Grouping Variable: Cara Berdonasi

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2022

Dari tabel 3. dapat dilihat bahwa rata-rata tingkat pendapatan pada kelompok masyarakat yang berdonasi secara *offline* lebih tinggi daripada *online* yaitu 62,66 dan 47,52. Kemudian, pada tabel 4. menunjukkan bahwa adanya perbedaan keputusan masyarakat dalam berdonasi secara *online* dan *offline* berdasarkan tingkat pendapatan dengan nilai Z hitung sebesar -2,514, dengan demikian dapat dikatakan bahwa Z hitung $(-2,514) < Z$ tabel $(-1,96)$. Pendapatan adalah gaji atau upah yang didapatkan seseorang berdasarkan hasil kerjanya dengan menyumbangkan tenaga maupun pikiran untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari (Tyasmasdanti, 2021). Menurut Qardhawi (2004) dalam menyatakan bahwa pendapatan mempengaruhi keputusan seseorang untuk berdonasi karena kepemilikan harta pribadi, termasuk gaji/upah permanen/hasil kerja berkaitan erat dengan zakat, infak dan sedekah. Dari hasil pengujian hipotesis kedua, menunjukkan bahwa pada kelompok masyarakat yang berdonasi secara *offline* memiliki tingkat pendapatan yang lebih tinggi dari kelompok masyarakat yang berdonasi secara *online*. Sehingga, apabila terdapat kenaikan pendapatan pada kelompok masyarakat yang berdonasi secara *offline*, maka akan berbanding lurus dengan donasi yang akan dikeluarkannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang digunakan oleh Rizky (2020) yaitu ketika pendapatan seseorang semakin tinggi, maka biasanya diikuti oleh pengeluaran yang semakin tinggi pula. Selain itu, hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hamidah (2020), namun, tidak sejalan dengan hasil penelitian Utami, Muthohar & Ridlo (2021).

Tabel 5. Perbandingan Rata-Rata Tingkat Pendidikan

		Ranks		
Cara Berdonasi		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Tingkat Pendidikan	Online	52	47.66	2478.50
	Offline	58	62.53	3626.50
	Total	110		

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2022

Test Statistics ^a	
	Pendidikan
Mann-Whitney U	1100.500
Wilcoxon W	2478.500
Z	-2.528
Asymp. Sig. (2-tailed)	.011

a. Grouping Variable: Cara Berdonasi

Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis Ketiga

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2022

Dari tabel 5. dapat dilihat bahwa rata-rata tingkat pendidikan kelompok *online* lebih rendah daripada kelompok *offline* yaitu sebesar 47,66 dan 62,53. Kemudian, pada tabel 9. menunjukkan bahwa adanya perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* berdasarkan tingkat pendidikan dengan nilai Z hitung $(-2,528) < Z$ tabel $(-1,96)$. Pendidikan merupakan sarana yang paling penting untuk mengembangkan keterampilan manusia dan mencapai tujuan pembangunan sosial dan ekonomi (Julianto & Utari, 2019). Menurut penelitiannya, tingkat pendidikan berhubungan erat dengan analisis pasar kerja, yang secara teori dapat diambil kesimpulan bahwa berdasarkan berbagai pandangan, terjadinya segmentasi upah sangat berkaitan erat dengan karakteristik pendidikan para pekerja. Dari hasil pengujian hipotesis ketiga, menunjukkan bahwa pada kelompok masyarakat yang berdonasi secara *offline* mempunyai tingkat pendidikan yang lebih tinggi daripada kelompok *online*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fajri (2020) bahwa tingkat pendidikan dapat mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan muzakki dalam membayar zakat melalui BAZNAS/LAZNAS. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh

Tabel 7. Perbandingan Rata-Rata Pengetahuan Teknologi

		Ranks		
Cara Berdonasi		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Pengetahuan	Online	52	61.75	3211.00
Teknologi	Offline	58	49.90	2894.00
Total		110		

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2022

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis Keempat

Test Statistics ^a	
	Pengetahuan Teknologi
Mann-Whitney U	1183.000
Wilcoxon W	2894.000
Z	-1.967
Asymp. Sig. (2-tailed)	.049

a. Grouping Variable: Cara Berdonasi

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2022

Dari tabel 7. dapat dilihat bahwa rata-rata pengetahuan teknologi dari kelompok *online* lebih tinggi daripada kelompok *offline* yaitu sebesar 61,75 dan 49,90. Kemudian, tabel 8. menunjukkan bahwa adanya perbedaan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* berdasarkan pengetahuan teknologi dengan nilai Z hitung $(-1,967) < Z$ tabel $(-1,96)$. Pengetahuan menurut Uno (2021) didefinisikan sebagai penafsiran dan penerjemah informasi yang diterima seseorang sehingga seseorang tersebut dapat mengambil keputusan darinya. Jadi, dapat dikatakan bahwa pengetahuan teknologi dalam penelitian ini adalah pengetahuan yang dimiliki donatur terkait teknologi yang nantinya akan memudahkannya untuk menyalurkan donasinya dengan mudah.

Hal tersebut dapat dikatakan bahwa pengetahuan teknologi dapat mempengaruhi keputusan masyarakat untuk berdonasi

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kelompok masyarakat yang berdonasi secara *online* mempunyai pengetahuan teknologi yang lebih luas daripada kelompok masyarakat yang berdonasi secara *offline*. Sehingga, apabila seorang donatur mempunyai pengetahuan dan menguasai teknologi internet, maka ia akan tertarik dan memilih untuk menyalurkan donasinya secara *online* karena berdasarkan pengalaman dan ia menganggap berdonasi secara *online* lebih mudah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Andriyani (2014). Namun, tidak sejalan dengan penelitian Irhamsyah (2019).

Tabel 9. Perbandingan Rata-Rata Persepsi Kemudahan

		Ranks		
Cara Berdonasi		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Persepsi Kemudahan	Online	52	60.40	3141.00
	Offline	58	51.10	2964.00
Total		110		

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2022

Tabel 10. Hasil Uji Hipotesis Kelima

Test Statistics ^a	
	Persepsi Kemudahan
Mann-Whitney U	1253.000
Wilcoxon W	2964.000
Z	-1.545
Asymp. Sig. (2-tailed)	.122

a. Grouping Variable: Cara Berdonasi

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2022

Dari tabel 9. dapat dilihat bahwa rata-rata persepsi kemudahan kelompok *online* lebih tinggi daripada kelompok *offline* yaitu sebesar 60,40 dan 51,10. Kemudian, tabel 10. menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* berdasarkan persepsi kemudahan dengan nilai Z hitung (-1,545) > Z tabel (-1,96). Menurut Davis (1989), persepsi kemudahan adalah keyakinan pribadi bahwa sistem yang digunakan dalam teknologi informasi tidak sulit atau dapat juga didefinisikan sebagai kepercayaan seseorang bahwa komputer dapat mudah dipahami dan digunakan serta tidak memerlukan banyak usaha untuk menggunakannya. Teori yang dikemukakan oleh Zulfian (2020) adalah dengan adanya tingkat kemudahan dalam penggunaan suatu layanan, pastinya seseorang akan lebih cenderung menggunakan layanan tersebut. Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan teori tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketika terdapat kemudahan dalam sistem donasi, maka hal tersebut tidak mempengaruhi keputusan kepada kedua kelompok masyarakat yang berdonasi secara *online* dan *offline* terhadap penggunaan suatu sistem teknologi. Hal ini diduga karena *platform crowdfunding* masih dianggap sulit untuk dipelajari dan instruksi dalam *platform crowdfunding* masih sulit untuk dimengerti. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tyasmasdanti (2021) dan Aieni & Purwantini (2017).

Tabel 11. Perbandingan Rata-Rata Persepsi Kegunaan

Ranks	
-------	--

Cara Berdonasi		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Persepsi	Online	52	57.91	3011.50
Kegunaan	Offline	58	53.34	3093.50
Total		110		

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2022

Tabel 12. Hasil Uji Hipotesis Keenam
Test Statistics^a

	Persepsi Kegunaan
Mann-Whitney U	1382.500
Wilcoxon W	3093.500
Z	-.756
Asymp. Sig. (2-tailed)	.449

a. Grouping Variable: Cara Berdonasi

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2022

Dari tabel 11. dapat dilihat bahwa rata-rata persepsi kegunaan pada kelompok masyarakat yang berdonasi secara *online* lebih tinggi daripada kelompok *offline* 57,95 dan 53,34. Kemudian, tabel 12. menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan keputusan masyarakat dalam berdonasi secara *online* dan *offline* berdasarkan persepsi kegunaan dengan nilai Z hitung (-0,756) lebih besar dari Z tabel (-1,96). Persepsi kegunaan didefinisikan oleh Davis (1989) merupakan keyakinan seseorang dimana ia berpikir bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Menurut Thompson, Higgins & Howel (1991) mengatakan bahwa apabila seseorang mengetahui ada manfaat yang baik dalam menggunakan teknologi informasi, maka ia akan menggunakan teknologi informasi tersebut. Dengan adanya manfaat yang diberikan oleh suatu sistem teknologi, maka akan mampu meningkatkan produktivitas kinerja bagi orang yang menggunakan sistem teknologi tersebut.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan teori tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya manfaat dari sistem teknologi yang dapat meningkatkan kinerjanya, maka hal tersebut tidak akan mempengaruhi keputusan kepada kedua kelompok masyarakat yang berdonasi secara *online* dan *offline* terhadap penggunaan suatu sistem teknologi. Hal ini diduga karena responden pada penelitian ini menganggap bahwa penggunaan teknologi informasi belum begitu mendatangkan manfaat untuk mereka. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Linardi & Nur (2021) dan Aieni & Purwantini (2017).

KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah 1) hasil uji *Mann Whitney U* untuk hipotesis pertama menunjukkan bahwa terdapat perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* berdasarkan jiwa sosial; 2) hasil Uji *Mann Whitney U* untuk hipotesis kedua menunjukkan bahwa terdapat perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* berdasarkan tingkat pendapatan; 3) hasil uji *Mann Whitney U* untuk hipotesis ketiga menunjukkan hasil bahwa terdapat perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* berdasarkan tingkat pendidikan; 4) hasil uji *Mann Whitney U* untuk hipotesis keempat menunjukkan hasil bahwa terdapat perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* berdasarkan pengetahuan teknologi; 5) hasil uji *Mann Whitney U* untuk hipotesis kelima menunjukkan hasil bahwa tidak terdapat perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* berdasarkan persepsi kemudahan; 6) hasil uji *Mann Whitney U* untuk hipotesis keenam menunjukkan hasil

bahwa tidak terdapat perbedaan keputusan dalam berdonasi secara *online* dan *offline* berdasarkan persepsi kegunaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, & Pambudi, B. S. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan, dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking BRI). *Jurnal Studi Manajemen*, 8, 4. Retrieved Mei 7, 2022
- Aieni, A. N., & Purwantini, A. H. (2017). Eksplorasi Penggunaan Mobile Banking: Pendekatan Technology Acceptance Model. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 15(1), 86-96. Retrieved from <https://journal.unimma.ac.id/>
- Andriyani, D. (2014). Pengaruh Faktor Keamanan, Pengetahuan Teknologi Internet, Kualitas Layanan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Jejaring Sosial.
- Aziz, I. A., Nurwahidin, N., & Chailis, I. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Menyalurkan Donasi Melalui Platform Crowdfunding Berbasis Online. *Jurnal Syarikah*, 5(1), 94-108. doi:<https://doi.org/10.30997/jsei.v5i1.1835>
- Davis, F. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarteky*, 13(3), 319-339. doi:DOI:10.2307/249008
- Dompot Dhuafa. (2020, Juni 30). *LAZ Siap Transformasi ke Era Digital*. Retrieved from Dompot Dhuafa: <https://www.dompetdhuafa.org/>
- Fajri, I. A. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Masyarakat Jakarta Dalam Membayar Zakat Melalui BAZNAS/LAZNAS.
- Filantropi Indonesia. (2021, Juni 15). *Indonesia Kembali Jadi Negara Paling Dermawan di Dunia*. Retrieved April 4, 2022, from Filantropi Indonesia: <https://filantropi.or.id>
- GoPay. (2022, April 21). *GoPay Rilis Riset Donasi Digital untuk Dukung #SejutaKebaikan*. Retrieved from GoPay: <https://gopay.co.id/>
- Hamidah, D. N. (2020). PENGARUH PENDAPATAN, PENGETAHUAN ZAKAT DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MUZAKKI DALAM MEMBAYAR ZAKAT DI LEMBAGA AMIL ZAKAT (STUDI MASYARAKAT KOTA MALANG). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, 9(1). Retrieved from <https://jimfeb.ub.ac.id/>
- Handayani, A., Azman, H. A., & Ismail, I. (2019). Pengaruh Pengetahuan dan Sikap Terhadap Perilaku Memilih Bank Syariah Dengan Faktor Religiusitas Sebagai Moderating Variable. *EKONOMI SYARIAH: Journal of Economic*, 3, 3-4. Retrieved Juli 11, 2022
- Hariyani, I., & Serfiyani, C. Y. (2015, Desember). Perlindungan Hukum Sistem Donation Based Crowdfunding Pada Pendanaan Industri Kreatif Di Indonesia. *Jurnal Legislasi Indonesia*, 12, 8. Retrieved Mei 14, 2022
- Irhamasyah, A. (2019). Analisis Faktor-Faktor Preferensi Yang Mempengaruhi Keputusan Metode Pembayaran Zakat Bagi Muzakki di Era Digital.
- Julianto, D., & Utari, P. A. (2019). Analisa Pengaruh Tingkat Pendidikan Terhadap Pendapatan Individu Di Sumatera Barat. *IKRAITH EKONOMIKA*, 2, 126. Retrieved Juli 12, 2022, from media.neliti.com
- Kitabisa.com. (2020, Desember 18). *Kaleidoskop 2020: Gotong Royong Masyarakat Indonesia Justru Meningkat Pesat Selama Pandemi*. Retrieved from Kitabisa.com: <https://blog.kitabisa.com/>
- Kumbara, V. B. (2021). Determinansi Nilai Pelanggan dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604-630. doi:<https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>

- Linardi, C., & Nur, T. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berdonasi Melalui Platform Crowdfunding. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 4(2), 249-267. doi:<https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i2.181>
- Qardhawi, Y. (2004). *Hukum Zakat*. Bogor: Bogor Universal Law Publishing.
- Rizky, R. N. (2020). Pengaruh Harga, Pendapatan, dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Impor Pada Konsumen Pengguna E-Commerce Sociolla (Studi Pada Mahasiswa di Universitas Brawijaya). *Jurnal Ilmiah FEB Universitas Brawijaya*, 9(1). Retrieved from <https://jimfeb.ub.ac.id/>
- Sumarwan, U., & Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen* (1 ed.). Bogor: PT Penerbit IPB Press. Retrieved Mei 6, 2022
- Thompson, R. L., Higgins, C. A., & Howell, J. M. (1991). Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization. *MIS Quarterly*, 15(1), 125-143. doi:<https://doi.org/10.2307/249443>
- Tyasmadanti, F. (2021). Faktor-Faktor Pengaruh Keputusan Masyarakat Menyalurkan Donasi Melalui Platform Financial Technology Crowdfunding Berbasis Online.
- Uno, H. B. (2021). *Teori Motivasi dan Pengukurannya: Analisis di Bidang Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Utami, N. S., Muthohar, A. M., & Ridlo, M. (2021). Analisis Tingkat Pendapatan, Kepercayaan dan Reputasi terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating. *IQTISHODUNA*, 17(1), 1-16. doi:<https://doi.org/10.18860/iq.v17i1.10630>
- Zulfian, D. M. (2020). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Berdonasi Secara Online Melalui Platform Financial Technology Crowdfunding. Retrieved from <https://dspace.uui.ac.id/>

PENGARUH PERTUMBUHAN PERUSAHAAN, STRUKTUR MODAL DAN PERPUTARAN MODAL KERJA TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Kasus Pada Perusahaan yang Terdaftar dalam Indeks IDX30 Periode 2019-2021)

Alya Frida Afriyanti¹⁾, Indianik Aminah²⁾

¹⁾ Program Studi Manajemen Keuangan alya.fridaafriyanti.ak18@mhs.w.pnj.ac.id , Politeknik Negeri Jakarta

²⁾ Program Studi Manajemen Keuangan indianik.aminah@akuntansi.pnj.ac.id , Politeknik Negeri Jakarta
Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, Kota Depok, Jawa Barat 16424

ABSTRACT

This study aims to analyze effect of company growth, capital structure and working capital turnover on the value of firm in companies listed on the IDX30 index during the period 2019 to 2021. The research sampel is 16 companies in the IDX30 index using purposive sampling method. The research method used is data panel regression analysis with Eviews 9 statistics software. The results showed that the company growth has no significant effect on the value of firm. Meanwhile, the capital structure and working capital turnover has significant effect on the value of firm. Simultaneously, the three variables have significant effect on the value of firm.

Keywords: *Company Growth; Capital Structure; Working Capital Turnover; Value of Firm*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan perusahaan, struktur modal dan perputaran modal kerja terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar dalam indeks IDX 30 periode 2019-2021. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 16 perusahaan dalam ideks IDX30 yang diseleksi menggunakan metode *purposive sampling*. Metode yang digunakan adalah analisis data panel dengan menggunakan *software* statistik Eviews 9. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan struktur modal dan perputaran modal kerja memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata-Kata Kunci: Pertumbuhan Perusahaan; Struktur Modal; Perputaran Modal Kerja; Nilai Perusahaan

¹ Corresponding author. E-mail: alya.fridaafriyanti.ak18@mhs.w.pnj.ac.id

² Corresponding author. E-mail: indianik.aminah@akuntansi.pnj.ac.id

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pandemi Covid-19 yang mewabah di Indonesia pada tahun 2020 berdampak pada semua lini bisnis yang mengakibatkan persaingan dan kompetisi yang ketat antar perusahaan. Dengan kondisi tersebut perusahaan harus dapat bertahan dengan cara mencari modal, menyusun strategi baru serta ide-ide untuk mengembangkan usahanya dan mempertahankan nilai perusahaan. Salah satu cara untuk mendapatkan modal guna mempertahankan nilai perusahaan, salah satunya adalah melalui pasar modal. Dengan menjadi perusahaan publik, perusahaan akan mendapatkan permodalan tambahan dari saham yang dijual. Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan, perkembangan pasar modal di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Per Desember 2021 jumlah investor sebanyak 7,48 juta atau meningkat sebesar 92,70 persen dibandingkan akhir tahun 2020 yang tercatat hanya sebesar 3,88 juta. Hal ini menunjukkan bahwa tingginya minat masyarakat untuk menanamkan modalnya pada perusahaan – perusahaan di Indonesia. Oleh karena itu, Investor yang ingin menanamkan modal nya dalam suatu perusahaan akan melihat seberapa tinggi nilai perusahaan. Menurut (Husna & Yuliasuti, 2020) semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin perusahaan tersebut dianggap baik karena nilai perusahaan dapat menggambarkan seberapa besar manfaat yang akan diperoleh investor dari suatu perusahaan.

Nilai perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah pertumbuhan perusahaan. Perusahaan dengan pertumbuhan aset yang baik menandakan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimilikinya untuk menghasilkan profit. Aset yang terus tumbuh tentunya akan direspon positif oleh investor sehingga akan berpengaruh pada peningkatan nilai perusahaan. Pertumbuhan suatu perusahaan sangat bergantung pada komposisi struktur modal yang ditetapkan. Struktur modal merupakan perbandingan antara total utang terhadap total *shareholder equity* yang dimiliki perusahaan Berdasarkan *Teory trade off* menjelaskan bahwa semakin tinggi perusahaan melakukan pendanaan melalui utang maka semakin besar mengalami risiko keuangan karena harus membayar bunga tetap setiap tahunnya. Namun teori MM menjelaskan bahwa tingginya penggunaan utang akan meningkatkan nilai perusahaan karena akan menghemat pajak. Selain pertumbuhan perusahaan dan struktur modal, perputaran modal kerja juga merupakan salah satu faktor penentu nilai perusahaan. modal kerja menjadi hal penting karena modal kerja dapat menjadi penentu berjalannya operasional perusahaan dalam jangka waktu pendek. Kegiatan operasional tersebut berpengaruh terhadap pendapatan yang diperoleh perusahaan. Sehingga perputaran modal kerja yang meningkat akan meningkatkan kepercayaan investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut dan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Dalam hal ini, Bursa Efek Indonesia menyediakan indeks IDX30 yang dapat dijadikan acuan investor dalam memilih perusahaan yang ingin diinvestasikan. Mengingat bahwa dalam pengambilan keputusan investasi, investor akan melihat seberapa baik kinerja perusahaan dengan menilai suatu perusahaan.

Dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Chaidir, 2015) terdiri dari 3 variabel independen yaitu pertumbuhan perusahaan, struktur modal dan profitabilitas. Sedangkan pada penelitian ini memiliki perbedaan yaitu menambah variabel perputaran modal kerja dan meniadakan variabel profitabilitasnya. Perbedaan penggunaan variabel, pemilihan sampel, dan penentuan *range* penelitian menghasilkan perbedaan penelitian (*research gap*) yang masih memiliki potensi untuk diadakan penelitian lebih lanjut. Maka dari itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan perusahaan, struktur modal dan perputaran modal kerja terhadap nilai perusahaan dan dapat menjadi pertimbangan untuk investor dalam memilih perusahaan mana yang baik untuk diinvestasikan.

Permasalahan

Semakin berkembangnya pasar modal di Indonesia membuat perusahaan berlomba-lomba menarik investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Dalam kondisi ini, perusahaan perlu membuat keputusan terkait dengan berbagai kebijakan yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Sehingga penting untuk mengetahui apakah pertumbuhan perusahaan, struktur modal dan perputaran modal kerja merupakan faktor yang dapat mempengaruhi nilai dari suatu perusahaan.

Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan masalah penelitian, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.
2. Menganalisis pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan.
3. Menganalisis pengaruh Perputaran Modal Kerja Terhadap Nilai Perusahaan.
4. Menganalisis pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Struktur Modal, Perputaran Modal Kerja Terhadap Nilai Perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham perusahaan tersebut (Indrarini, 2019). Nilai perusahaan yang tinggi akan menarik investor untuk menanamkan modal di perusahaan tersebut dan dapat meningkatkan harga saham perusahaan (Aurelian & Sha, 2020). Oleh karena itu perusahaan berlomba-lomba untuk meningkatkan nilai perusahaannya karena ingin mencerminkan kemakmuran pemegang saham yang tinggi. Jika perusahaan dinilai baik, maka akan memberikan sinyal positif bagi perusahaan untuk membuka peluang investasi. Dalam penelitian ini menggunakan Tobin's Q sebagai indikator untuk mengukur nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan rasio Tobin's Q dianggap lebih rasional dengan memasukkan semua unsur baik utang dan modal saham perusahaan dalam dasar perhitungan. Adapun formula perhitungannya sebagai berikut.

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{Market Value Equity} + \text{Debt}}{\text{Total Aset}}$$

Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan perusahaan dapat diartikan sebagai perubahan tahunan (tingkat pertumbuhan) dari total aset perusahaan (Jogiyanto, 2017). Menurut (Ginting, 2021) pertumbuhan perusahaan dinyatakan sebagai pertumbuhan total aset dimana pertumbuhan aset masa lalu akan menggambarkan profitabilitas yang akan datang. Pertumbuhan perusahaan merupakan suatu hal yang sangat diharapkan oleh pihak internal dan eksternal perusahaan, karena pertumbuhan yang baik menandakan perkembangan perusahaan di masa yang akan datang. Dengan pertumbuhan aset yang baik dapat dikatakan perusahaan mampu mengelola sumberdaya untuk menghasilkan keuntungan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Dalam penelitian ini pertumbuhan perusahaan diprosikan dengan Growth (perubahan total aset perusahaan). Hal tersebut dikarenakan perubahan aset suatu perusahaan baik berupa peningkatan atau penurunan dapat menandakan bahwa perusahaan berkembang atau tidak. Adapun Formula perhitungan yang digunakan sebagai berikut.

$$Growth = \frac{\text{Total Aset } t - \text{Total Aset } (t-1)}{\text{Total Aset } (t-1)}$$

Struktur Modal

Menurut (Sulindawati & Yuniarta, 2017) Struktur Modal merupakan perbandingan pendanaan perusahaan apakah menggunakan utang, modal sendiri atau menerbitkan saham. Jika dalam pendanaan perusahaan yang berasal dari modal sendiri masih deficit maka perlu ditambahkan pendanaan dari luar berupa utang. Akan tetapi dalam mempertimbangkan sumber pendanaan perusahaan harus mempertimbangkan alternatif-alternatif untuk mencapai pendanaan yang efisien. Pendanaan yang efisien tersebut akan terjadi jika perusahaan mempunyai struktur modal yang optimal. Oleh karena itu, struktur modal merupakan indikator keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan produktivitas dan kinerja perusahaan. Dalam penelitian ini struktur modal diprosikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER). Semakin tinggi DER menunjukkan struktur permodalan lebih banyak dibiayai oleh pinjaman sehingga ketergantungan perusahaan terhadap kreditur meningkat, sebaliknya semakin rendah DER mencerminkan semakin rendah penggunaan utang dalam struktur modal suatu perusahaan. Adapun formula untuk menghitung DER sebagai berikut (Kasmir, 2016).

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Equity}}$$

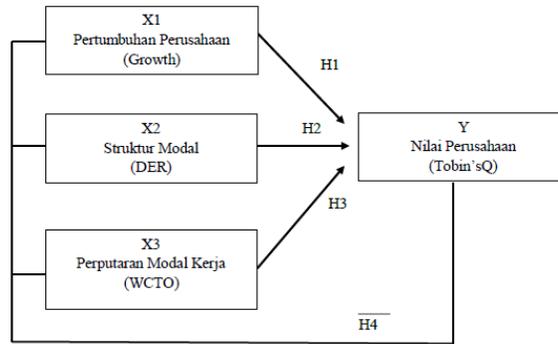
Perputaran Modal Kerja

Menurut (Arifin, 2018) modal kerja merupakan dana yang tersedia untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan. Menurut (Kasmir, 2016) perputaran modal kerja atau *working capital turnover* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur dan menilai keefektifan modal kerja perusahaan selama periode tertentu. Adapun menurut (Darya, 2019) perputaran modal kerja yaitu perbandingan antara penjualan dengan modal kerja bersih suatu perusahaan. Perusahaan yang tidak dapat memperhitungkan tingkat perputaran modal kerja yang optimal, maka kemungkinan perusahaan mengalami *inlikuid* (tak mampu memenuhi kewajiban jatuh tempo) semakin besar dan bahkan mungkin terpaksa harus dilikuidasi. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk selalu meningkatkan efisiensi modal kerjanya sehingga tercapai tujuan yang diharapkan perusahaan yaitu mencapai laba yang maksimal. Adapun indikator untuk menghitung perputaran modal kerja/*working capital turnover* (WCTO) menurut (Kasmir, 2016) yaitu.

$$WCTO = \frac{\text{Penjualan Bersih}}{\text{Aktiva Lancar} - \text{Kewajiban Lancar}}$$

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang dikemukakan, maka dibentuk kerangka pemikiran untuk pengembangan hipotesis dan penggambaran hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen.



Gambar 1 Kerangka Pemikiran
Sumber : Data diolah, 2022

H₁ : Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H₂ : Struktur Modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H₃ : Perputaran Modal Kerja berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H₄ : Pertumbuhan Perusahaan, Struktur Modal dan Perputaran Modal Kerja secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi yang menjadi objek penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar dalam indeks IDX30 dengan periode pengamatan dari tahun 2019 hingga tahun 2021. Metode pemilihan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan teknik purposive sampling yaitu pemilihan dengan didasarkan atas kriteria tertentu, di mana kriterianya adalah sebagai berikut.

- Perusahaan yang sahamnya tetap tercatat secara terus menerus pada indeks IDX30 di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2019 sampai dengan tahun 2021.
- Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan lengkap selama periode tahun 2019 sampai dengan tahun 2021.
- Perusahaan yang tidak melakukan stocksplif/ right issue selama tahun 2019 sampai dengan tahun 2021.

Berdasarkan kriteria yang ditetapkan, diperoleh 16 perusahaan yang dijadikan sampel penelitian yakni ADRO, ANTM, ASII, BBNI, BBRI, CPIN, GGRM, ICBP, INDF, INKP, KLBF, PGAS, PTBA, SMGR, TLKM, UNTR. Penelitian ini menggunakan Data yang diamati dalam penelitian ini berjumlah 192 yang bersumber dari data triwulanan laporan keuangan 16 perusahaan selama 3 tahun dimulai dari tahun 2019 sampai dengan 2021.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan untuk penelitian ini adalah data kuantitatif dengan bentuk data sekunder. Data yang digunakan dalam penelitian ini laporan keuangan perusahaan yang terdaftar dalam indeks IDX30 periode 2019-2021 yang didapatkan dari website resmi BEI atau situs resmi masing-masing perusahaan.

Metode Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini menggunakan data panel (pooled data) yang merupakan gabungan dari data time series dan data cross section. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan Microsoft Excel dan uji asumsi menggunakan aplikasi Eviews 9 yang disajikan dalam bentuk tabel guna memudahkan dalam menganalisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1 Hasil Statistik Deskriptif

	TOBINSQ	GROWTH	DER	WCTO
Mean	1.543610	0.024281	1.414210	2.788693
Median	1.144400	0.016000	0.813300	1.979500
Maximum	4.183600	1.350700	6.840100	37.33100
Minimum	0.656800	-0.487800	0.206900	-19.80200
Std. Dev.	0.888750	0.127177	1.755787	5.745768
Observations	192	192	192	192

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 1, dapat dinyatakan bahwa variabel *Growth*, DER dan WCTO memiliki nilai rata-rata (mean) lebih kecil daripada standar deviasinya, hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut bersifat heterogen sehingga penyimpangan data menyebar luas. Sedangkan variabel Tobins'Q memiliki nilai mean lebih kecil daripada standar deviasinya sehingga penyimpangan data tidak menyebar luas.

Hasil Analisis Regresi

Metode analisis yang dilakukan penelitian ini adalah metode regresi data panel di mana perlu diuji ketepatan model pengujian statistik yang tepat antara *Common Effect Model*, *Fixed Effect Model*, atau *Random Effect Model*.

Tabel 2 Hasil Pemilihan Model Regresi

	Uji Pemilihan Model	
	Uji Chow	Uji Hausman
Prob.	0.0000	0.0002
Keputusan	Tolak H0	Tolak H0
Model Terpilih	FEM	FEM
Kesimpulan	<i>Fixed Effect Model (FEM)</i>	

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 2, telah dilakukan kedua uji yaitu Uji Chow dan Uji Hausman menghasilkan model terpilih *Fixed Effect Model (FEM)*, oleh karena itu tidak diperlukan Uji *Lagrange Multiplier* dalam penelitian ini. Dengan terpilihnya model FEM didapatkan persamaan regresi untuk model penelitian sebagai berikut.

$$\text{Tobins'Q} = 2.186317 + 0.356524 \text{ Growth} - 2.576556 \text{ DER} + 0.003977 \text{ WCTO} + e$$

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik pada penelitian ini dilakukan melalui empat tahapan yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

1. Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas, didapatkan nilai probabilitas Jarque-Bera yaitu sebesar 0.5535329 atau lebih besar dari 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa data telah terdistribusi normal dengan jumlah observasi sebanyak 192.

2. Uji Multikolinieritas

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas didapatkan nilai korelasi antar variabel tidak ada yang lebih besar dari 0.08, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi panel yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari pelanggaran multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, didapatkan probabilitas untuk masing masing variabel independen yaitu *GROWTH* sebesar 0.07570, *DER* sebesar 0.4094 dan *WCTO* sebesar 0.7572 artinya probabilitas ketiga variabel lebih besar dari 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas pada model regresi panel yang digunakan dalam penelitian ini.

4. Uji Autokorelasi

Berdasarkan hasil uji autokorelasi, didapatkan nilai durbin watson sebesar 1.971563. dengan tingkat signifikansi 0.05 dan jumlah data (n) = 192 serta nilai k = 3, diperoleh nilai dL sebesar 1.7322 dan nilai dU sebesar 1.7956. Maka $(4-dU) = 4 - 1.7956 = 2.2044$. Artinya nilai DW yaitu 1.971563 berada di daerah penerimaan H0, yang mana dijabarkan $(dU < DW < 4-dU) = (1.7956 < 1.971563 < 2.2044)$. Hal tersebut menandakan bahwa model yang diestimasi tidak terdapat autokorelasi.

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 3 Model FEM

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.186317	0.188012	11.62863	0.0000
GROWTH	0.356524	0.226939	1.084050	0.2798
DER	-2.576556	0.131433	-4.229973	0.0000
WCTO	0.003977	0.005857	11.59501	0.0000
Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
R-squared	0.838946	Mean dependent var		1.543610
Adjusted R-squared	0.822189	S.D. dependent var		0.888750
F-statistic	50.06538	Durbin-Watson stat		1.971563
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber : Eviews 9, data diolah

Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 3, hasil Uji t menunjukkan bahwa koefisien variabel Growth sebesar 0.356524 dengan nilai probabilitas 0.2798. Nilai probabilitas 0.2798 lebih besar dari alpha 0.05 maka terima H0, artinya Growth tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Tobins'Q. Hal tersebut berarti tinggi rendahnya pertumbuhan perusahaan tidak mempengaruhi tinggi rendahnya nilai perusahaan. Berdasarkan

hasil ini, dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ditolak.

Hasil penelitian ini dapat memperkuat hasil penelitian (Dhani & Utama, 2017). Menurut (Dhani & Utama, 2017) apabila pertumbuhan perusahaan meningkat maka nilai perusahaan tidak akan mengalami peningkatan. Hal tersebut terjadi karena jika pertumbuhan perusahaan tinggi maka dana yang dibutuhkan untuk kegiatan operasional perusahaan juga tinggi. Sehingga jika perusahaan fokus pada pertumbuhan perusahaan maka perusahaan akan menggunakan sebagian besar dananya untuk ekspansi ataupun membiayai pertumbuhan perusahaan tersebut tanpa memperhatikan kesejahteraan pemegang saham. Saat hal tersebut terjadi maka dampaknya adalah investor tidak mempercayai perusahaan dan nilai perusahaan akan mengalami penurunan.

Dengan adanya hasil penelitian ini manajemen perusahaan sebaiknya tidak hanya berfokus pada tingkat pertumbuhan perusahaan, akan tetapi juga membuat kebijakan yang mensejahterakan para pemegang sahamnya. Sehingga selain perusahaan melakukan ekspansi atau perluasan usaha juga dapat diiringi dengan rutin memberikan dividen pada para pemegang sahamnya. Hal tersebut tentu saja akan menarik minat investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Dengan bertambahnya investor yang memberikan dananya, maka akan semakin meningkat juga nilai perusahaan.

Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 3, hasil Uji t menunjukkan bahwa koefisien variabel *DER* sebesar -2.576556 dengan nilai probabilitas 0.0000. Nilai probabilitas 0.0000 lebih kecil dari alpha 0.05 maka tolak H_0 , artinya *DER* berpengaruh negatif signifikan terhadap Tobins'Q. Hal tersebut berarti setiap kenaikan *DER* 1 satuan maka akan menurunkan Tobins'Q sebesar 2.576556 dengan asumsi *ceteris paribus*. Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi *DER* maka nilai perusahaan akan semakin rendah.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian (Dewi & Sudiartha, 2017) yang menyatakan bahwa penggunaan utang yang berlebihan akan mengurangi manfaat yang diterima atas penggunaan utang karena manfaat yang diterima tidak sebanding dengan biaya yang ditimbulkan akibat penggunaan utang yang tinggi. Sehingga proporsi utang yang rendah akan meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu investor juga menganggap jika perusahaan menggunakan utang dalam jumlah yang sedikit berarti kebutuhan dana eksternalnya rendah dikarenakan sumber dana internal (modal sendiri) sudah cukup tinggi sehingga resiko perusahaan akan kegagalan dalam melunasi utangnya juga semakin kecil. Hal tersebut menjadi sinyal bagi investor dalam mengambil keputusan investasi di suatu perusahaan.

Dengan adanya hasil penelitian ini, bagi manajemen perusahaan dirasa sangat penting untuk memperkuat kestabilan keuangan yang dimilikinya karena perubahan dalam struktur modal bisa menyebabkan perubahan nilai perusahaan. Oleh karena itu penggunaan utang untuk membiayai kegiatan perusahaan memerlukan pertimbangan risiko agar dapat mencapai struktur modal yang optimal guna memaksimalkan nilai perusahaan. Jika perusahaan mempunyai utang terlalu besar, maka dapat meningkatkan risiko kebangkrutan karena perusahaan harus membayar cicilan utang bersama bunganya. Selain itu, utang juga menyebabkan perusahaan rentan terhadap fluktuasi perubahan tingkat suku bunga dan gejolak perubahan nilai mata uang.

Pengaruh Perputaran Modal Kerja Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 3, hasil Uji t menunjukkan bahwa koefisien variabel *WCTO* sebesar 0.003977 dengan nilai probabilitas 0.0000. Nilai probabilitas 0.0000 lebih kecil dari alpha 0.05 maka tolak H_0 , artinya *WCTO* berpengaruh positif signifikan terhadap Tobins'Q. Hal tersebut berarti setiap kenaikan *WCTO* 1 satuan maka akan menaikkan Tobins'Q sebesar 0.003977 dengan asumsi *ceteris paribus*. Berdasarkan hasil

ini, dapat disimpulkan bahwa hipotesis perputaran modal kerja berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan diterima.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian (Setiawan, Susanti, & Nugraha, 2021) yang menyatakan bahwa perputaran modal kerja yang cepat akan menghasilkan tingkat pengembalian yang menguntungkan bagi perusahaan yang diperoleh dari hasil penjualan. Hal tersebut dikarenakan perputaran modal kerja yang tinggi menandakan perusahaan memiliki modal kerja yang cukup dan tidak mengalami kesulitan/hambatan dalam kegiatan produksinya. Sehingga tujuan perusahaan dalam mencapai laba yang maksimal akan tercapai. Hal tersebut akan meningkatkan kepercayaan investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut dan akan berakibat terhadap meningkatnya nilai perusahaan.

Dengan adanya hasil penelitian ini bahwa perputaran modal kerja berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, maka dari itu manajemen perusahaan agar lebih memperhatikan komponen-komponen yang mempengaruhi modal kerja. Jika perusahaan meningkatkan jumlah utang sebagai sumber dana untuk mendanai modal kerja, hal tersebut dapat meningkatkan resiko keuangan. Jika perusahaan tidak dapat mengelola dana yang diperoleh dari utang secara produktif, hal tersebut dapat memberikan pengaruh negatif dan berdampak terhadap menurunnya profitabilitas perusahaan. Sebaliknya jika perusahaan dapat mengelola modal kerja tersebut dengan baik dan digunakan untuk proyek investasi yang produktif, hal tersebut dapat memberikan pengaruh positif yang berdampak meningkatnya pendapatan perusahaan. Sehingga investor akan menilai perusahaan yang memiliki perputaran modal kerja yang tinggi menandakan bahwa perusahaan mampu meningkatkan efisiensi modal kerjanya sehingga tercapai laba yang maksimal dan berpengaruh pada peningkatan nilai perusahaan.

Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Struktur Modal dan Perputaran Modal Kerja Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 3, diperoleh hasil F hitung sebesar 50.06538 dengan nilai probabilitas 0.000000. Nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari alpha 0.05 maka tolak H_0 . Maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel *Growth*, *DER* dan *WCTO* berpengaruh terhadap Tobins'Q (nilai perusahaan). Sehingga informasi mengenai *Growth*, *DER* dan *WCTO* dianggap penting karena variabel tersebut menggambarkan kinerja dan kondisi perusahaan yang dapat dijadikan indikator oleh investor dalam menilai suatu perusahaan.

Berdasarkan tabel 3, didapatkan nilai *Adjusted R-Square* sebesar 0.822189 atau 82.22%. Hal ini berarti bahwa 82% keragaman variabel Tobins'Q dapat dijelaskan oleh variabel *Growth*, *DER* dan *WCTO*. Sedangkan sisanya sebesar 17.78% dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan untuk menganalisis pengaruh pertumbuhan perusahaan, struktur modal dan perputaran modal kerja terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar pada indeks IDX30 periode tahun 2019-2021, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar dalam indeks IDX30 periode 2019-2021.
2. Pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar dalam indeks IDX30 periode 2019-2021.

3. Perputaran modal kerja berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar dalam indeks IDX30 periode 2019-2021.
4. Pertumbuhan perusahaan, struktur modal dan perputaran modal kerja secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar pada indeks IDX30 periode tahun 2019-2021.

Saran

Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan atau mengganti variabel independen lain yang diduga memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini menggunakan *tobins'q* sebagai indikator untuk mengukur nilai perusahaan, untuk itu peneliti selanjutnya dapat menggunakan alternatif lain untuk mengukur nilai perusahaan seperti PER dan PBV. Diharapkan bagi penelitian selanjutnya untuk memperluas objek penelitian dan memperpanjang periode penelitian agar didapatkan hasil yang lebih akurat

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, A. Z. (2018). *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Aurelian, M., & Sha, T. L. (2020, Oktober). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara*, 2, 1586-1593.
- Chaidir. (2015). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Transportasi yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2014. *JIMFE(Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 1(2), 1-21.
- Darya, I. G. (2019). *Akutansi Manajemen*. Sidoarjo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Dewi, D. A., & Sudiartha, G. M. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Aset Terhadap Struktur Modal dan Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(4), 2222-2252.
- Dhani, I. P., & Utama, A. G. (2017). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Struktur Modal, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Airlangga*, 2(1), 135-148. Retrieved from www.jraba.org
- Ginting, G. (2021). *Investasi dan Struktur Modal*. Bandung: CV. Azka Pustaka.
- Husna, R., & Yuliasuti, R. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Kebijakan Dividen dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 9(No. 1), 1-16.
- Indrarini, S. (2019). *Nilai Perusahaan Melalui Kualitas Laba*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Jogiyanto, H. (2017). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Marwal, A. R. (2018). *Perputaran Modal Kerja Sebuah Perusahaan*. Makassar: Pusaka Almaida.
- Setiawan, M. R., Susanti, N., & Nugraha, N. M. (2021). Pengaruh Struktur Modal, Perputaran Modal Kerja dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Owner : Riset & Jurnal Akuntansi*, 208-218.
- Sulindawati, N. L., & Yuniarta, G. A. (2017). *Manajemen Keuangan sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis*. Depok: Raja Grafindo Persada.

Analisis Pengaruh Edukasi, Efikasi Keuangan, dan Penghasilan Terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal (Studi Pada Masyarakat Generasi Milenial Usia 22-40 Tahun di DKI Jakarta)

Dio Purnama¹⁾,

dio.purnama.ak18@mhs.wpnj.ac.id

Ali Masjono Muchtar²⁾

ali.masjonomuchtar@akuntansi.pnj.ac.id

Program Studi Manajemen Keuangan Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

The increasing interest in investment in Indonesia in the last five years has not yet reached the expected percentage level. DKI Jakarta as the capital city is also unable to contribute to the investment interest of the Indonesian people. This study aims to examine whether capital market education, financial efficacy, and income affect the investment interest of the millennial generation, especially the people of DKI Jakarta. This study is a quantitative study and obtained data from questionnaires distributed online. The results of the data processing were obtained from multiple linear regression tests conducted through SPSS. The results of research on 100 millennial generation respondents in DKI Jakarta aged 22-40 years that both education, financial efficacy, and income have a significant influence partially or simultaneously on investment interest.

Keywords: *Investment Interest, Education, Financial Efficacy, Income, Capital Market, OJK, BEI*

ABSTRAK

Meningkatnya minat investasi di Indonesia dalam kurun waktu lima tahun terakhir, masih belum juga mencapai tingkat presentase yang diharapkan. DKI Jakarta sebagai ibukota juga tidak mampu dalam memberikan kontribusi terhadap minat investasi masyarakat Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti apakah edukasi pasar modal, efikasi keuangan, dan penghasilan berpengaruh terhadap minat investasi generasi milenial khususnya masyarakat DKI Jakarta. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan memperoleh data dari kuesioner yang disebar secara online. Hasil olah data diperoleh dari uji regresi linier berganda yang dilakukan lewat SPSS. Adapun hasil penelitian atas 100 responden generasi milenial DKI Jakarta usia 22 – 40 tahun bahwa baik edukasi, efikasi keuangan, maupun penghasilan memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial maupun stimultan terhadap minat investasi.

Kata-Kata Kunci: Minat Investasi, Edukasi, Efikasi Keuangan, Penghasilan, Pasar Modal, OJK, BEI

¹ Dio Purnama. E-mail: dio.purnama@mhs.wpnj.ac.id

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Jumlah investor di pasar modal Indonesia terus meningkat selama tiga tahun terakhir, dimana pertumbuhannya pun selalu mencapai >30% di tiap tahunnya. Pertumbuhan tertinggi tercatat pada tahun 2021 yang mengalami kenaikan sebesar 92,99% dari tahun 2020 (KSEI,2021). Meski menunjukkan arah *trend* yang positif, jumlah keseluruhan investor masih tergolong kecil karena belum mencapai 5% rasionya jika dibandingkan dengan keseluruhan penduduk di Indonesia. Berdasarkan datapublikasi milik Kustodian Sentral Efek Indonesia(KSEI) tahun 2021, tercatat hanya sebesar 7.489.337 penduduk yang telah membuka rekening dan menjadi investor di pasar modal Indonesia. Sebagai negara yang memiliki 273 juta jiwa (Kemendagri, 2021), Rasio keterlibatan penduduk Indonesia dalam berinvestasi hanyasebesar 2.7%.

Rendahnya jumlah investor di Indonesiamaupun DKI Jakarta, mencerminkan rendahnya minat berinvestasi masyarakat di pasar modalIndonesia. Hal ini disebabkan karena rendahnya masyarakat yang melek dan sadar akan investasi.Direktur *Center of Economic and Law Studies* (Celios) Bhima Yudhistira (2022) mengatakanjumlah investor di Indonesia masih rendah, menurutnya budaya investasi di Indonesia masih butuh banyak akselerasi lagi. Banyak faktor yangmenjadi alasan rendahnya minat masyarakat Indonesia dalam berinvestasi, Salah satunya yakni rendahnya edukasi yang berdampak pada kurangnya literasi keuangan masyarakat Indonesia, khususnya terkait pasar modal. Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan InklusiKeuangan (SNLIK) ke tiga yang dilakukan OJK di tahun 2019, menunjukkan rendahnya indeks literasi keuangan nasional yang hanya sebesar 38,03%. Tidak hanya itu, OJK juga mengungkapkan rendahnya literasi keuangan khususnya bidang Pasar modal yang hanya mencapai 5%. Rendahnya presentase ini berdampak pada masyarakat Indonesia yang masih belum cukup baik dalam memahami bagaimana memutuskan pengelolaankeuangannya dengan baik.

Selain literasi, rendahnya minat masyarakat untuk berinvestasi juga dapat disebabkan dari kurangnya keberanian dan keyakinan diri seseorang untuk memulai investasi. Hal ini dikarenakan efikasi keuangan diri yang belum memadai pada masyarakat Indonesia. Efikasi keuangan adalah keyakinanpositif pada kemampuan untuk berhasil dalam mengelola keuangan (Brandon dan Smith, 2009).Tingkat efikasi keuangan yang dimiliki masyarakat Indonesia khususnya DKI Jakarta masih belum merata. Pasalnya, Badan Pusat Statistika (2021) mengungkapkan DKI Jakarta merupakan wilayah dengan pertumbuhan konsumsi tertinggi di Pulau Jawa (Lokadata, 2021). Tingginya tingkat konsumsi ini menggambarkan bahwa kurangnya keyakinan diri masyarakat untuk mengelola keuangannya, sehingga mereka lebih memilih untuk konsumtifdibanding menabung dan melakukan investasi.

Faktor kuat lain yang dapat mempengaruhi minat investasi yakni keberagaman penghasilan yang dimiliki oleh masyarakat Indonesia khususnya DKI Jakarta,yang dimana belum lagi biaya hidup yang harus mereka keluarkan dengan tinggal di daerah ibu kota. Badan Pusat Statistika mempublikasikanpendapatan per kapita wilayah DKI Jakarta sebesar Rp56,9 Juta/tahun 2020. Apabila dihitung, perbulannya masyarakat DKI Jakarta hanya memiliki rata – rata pendapatan Rp4.74 Juta per bulan. Sedangkan, Badan Pusat Statistikal Lewat hasil surveinya mengenai biaya hidup rumah tangga per tahun 2018, menyatakan rata –rata pengeluaran perkapita di DKI Jakarta yakni sebesar Rp4.446.770. Alur permasalahannya adalah pendapatan yang cukup dengan biaya hidup yang besar, mengakibatkan masyarakat tidak mampu menyisihkan uangnya yang dapat digunakan sebagai modal awal dalam berinvestasi. Hasil uraian diatas, menimbulkan pertanyaan yang harus segera diteliti dengan tujuan mengevaluasi apa yang sebenarnya menjadi alasan atas kurangnya minat masyarakatdalam berinvestasi dan mengakibatkan pasar modal di Indonesia yang kurang maju. Maka dari itu, Penelitian ini dilakukan sebagai bentuk mencari tahu bagaimana **Pengaruh edukasi, efikasi keuangan dan penghasilan atas minat berinvestasi di pasar modal dalam studi kasuswilayah DKI Jakarta.**

Rumusan Masalah

Meskipun meningkatnya jumlah investor mengindikasikan peningkatan minat berinvestasi di pasar modal, namun masih harus ditingkatkan lagi. Setidaknya jumlah investor di pasar modal dapat menembus target yakni 10 juta *Single Investor Identification* (BEI, 2021). Disisi lain literasi dan efikasi keuangan masih rendah dan situasi ini dapat menimbulkan eksese negatif yang dimanfaatkan oleh oknum tertentu untuk menipu masyarakat. Dan, tingginya tingkat pengeluaran masyarakat DKI Jakarta juga menjadi pemicu dalam menurunkan kemungkinan masyarakat untuk berinvestasi.

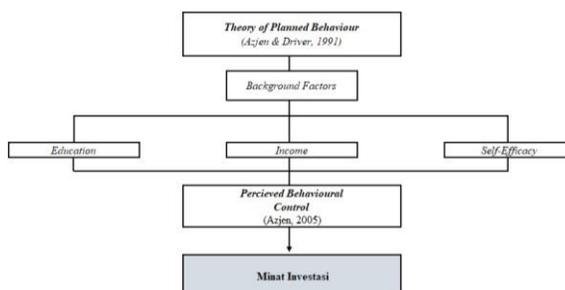
Tujuan

1. Untuk mendeskripsikan apakah edukasi, efikasi keuangan, dan penghasilan berpengaruh secara signifikan terhadap minat berinvestasi di pasar modal
2. Untuk mendeskripsikan apakah edukasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat berinvestasi di pasar modal?
3. Untuk mendeskripsikan apakah efikasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap minat berinvestasi di pasar modal?
4. Untuk mendeskripsikan apakah penghasilan berpengaruh secara signifikan terhadap minat berinvestasi di pasar modal?
5. Untuk mendeskripsikan apakah implikasinya penelitian ini terhadap responden?

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Penelitian ini dilakukan berdasarkan berbagai teori dan pendapat beberapa ahli yang berkaitan dengan variabel yang akan diteliti. Adapun teori tersebut digambarkan :



Teori Tindakan berencana atau *Theory of Planned Behavior* merupakan teori yang menjelaskan bagaimana seseorang dalam melakukan perilaku dipengaruhi oleh niat. Hal dasar yang menjadi alasan mengapa penelitian ini menggunakan *Theory Planned Behavior*, karena dalam teori ini mengungkapkan seseorang yang memiliki minat/keinginan atas sesuatu, maka seseorang akan berusaha untuk mewujudkannya. Seperti jika seseorang yang sudah mengetahui bahwa dengan berinvestasi akan mendapat keuntungan, seseorang akan memiliki minat dan keinginan untuk berinvestasi.

Pada ketiga konstruk dalam teorinya, penelitian ini menggunakan faktor persepsi kontrol perilaku, yakni perasaan seseorang mengenai mudah atau sulitnya mewujudkan suatu perilaku tertentu. Karena, penelitian ini ingin mengetahui bagaimana pengaruh Edukasi, Efikasi keuangan, dan Penghasilan terhadap minat investasi dari seseorang yang memiliki rentang umur 22 – 40 tahun.

Minat Investasi

Minat berinvestasi adalah keinginan untuk mencari tahu tentang jenis suatu investasi dimulai dari keuntungan, kelemahan, kinerja investasi dan lain sebagainya (Kusmawati, 2011).

Edukasi

Edukasi investasi adalah persepsi tentang pengetahuan atau ilmu yang telah diberikan, baik kepada mahasiswa melalui universitas atau dari pihak eksternal mengenai investasi di pasar modal (Hermanto, 2017).

Efikasi Keuangan

Efikasi keuangan adalah keyakinan positif pada kemampuan seseorang untuk berhasil dalam mengelola keuangannya (Brandon & Smith, 2009).

Penghasilan

Menurut Sadono Sukirno (47:2006) Penghasilan adalah pendapatan uang yang diterima dan diberikan kepada subjek ekonomi berdasarkan prestasi-prestasi yang diserahkan yaitu berupa pendapatan dari profesi yang dilakukan sendiri atau usaha perorangan dan pendapatan dari kekayaan.

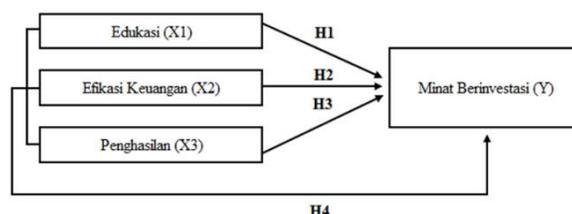
Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian terdahulu yang sejenis, terdapat bahwa adanya hasil penelitian yang bias terkait pengaruh edukasi, efikasi keuangan, dan penghasilan terhadap minat investasi. Terkait variabel edukasi, Dewi, M.P, dkk (2020), Sondang, Gusti (2021), Firman, Kayati (2020), Rosa Alfia, J.N (2020), Hasanah, F, dkk (2022), dan Tri Pangestika, E. R (2019) menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara edukasi terhadap minat investasi. Sedangkan Theresia, dkk (2019) dan Dasriyan (2018) menyatakan bahwa tidak adanya pengaruh yang signifikan antara edukasi/pengetahuan investasi terhadap minat investasi.

Terkait Efikasi Keuangan, Rosa Alfia, J.N (2020) dan Tri Pangestika, E. R (2019) menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara efikasi keuangan terhadap minat investasi, sedangkan hasil ini berbeda dengan penelitian Hasanah, F, dkk (2022) yang menyatakan tidak adanya pengaruh yang signifikan antara efikasi keuangan terhadap minat investasi.

Terkait pendapatan, Sondang, Gusti (2021) menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara pendapatan terhadap minat investasi, sedangkan hasil ini berbanding terbalik dengan penelitian Firman, Kayati (2020) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara pendapatan terhadap minat investasi. Maka dari itu, perbedaan/inkonsistensi hasil inilah yang merupakan gap dan menjadi alasan mengapa penelitian perlu dilakukan kembali.

Kerangka Pemikiran



Hipotesis

H1 : Edukasi berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi di Pasar Modal

H2 : Efikasi Keuangan berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi di Pasar Modal

H3 : Penghasilan berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi di Pasar Modal

H4 : Edukasi, Efikasi Keuangan, dan Penghasilan berpengaruh positif secara simultan terhadap minat berinvestasi di Pasar Modal

METODOLOGI PENELITIAN

Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah Pengaruh Edukasi, Efikasi Keuangan, dan Penghasilan terhadap Minat Investasi.

Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*, dimana yang menjadi pertimbangan dalam pengambilan data penelitian adalah sebagai berikut :

1. Masyarakat DKI Jakarta
2. Generasi milenial atau orang dengan usia 22 – 40 Tahun Sudah memiliki pekerjaan dengan penghasilan \geq Rp1.000.000

Untuk menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus slovin (Sugiyono, 2011:37), yakni sebagai berikut :

$$n = \frac{10,609,681}{1 + 10,609,681 \times (0.1)^2} = 99,999 \approx 100$$

Menggunakan rumus ini, dapat diperoleh bahwasannya jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 100 orang generasi milenial DKI Jakarta dengan rentang usia 22 – 40 tahun yang sudah memiliki penghasilan \geq Rp1.000.000.

Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data pada penelitian ini adalah kuantitatif, dan menggunakan data primer.

Metode Pengumpulan Data Penelitian

Pengumpulan data memiliki prosedur dimana peneliti akan menyebarkan kuesioner online dalam bentuk *google form* dan disebarluaskan oleh peneliti langsung baik secara tatap muka maupun tanpa tatap muka (digital).

Metode Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, karena tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat dan mengetahui pengaruh antara dua atau banyak variabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.737	3.122		2.478	.015
Edukasi	.923	.112	.619	8.220	.000
Efikasi_Keuangan	.145	.065	.160	2.242	.027
Penghasilan	.238	.107	.162	2.219	.029

Berdasarkan hasil uji regresi di atas, diterapkan langsung kepada model regresi yang telah ditentukan sebagai berikut,

$$Y = a + b1.X1 + b2.X2 + b3.X3$$

$$Y = 7.737 + 0.923.X1 + 0.145.X2 + 0.238.X3$$

Dilihat dari model regresi tersebut, dapat dijabarkan pada beberapa poin sebagai berikut,

1. Nilai konstanta (a) sebesar 7.737 yang mengartikan bahwasannya tanpa adanya pengaruh edukasi, efikasi keuangan, dan penghasilan, nilai minat investasi sebesar 7,737.
2. Nilai koefisien regresi untuk variabel Edukasi (X1) sebesar 0.923 yang mengartikan adanya pengaruh positif antara variabel independen Edukasi (X1) dengan variabel dependen minat investasi (Y). Hal ini mengindikasikan semakin tinggi edukasi (X1) akan berpengaruh terhadap semakin tinggi minat investasi (Y).
3. Nilai koefisien regresi untuk variabel Efikasi keuangan (X2) sebesar 0.145 yang mengartikan adanya pengaruh positif antara variabel independen Efikasi keuangan (X2) dengan variabel dependen minat investasi (Y). Hal ini mengindikasikan semakin tinggi Efikasi keuangan (X2) akan berpengaruh terhadap semakin tinggi minat investasi (Y).
4. Nilai koefisien regresi untuk variabel Penghasilan (X3) sebesar 0.238 yang mengartikan adanya pengaruh positif antara variabel independen Penghasilan (X3) dengan variabel dependen minat investasi (Y). Hal ini mengindikasikan semakin tinggi penghasilan (X3) akan berpengaruh terhadap semakin tinggi minat investasi (Y).

Uji Parsial (Uji-T)

Coefficients ^a				
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
	B	Std. Error	Beta	
1 (Constant)	7.737	3.122		2.478
Edukasi	.923	.112	.619	8.220
Efikasi_Keuangan	.145	.065	.160	2.242
Penghasilan	.238	.107	.162	2.219

Nilai F mengartikan bahwasannya terdapat pengaruh signifikan antara edukasi (X1), efikasi keuangan (X2), dan penghasilan (X3) secara bersama – sama (stimultan) terhadap minat investasi (Y), karena nilai f hitung berada lebih dari f tabel ($70.083 > 2.7$) dan nilai sig berada kurang dari 0.05 ($0.000 < 0.05$).

Uji Koefisien Determinasi (Uji-R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.829 ^a	.687	.677	2.784

Berdasarkan hasil uji regresi untuk memperoleh nilai t dan signifikansi di atas, makadapat dijabarkan pada poin – poin sebagai berikut,

Nilai R-Square mengartikan bahwa

1. Nilai T mengartikan bahwasannya terdapat pengaruh signifikan antara edukasi (X1) terhadap minat investasi(Y), karena nilai t hitung berada lebih dari t tabel ($8.220 > 1.98$) dan nilai sig berada kurang dari 0.05 ($0.000 < 0.05$).
2. Nilai T mengartikan bahwasannya terdapat pengaruh signifikan antara efikasi keuangan (X2) terhadap minat investasi (Y), karena nilai t hitung beradalebih dari t tabel ($2.242 > 1.98$) dan nilaisig berada kurang dari 0.05 ($0.027 < 0.05$).
3. Nilai T mengartikan bahwasannya terdapat pengaruh signifikan antara penghasilan (X3) terhadap minat investasi (Y), karena nilai t hitung beradalebih dari t tabel ($2.219 > 1.98$) dan nilaisig berada kurang dari 0.05 ($0.029 < 0.05$).

Uji Stimultan (Uji-F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1629.073	3	543.024	70.083	.000
Residual	743.837	96	7.748		
Total	2372.910	99			

besaran pengaruh yang signifikan antara edukasi(X1), efikasi keuangan (X2), dan penghasilan(X3) secara bersama – sama (stimultan) terhadapminat investasi (Y), sebesar 68.7%, sedangkan sisanya sebesar 31.3% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Pengaruh Edukasi Terhadap Minat Investasi

Adanya pengaruh ini sebagai pembuktianatas pernyataan Halim (2005) yangmengemukakan bahwa untuk melakukan investasi di pasar modal diperlukan pengetahuanyang cukup, pengalaman serta naluri bisnis untuk menganalisis efek-efek mana yang akan dibeli. Penyebab adanya pengaruh tersebut karena pengetahuan masyarakat generasi milenial DKI Jakarta akan investasi cukup baik, termasuk pengetahuan dasar nilai investasi dan *return*. Halini tentu karena berhasilnya inovasi baru BEI danOJK guna meningkatkan literasi di Indonesia lewat terobosan baru yang mereka ciptakan. Pernyataan ini didukung dari hasil kuesioner, masyarakat generasi milenial DKI Jakarta cenderung melakukan *browsing* internet dalam meningkatkan pengetahuan investasi mereka. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa layanan *website* edukasi digital yang disediakan oleh BEImemudahkan masyarakat untuk dapat memperoleh edukasi akan pentingnya investasi sekaligus pengetahuan bagaimana untuk melakukan investasi. Sehingga, dapat sejalan dengan hasil uji yang menyatakan bahwasannya pengetahuan terkait investasi memiliki peran penting terkait timbulnya minat investasi seseorang karena memiliki pengaruh yang signifikan dan bersifat positif.

Pengaruh Efikasi Keuangan Terhadap Minat Investasi

Adanya pengaruh ini sebagai pembuktian atas pernyataan Brandon & Smith (2009), yang mengemukakan bahwa seseorang yang memiliki efikasi keuangan diri akan memiliki minat untuk berinvestasi, karena mereka telah mengetahui keputusan investasi apa yang akan mereka ambildan memiliki keyakinan positif untuk berhasil mengelola investasi tersebut dan menciptakan keuntungan. Pada umumnya efikasi keuangan memiliki peran pada keputusan yang diambil dalam pengelolaan keuangan para remaja, dewasa dan orang tua. Maka dengan hal itu, keputusan seseorang untuk berinvestasi juga harus dimulai dari keyakinan yang ada pada dirinya sehingga akan timbul rasa percaya diri seseorang untuk bisa mengelola keuangannya dengan berinvestasi dan mendapatkan keuntungan. Sina (2013) menyatakan bahwa efikasi keuangan sebagai salah satu pemicu seseorang mengelola keuangan dengan benar. Berdasarkan pernyataan tersebut, dapatmempertegas penyebab adanya pengaruh efikasi keuangan terhadap minat investasi..

Pengaruh Penghasilan Terhadap Minat Investasi

Adanya pengaruh ini sebagai pembuktian atas pernyataan Srihartini, N. (2017) yang menjelaskan jika nilai penghasilan meningkat, maka nilai minat investasi seseorang juga akan meningkat dan begitu pula sebaliknya. Penyebab adanya pengaruh ini karena teraturnya pengelolaan keuangan pribadi masyarakat DKI Jakarta atas penghasilan yang dimiliki, seperti dengan rata – rata pendapatan yang dimiliki oleh responden sebesar > Rp4.000.000, hasil kuesioner memperoleh bahwa mereka mampu menyisihkan setidaknya $\geq 10\%$ dari penghasilannya untuk berinvestasi. Tidak hanya itu, mereka juga mampu menyesuaikan penghasilannya untuk berinvestasi terhadap biayatanggunan pendidikan dan tanggungan keluarga. Hal ini sekaligus membuktikan bahwa dengan penghasilan sebesar > Rp4.000.000 mereka mampu membiayai hidup dengan segala tanggungan kewajiban yang ada, bahkan dapat disihkan untuk berinvestasi. Dengan pernyataan tersebut, sejalan dengan hasil uji yang menyatakan bahwasannya penghasilan memiliki peran penting terkait timbulnya minat investasi seseorang karena memiliki pengaruh yang signifikan dan bersifat positif.

Pengaruh Edukasi, Efikasi Keuangan, dan Penghasilan Terhadap Minat Investasi

Melihat distribusi jawaban responden atas pertanyaan kuesioner yang telah disebar, variabel yang memiliki kontribusi rata ratatertinggi adalah variabel edukasi (X1) sebesar

4.50. Terbukti dengan strategi yang dihasilkan atas integrasi keduanya, membuahkan hasil yang baik terutama kemudahan akses bagi mereka masyarakat Indonesia dalam mendapatkan pengetahuan seputar investasi dan pasar modal secara mudah. Selain itu, variabel yang memiliki kontribusi rata rata tertinggi kedua adalah variabel penghasilan (X2) sebesar 4.28. Dibutuhkannya modal untuk berinvestasi, merupakan alasan konkrit pentingnya penghasilan sebagai pertimbangan keputusan seseorang dalam memulai untuk melakukan investasi. Seberapa besar penghasilan yang dimiliki seseorang, mempengaruhi kemampuan mereka untuk bisa menyisihkan uangnya sebagai modal dalam berinvestasi. Selanjutnya, variabel yang memiliki kontribusi rata rata paling rendah adalah variabel efikasi keuangan (X3) sebesar

4.17. Hal tersebut dapat terjadi karena keberagaman efikasi keuangan diri yang belum merata pada masyarakat DKI Jakarta. Rendahnya pengaruh efikasi keuangan jika dibandingkan dengan edukasi dan penghasilan, dikarenakan atas asumsi efikasi keuangan seseorang akan meningkat jika pengetahuan dan penghasilan yang dibutuhkan untuk berinvestasi sudah memadai.

Pada hakikatnya untuk memiliki minat dalam berinvestasi banyak hal yang menjadi pertimbangan. Pengetahuan sebagai bekal dalam melakukan investasi untuk dapat mencapai keuntungan berlipat – lipat, dan penghasilan sebagai syarat utama dalam melakukan investasi. Namun, tidak cukup jika mengandalkan pengetahuan dan penghasilan yang dimiliki saja, melainkan keyakinan diri juga harus ada. Sehingga, dengan kepercayaan diri ini mereka bisa mengelola keuangannya dengan baik di pasar modal, terutama dalam memilih jenis investasi yang tepat. Tidak hanya itu, hal ini juga membantu mereka dalam mencapai tujuan utamadari berinvestasi yakni memperoleh keuntungan dengan return yang berlipat – lipat dari modal awal yang mereka tanamkan.

Implikasi Penelitian Terhadap Responden

Tujuan daripada dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan implikasi khususnya secara akademis terhadap responden yakni masyarakat generasi milenial DKI Jakarta yang menjadi subjek penelitian. Utamanya, penelitian ini akan menjadi suatu pengetahuan baru dan pembelajaran bagi mereka khususnya masyarakat generasi milenial DKI Jakarta untuk mengetahui apa penyebab terkait rendahnya minat investasi di Indonesia khususnya DKI Jakarta.

1. Untuk meningkatkan minat investasi, masyarakat generasi milenial DKI Jakarta harus memiliki pengetahuan/edukasi terkait investasi dengan memahami dasar penilaian investasi dan return investasi.

Untuk meningkatkan minat investasi, masyarakat generasi milenial DKI Jakarta harus memiliki keyakinan diri untuk bisa berhasil dalam mengelola keuangannya dalam berinvestasi denganyakin dapat melakukan investasi dan yakin dapat menghadapi kesulitan saat berinvestasi.

2. Untuk meningkatkan minat investasi, penghasilan yang dimiliki masyarakat generasi milenial DKI Jakarta harus dapat dikelola dengan baik termasuk mengatur bahkan menyesuaikan penghasilannya dengan segala tanggungan yang menjadi kewajibannya, terhadap penghasilan yang disisihkan paling tidak $\geq 10\%$ untuk berinvestasi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti menyimpulkan beberapa poin sebagai berikut :

1. Variabel edukasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat investasi generasi milenial DKI Jakarta.
2. Variabel efikasi keuangan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat investasi generasi milenial DKI Jakarta.
3. Variabel penghasilan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat investasi generasi milenial DKI Jakarta.
4. Variabel edukasi, efikasi keuangan, dan penghasilan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat investasi generasi milenial DKI Jakarta.
5. Implikasi penelitian ini terhadap generasi milenial DKI Jakarta telah dirangkum sebagai berikut,

Masyarakat generasi milenial DKI Jakarta harus memanfaatkan secara maksimal terkait kemajuan teknologi dan kecepatan informasi dalam memperoleh pengetahuan, sehingga berdampak pada meningkatnya pengetahuan/edukasi terkait investasi dengan memahami dasar penilaian dan return investasi yang mendorong minat investasi semakin meningkat.

- a. Masyarakat generasi milenial DKI Jakarta harus menghilangkan keraguan untuk berinvestasi, melainkan harus adanya rasa keyakinan pada diri sendiri untuk dapat berhasil mengelola keuangannya dalam berinvestasi. Oleh karena itu, masyarakat generasi milenial DKI Jakarta harus memiliki keyakinan diri untuk bisa mengatasi kesulitan saat berinvestasi, dapat menemukan solusi saat nilai investasi turun, dan mampu menghadapi segala tantangan dalam berinvestasi, sehingga akan mendorong minat investasi untuk semakin meningkat.
- b. Masyarakat generasi milenial DKI Jakarta harus mengelola penghasilannya dengan segala tanggungan yang menjadi kewajibannya dengan baik, termasuk mengatur bahkan menyesuaikan terhadap penghasilan yang disisihkan paling tidak $\geq 10\%$ untuk berinvestasi. Hal ini berdampak pada meningkatnya minat investasi jika penghasilan yang mereka sisihkan untuk berinvestasi tidak terganggu.

SARAN

Bursa Efek Indonesia

1. Melakukan *branding* atas layanan yang disediakan oleh BEI. *Branding* ini dapat dilakukan lewat sosial media milik BEI, sosialisasi ke kampus dan sekolah yang ada di DKI Jakarta, serta lewat ads yang disebar lewat digital melalui *platform – platform* edukasi seperti Youtube, Instagram, dsb. Agar layanan edukasi digital BEI dapat dikenal lebih luas lagi dan merata ke seluruh masyarakat DKI Jakarta.
2. Membuat aplikasi pintar dalam *smartphone* yang berisikan versi mini dari *website* layanan edukasi digital BEI. Tentu, dengan perkembangan zaman seperti saat ini, ditambah kecepatan informasi dan teknologi di DKI Jakarta, akan mempermudah generasi milenial dalam memperoleh edukasi digital lewat layanan yang disediakan oleh BEI. Akan semakin baik jika layanan edukasi pada aplikasi tersebut tidak bersifat online, maka masyarakat tidak perlu membingungkan internet saat mengaksesnya.

Masyarakat Generasi Milenial DKI Jakarta

Terus meningkatkan pengetahuan akan berinvestasi, sehingga saat terjun dalam pasar modal nantinya telah memiliki keputusan investasi yang baik sehingga dapat menciptakan keuntungan. Terus melakukan disiplin manajemen keuangan pribadi, serta hilangkan keraguan saat melakukan investasi nantinya. Dengan hal tersebut, tentunya bukan hal yang tidak mungkin minat investasi terus meningkat baik di DKI Jakarta maupun Indonesia sekalipun.

Penelitian Selanjutnya

3. Penyebaran kuesioner lebih baik lagi, terutama memplotkan penyebaran kuesioner ke wilayah satu dan lainnya, serta menentukan berapa banyak responden dari berbagai wilayah agar dapat diisi secara merata.
4. Dapat menemukan variabel – variabel baru untuk memperoleh faktor lain yang mempengaruhi minat investasimasyarakat generasi milenial DKI Jakarta.
5. Memperbanyak responden sehingga dapat lebih mewakili daripada keseluruhan populasi yang diuji. Ataupun tidak masalah jika sampel dipersempit pada penelitian selanjutnya, seperti hanya menguji salah satu wilayah di DKI Jakarta sebagai contoh Jakarta Selatan, Jakarta Pusat, dsb untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat dengan skala yang lebih kecil.

REFERENSI

- Anggraeni, D. (2021). *Pengaruh Literasi Keuangan, Tingkat Pendapatan, dan Inklusi Keuangan Terhadap Minat dalam Berinvestasi Pasar Modal*. Jakarta: STEI Jakarta.
- ANTARA. (2019, Agustus 6). *Ekonomi*. Retrieved from Minat investasi di pasar modal masih rendah, ini alasannya: <https://www.antaranews.com/berita/996724/minat-investasi-di-pasar-modal-masih-rendah-ini-alasannya>
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Azjen. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 179 - 211.
- Bisnis. (2019, November 6). *Kesadaran Investasi Generasi Milenial Rendah, Konsumsi Masih Tinggi*. Retrieved Januari 2022, from Finansial Bisnis: <https://finansial.bisnis.com/read/20191106/55/1167422/kesadaran-investasi-generasi-milenial-rendah-konsumsi-masih-tinggi>
- BPKM. (2021). *Artikel Investasi*. Retrieved from Pentingnya Peran Investasi dalam Pertumbuhan Ekonomi Indonesia di Kala Pandemi: <https://www.investindonesia.go.id/id/artikel-investasi/detail/pentingnya-peran-investasi-dalam-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-di-kala-pand#:~:text=Investasi%20berpengaruh%20terhadap%20PDB&text=Pendapatan%20nasional%20atau%20PDB%20sangat,pada%20meningkatnya>
- BPS. (2018). *Survei Biaya Hidup (SBH) 2018 Jakarta*. Jakarta: BPS.
- BPS. (2019). *Pendapatan per Kapita DKI Jakarta*. Jakarta: Pemerintah Provinsi DKI Jakarta.
- BPS. (2021). *Rata-rata Pendapatan Bersih Sebulan Pekerja Informal*. Jakarta: BPS.
- Brandon, D. P. (2009). Prospective Teachers Financial Knowledge and Teaching Self Efficacy, *Journal of Family and Consumer Sciences Education*. Vol. 27 No. 1, 14 - 28.
- Brigham, E. F. (2010). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan* (11 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- CNN. (2018, April 19). *Alasan Generasi Milenial Lebih Konsumtif*. Retrieved Februari 2022, from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20180418215055-282-291845/alasan-generasi-milenial-lebih-konsumtif>
- Databooks. (2021, Januari 21). *Mayoritas Penduduk Jakarta adalah Milenial*. Retrieved from Databooks Katadata: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/01/25/mayoritas-penduduk-jakarta-adalah-milenial>
- Djajadi, I. (2022). *Pertumbuhan Jumlah Investor*. (D. Katadata, Interviewer) Databooks.
- Dwitadina, R. (2017). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Efikasi Keuangan terhadap Minat Mahasiswa S1-Ekonomi Berinvestasi di Pasar Modal*. Bandung: Universitas Kristen Maranatha.

- Fuadatul Hasanah, E. T. (2022). Dampak Motivasi Investasi, Persepsi Risiko, Literasi dan Efikasi Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal. *AKUNESA : Jurnal Akuntansi Unesa, Vol. 10*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro .
- Gunardi, H. (2019, Agustus 6). Rendahnya minat Investasi Pasar Modal. (ANTARA, Interviewer)
- Gunawan, Y. (2013). *PENGARUH PASAR MODAL TERHADAP PERTUMBUHAN PEREKONOMIAN INDONESIA*. Yogyakarta: Atma Jaya Yogyakarta.
- Hasan, I. (2006). *Analisis Data dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- IDX. (2021, Agustus Kamis). *OJK Ungkap Rendahnya Tingkat Literasi Pasar Modal RI, Hanya Lima Persen*. Retrieved Februari 2022, from IDX Channel: <https://www.idxchannel.com/market-news/ojk-ungkap-rendahnya-tingkat-literasi-pasar-modal-ri-hanya-lima-persen>
- Jumiati, I. (2018). *PENGARUH PENDIDIKAN KESEHATAN TERHADAP PENGETAHUAN DAN SIKAP BULLYING PADA SISWA DI SD NEGERI 01 NGESREP KECAMATAN BANYUMANIK KOTA SEMARANG*. Semarang: 2018.
- Kayati, F. H. (2020). *Pengaruh Sosialisasi, Pengetahuan, Pendapatan dan Umur Terhadap Minat* (Vol. 6). Cirebon: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam.
- KSEI. (2021). *Statistik Pasar Modal Indonesia*. Jakarta: KSEI.
- Kusnawati. (2011). Pengaruh Motivasi terhadap Minat berinvestasi di Pasar Modal Dengan Pemahaman. *Jurnal Ekonomi*.
- Lusardi, A. (2012). *Numeracy, financial literacy, and financial decision-making (No. 17821)* (Vol. 8). National bureau of economic research.
- Mahyarni. (2013). Theory Of Reasoned Action dan Theory Of Planned Behavior (sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku). *El-Riyasah*.
- Mannheim, K. (1952). The Problem of Generation. *Essays on the Sociology of Knowledge*, 276 - 322. Retrieved from <http://marcuse.faculty.history.ucsb.edu>
- Marbun, B. (2003). Kamus Manajemen. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Maulana, A. (2018). *Analisis pendapatan dan beban operasional dalam meningkatkan laba operasional pada pt. Kharisma pemasaran bersama nusantara*. Medan: UIN Sumatera Utara.
- NST, G. M. (2021). *Pengaruh Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan, dan Faktor Demografi Terhadap Pengambilan Keputusan Berinvestasi*. Medan: UMSU.
- Nur, C. &. (2018). *Pengaruh Pengetahuan Investasi dan Efikasi Diri Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2015*. Jakarta: FE UNJ.
- OJK. (2019). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan*. Jakarta: OJK.
- OJK. (2020, Desember 1). *Berita dan Kegiatan Publikasi*. Retrieved from Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2019: <https://www.ojk.go.id/id/berita-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Keuangan-2019.aspx>
- OJK. (2021). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI)*. Jakarta: OJK.
- Pajar, R. C. (2017). *Pengaruh Motivasi Investasi dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Pada Mahasiswa FE UNY*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Pajar, R. C. (2017). *PENGARUH MOTIVASI INVESTASI DAN PENGETAHUAN INVESTASI TERHADAP MINAT INVESTASI DI PASAR MODAL PADA MAHASISWA UNY*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Pilcher, J. (2017). *Women of Their Time : Generation, Gender Issues, and Feminism*. New York: Routledge.
- PINEM, V. A. (2021). *Pengaruh Pengetahuan Investasi, Persepsi Risiko, Modal Investasi Terhadap Minat berinvestasi di Pasar Modal*. Medan: USU.
- Puspitaningsih, F. (2017). *Pengaruh Efikasi Diri dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat*

- Berwirausaha melalui Motivasi. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, Vol. 2 No. 2, 223 – 235.
- Putra, d. (2015). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan, Experienced Regret, Dan Risk Tolerance Pada Pemilihan Jenis Investasi. *Journal of Bussiness and Banking*, 5, 271-282.
- Rendi Fedias Saputra, S. S. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal dengan Perkembangan Teknologi Digital Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi AKTIVA*, 2.
- Rosa Alfia, J. N. (2020). Pengaruh Pemahaman Investasi, Literasi Keuangan, dan Efikasi Keuangan Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal. *UMMETRO*.
- Rusda, D. A. (2020). *Faktor - Faktor yang mempengaruhi Minat Investasi di Pasar Modal pada Mahasiswa Kota Semarang*. Semarang: UNNES.
- Saepudin. (2018). *PENGARUH INVESTASI DAN TENAGA KERJATERHADAP PRODUK DOMESTIK REGIONAL BRUTO (PDRB) DI KOTA TANGERANG*. Banten: UIN Banten.
- Sambyanto, J. (2019, Oktober 30). Generasi Milenial memegang konsep You Only Live Once. (Kumpran, Interviewer)
- Sebayang, E. (2021, Desember). Jumlah Investordi Indonesia belum ideal. (D. Katadata, Interviewer)
- Shaari, N. A. (2013). Financial literacy. *A study among the university student*, Vol. 5 No. 2, 279 - 299.
- Soekartawi. (2002). *Faktor - Faktor Produksi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sondang R Hutapea, G. A. (2021, Mei - Agustus). Pengaruh Motivasi Investasi, Pengetahuan Investasi dan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, Vol. 11.
- Srihartini, N. (2017). *PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI DAN PENGHASILAN TERHADAP MINAT INVESTASI DI PASAR MODAL PADA MAHASISWA SI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA ANGKATAN 2014*. Jakarta: FE Universitas Negeri Jakarta.
- Statisik, B. P. (2021, Januari 21). *Mayoritas Penduduk Jakarta adalah Milenial*. Retrieved Maret 2022, from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapubli/sh/2021/01/25/mayoritas-penduduk-jakarta-adalah-milenial>
- Stiggins, R. (1994). *Student-Centered Classroom Assessment*. New York: Macmillan College Publishing Company.
- Sugiyono. (2010). *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, S. (2006). *Pengantar Teori Makro Ekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sukirno, S. (2006). *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Sunjoyo, d. (2013). *Aplikasi SPSS untuk Smart Riset*. Bandung: Alfabeta.
- Syaifuddin, A. (2010). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Syariah Diyah Wulandari, S. S. (2020). Pengaruh Edukasi Investasi, Persepsi Return, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Berinvestasi Saham. *STAIMU*.
- Tandelilin, E. (2010). *Portofolio dan Investasi Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Kanisius.
- Tri Pangestika, E. R. (2019). Literasi dan Efikasi Keuangan Terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, Vol. 12, Hal. 37 - 42.
- Umar, H. (1996). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Thesis bisnis*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Wibowo, A. R. (2020). *PENGARUH PENGETAHUAN, PENDAPATAN, DAN KEMAJUAN TEKNOLOGI TERHADAP MINAT INVESTASI MASYARAKAT DI PASAR MODAL SYARIAH*. *Jurnal Ilmiah FEB UB*.
- Wiyanto. (2017). *Pengaruh Modal Investasi*

- Minimal, Pengetahuan Investasi, dan Preferensi Risiko Terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa.*
Depok: Universitas Sanata Dharma.
- Yudhistira, B. (2022, Januari). Jumlah Investor di Indonesia masih rendah. (C. Indonesia, Interviewer)
- Yusuf, P. (2009). *Hubungan Kualitas Pelayanandengan Kepuasan Pengusaha di Kawasan Berikat pada Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe A2 Tangerang.* Jakarta: Library UI.
- Zuhri, A. U. (2019). Pengaruh Manfaat, Pengetahuan Dan Edukasi Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah. *Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4, 129 - 138.

Pembentukan Portofolio Optimal Saham Pada Indeks *IDX Quality 30* Menggunakan Pendekatan *Single Index Model* Tahun 2022

Robby Setiawan Gautama Putra¹⁾

robby.setiawangautamaputra.ak18@mhs.w.pnj.ac.id

Sabar Warsini²⁾

sabar.warsini@akuntansi.pnj.ac.id

Program Studi Manajemen Keuangan Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

The presence of influencers who reference a stock without explaining a risk can have a bad impact on investors if left unchecked so that it will cause losses, as a result investors will lose confidence to invest in the capital market. This study aims to establish an stock optimal portfolio on the *IDX Quality 30* index using the *Single Index Model* approach. This type of research is a descriptive research with a quantitative approach. 22 stocks were selected as research samples using purposive sampling method for the period February 2021 – February 2022. The results of this analysis were 10 stocks that make up the optimal portfolio with the proportion of LSIP (1.81%), PTBA (8.16%), ITMG (16.59%), BMRI (9.08%), BJTM (5.49%), SIDO (22.70%), KLBF (5.01%), UNTR (2.49%), LINK (11.12%), and TLKM (17.55%). The results of the analysis show that the expected return on the portfolio is 0.16% with a risk level of 0.04%. Ensure that the optimal portfolio built can be recommended because it is spread over several sectors and is more effectively used by investors who have a risk averse risk profile.

Keywords: optimal portfolio, *IDX Quality 30* index, *Single Index Model*.

ABSTRAK

Kehadiran *influencer* yang merekomendasikan suatu saham tanpa menjelaskan suatu risikonya dapat memberikan dampak buruk bagi investor apabila dibiarkan terus-menerus sehingga akan menimbulkan kerugian, akibatnya investor akan kehilangan kepercayaan untuk berinvestasi di pasar modal. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan pembentukan portofolio optimal saham pada indeks *IDX Quality 30* menggunakan pendekatan *Single Index Model*. Jenis penelitian ini adalah penelitian deksriptif dengan pendekatan kuantitatif. Terpilih 22 saham yang dijadikan sampel penelitian dengan metode *purposive sampling* periode Februari 2021 – Februari 2022. Hasil analisis ditemukan 10 saham pembentuk portofolio optimal dengan proporsi LSIP (1,81%), PTBA (8,16%), ITMG (16,59%), BMRI (9,08%), BJTM (5,49%), SIDO (22,70%), KLBF (5,01%), UNTR (2,49%), LINK (11,12%), dan TLKM (17,55%). Hasil perhitungan analisis menunjukkan tingkat *expected return* portofolio sebesar 0,16% dengan tingkat risiko sebesar 0,04%. Tentunya Portofolio optimal yang dibangun dapat direkomendasikan karena tersebar ke beberapa sektor dan lebih efektif digunakan oleh investor yang memiliki profil risiko *risk averse*.

Kata kunci : Portofolio Optimal, Indeks *IDX Quality 30*, *Single Index Model*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada akhir tahun 2021, kinerja IHSG selama tahun 2021 mengalami penguatan harga yang signifikan hingga mencapai 602,41 poin atau 10,08% secara *year to date* (ytd) ke level 6.581 per tanggal 30 Desember 2021 (www.idx.co.id, 2021). Tentunya kinerja IHSG selama satu tahun silam masih lebih baik daripada tahun 2020, dimana selama tahun 2020 IHSG mengalami pelemahan mencapai 320,47 poin atau turun sebesar 5,09%. Kenaikan performa IHSG selama tahun 2021 disebabkan karena meningkatnya kepercayaan pasar terhadap upaya pemerintah dalam pengendalian terhadap pandemi dan kegiatan vaksinasi secara massal di seluruh Indonesia.

Penguatan IHSG selama tahun 2021 tentu salah satunya didorong dari indeks *IDX Quality 30* yang mengalami penguatan harga. Sejak diluncurkan sejak Agustus 2020 lalu, indeks ini terus mengalami pergerakan yang tidak terlalu stabil walaupun secara berkala terus mengalami peningkatan. Berdasarkan data dari www.idx.co.id, performa indeks *IDX Quality 30* selama tahun 2021 terus mengalami peningkatan hingga mencapai 0,221 poin atau 0,15% secara *year to date* (ytd) ke level 145,043 per tanggal 30 Desember 2021. Tentunya investor mempunyai harapan yang tinggi agar dapat memaksimalkan keuntungan dan meminimalisir risiko dengan berinvestasi pada kondisi pasar saat ini.

Dengan semakin baiknya kondisi IHSG maupun indeks *IDX Quality 30*, nyatanya berbanding terbalik dengan fenomena yang terjadi pada saat ini yang dimana investor di pasar modal ketika berinvestasi tidak mengetahui saham yang layak untuk diinvestasikan yang mengakibatkan investor melakukan pengambilan keputusan investasi berdasarkan pendapat tokoh publik atau saran dari *influencer* (Segara, 2021). Investor yang mengikuti saran rekomendasi *influencer* pada umumnya tidak memiliki latar belakang ekonomi dan enggan untuk mempelajarinya sehingga ingin mengambil jalan pintas untuk mengikuti rekomendasi *influencer* demi mendapatkan kepastian keuntungan (Kawet, 2022). Dikutip dari www.cnbcindonesia.com, tidak sedikit *influencer* yang merekomendasikan saham tertentu di media sosial dengan tujuan mengajak masyarakat untuk membeli saham yang menjanjikan keuntungan tanpa menjelaskan risiko yang jelas. Kehadiran *influencer* tersebut didalam pasar modal dapat memberikan dampak kerugian investasi apabila dibiarkan terus-menerus sehingga dapat menyebabkan turunnya kepercayaan investor dalam berinvestasi.

Tentunya fenomena ini terjadi karena masih kurangnya pemahaman edukasi investor ketika berinvestasi. Kurangnya pemahaman investor ini masih terjadi karena rendahnya tingkat literasi keuangan pasar modal dan pemanfaatan teknologi digital pasar modal yang menyebabkan banyak investor yang mengalami kerugian karena mengikuti tren investasi dengan kurangnya ilmu dan pengetahuan (Kwee, 2021). Otoritas Jasa keuangan mencatat tingkat literasi keuangan pasar modal hanya diangka 5%, hal ini masih terbilang jauh daripada tingkat literasi keuangan yang rata-rata berada diangka 38% sehingga dikhawatirkan investor mudah terjerumus investasi berkedok penipuan. Hal ini juga diikuti dengan minimnya pemanfaatan teknologi oleh masyarakat mengenai penggunaan internet dalam dunia pasar modal saat pandemi *Covid-19*. Survei pada 2021 yang dicatat oleh Otoritas Jasa Keuangan menunjukkan tahun penggunaan internet untuk layanan jasa keuangan investasi yaitu *online trading* hanya 0,1% sebagai tujuan pertama, 0,2% sebagai tujuan kedua dan 0,7% sebagai tujuan ketiga dari total secara keseluruhan.

Investor harus mengetahui bahwa aspek yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan investasi tidak hanya mempertimbangkan aspek *return* saja, tetapi mempertimbangkan aspek risiko juga. Istilah umum yang sering ditemui dalam berinvestasi yaitu "*High Risk, High Return*" dimana istilah tersebut mempunyai makna jika investor ingin berinvestasi dengan *return* yang tinggi maka akan dihadapkan dengan risiko yang tinggi pula sehingga *trade-off* dari kedua faktor tersebut merupakan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi (Raihan, Kurniawan, Tasa, Marjuwan, & Dzikra, 2021)

Risiko kerugian dapat timbul akibat dari ketidakpastian atas harga aset yang diinvestasikan akan menjadi lebih kecil daripada *return* yang diharapkan. Seorang investor harus menghindari risiko kerugian dengan cara memilih strategi yang tepat untuk digunakan sebagai keputusan investasi dengan mempertimbangkan kedua faktor tersebut (Oktaviani dan Wijayanto, 2016). Ada konsep teori Markowitz yang menyebutkan "*do not put all your eggs in one basket*", dimana merujuk pada seorang investor

diharapkan tidak menempatkan semua modal yang dimiliki ke dalam satu keranjang. Hal tersebut dilakukan untuk mendiversifikasikan portofolio sehingga dapat meminimalisir terjadinya risiko kerugian dengan mempertimbangkan aspek *return* dan risiko. Untuk terhindar dari kerugian investasi tentunya investor dapat melakukan analisa *return* dan risiko melalui pembentukan portofolio optimal agar dapat memilih saham rekomendasi yang layak untuk diinvestasikan sehingga terhindar dari rekomendasi yang tidak berlandaskan risiko yang jelas.

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Single Index Model* untuk menentukan portofolio optimal karena pendekatan ini merupakan metode yang relatif lebih sederhana daripada pendekatan Markowitz. Metode Markowitz memerlukan perhitungan risiko dan kovarian dengan menggunakan matriks hubungan varian dan kovarian sehingga membutuhkan perhitungan yang kompleks, tetapi pada metode *Single Index Model* risiko dapat diukur melalui dua komponen yaitu risiko pasar dan risiko unik perusahaan sehingga perhitungan risiko pun lebih sederhana (Tandelilin, 2017). Metode ini juga dapat mengurangi beberapa variabel perhitungan dengan tetap memiliki periode perhitungan yang lebih panjang dan sampel yang lebih banyak tetapi memiliki keakuratan hasil yang lebih tinggi sehingga dapat mengatasi ketidakpastian pada kondisi di pasar modal (Pratama 2015). Pendekatan *Single Index Model* juga mempertimbangkan perhitungan *return* setiap aset pada *return* indeks pasar dan asumsi ini merujuk bahwa sekuritas akan berkorelasi hanya jika sekuritas-sekuritas tersebut mempunyai respon yang sama terhadap perubahan yang terjadi pada pasar (Tandelilin, 2017).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Masruroh dan Putra (2021) didapatkan hasil portofolio saham optimal pada indeks Kompas 100 dengan temuan besar *return* ekspektasi portofolio yaitu sebesar 2,79% per bulan dengan risiko sebesar 1,23% per bulan. Kemudian penelitian dari Nugroho (2020) didapatkan hasil portofolio optimal saham pada indeks JII dengan temuan besar *Expected return* sebesar 0.7547 dan risiko sebesar 0.0940.

Dari beberapa penelitian terdahulu tersebut, ditemukan beberapa perbedaan hasil temuan yang diteliti karena perbedaan indeks yang dianalisis serta periode pengamatan. Penulis tertarik untuk melakukan Pengaplikasian saham menggunakan *IDX Quality 30* karena saham yang termasuk kedalam indeks ini merupakan saham yang memiliki kinerja perusahaan dengan fundamental baik dan laju kinerja indeks *IDX Quality 30* selama tahun 2021 sedang mengalami peningkatan performa sehingga hal ini bisa memenuhi keterbatasan penelitian terlebih dahulu dan mengembangkan dari penelitian sebelumnya. Data pengamatan dalam penelitian ini menggunakan data harian untuk menghindari hasil yang bias dan mempunyai hasil yang mendekati dari harga sesungguhnya. Periode penelitian ini selama Februari 2021 hingga Februari 2022 karena merupakan data terbaru dengan kondisi perekonomian Indonesia yang sedang mengalami pemulihan ekonomi nasional sehingga akan bermanfaat untuk investor dalam mengambil keputusan ketika berinvestasi pada periode berikutnya. Adapun judul penelitian yang akan diteliti oleh penulis adalah “Pembentukan Portofolio Optimal Saham Pada Indeks *IDX Quality 30* Menggunakan Pendekatan *Single Index Model* Tahun 2022”

Rumusan Masalah

Investor cenderung menghindari risiko dan memaksimalkan keuntungan dengan melakukan pengambilan keputusan investasi berdasarkan pendapat tokoh publik atau saran dari *influencer* sedangkan tidak sedikit *influencer* merekomendasikan suatu saham tanpa mempertimbangkan aspek risiko yang mengakibatkan kerugian investasi. Permasalahannya bagaimana cara investor menanggung risiko tersebut yang disebabkan karena kurangnya pengetahuan dalam menganalisis dan mempertimbangan faktor risiko saat melakukan pengambilan keputusan investasi. Hal yang harus dilakukan untuk meminimalisir risiko tersebut adalah dengan melakukan pembentukan portofolio optimal sehingga investor dapat menentukan pilihan saham yang akan diinvestasikan dan seberapa besar proporsi dana yang di alokasi agar menciptakan tingkat *expected return* yang tinggi dengan tingkat risiko yang terukur.

ujuan

1. Mengidentifikasi saham-saham pada indeks *IDX Quality 30* yang memenuhi kriteria pembentukan portofolio optimal dengan menggunakan pendekatan *single index model*.
2. Menghitung jumlah proporsi dana dari masing-masing saham indeks *IDX Quality 30* yang memenuhi kriteria pembentukan portofolio optimal dengan menggunakan pendekatan *single index model*.

3. Menghitung tingkat risiko dan *return* portofolio optimal indeks *IDX Quality 30* dengan menggunakan pendekatan *single index model*
4. Memberikan rekomendasi untuk investor pada portofolio optimal indeks *IDX Quality 30* menggunakan pendekatan *single index model* sebagai pengambilan keputusan investasi.

TINJAUAN PUSTAKA

Investasi Saham

Investasi saham merupakan bentuk penanaman modal dengan tujuan mendapatkan *return* di masa yang akan datang atas investasinya yang dilakukan sekarang berupa dividen dan *capital gain* sebagai imbalan atas risiko (Tandelilim, 2017).

Indeks Harga Saham

Indeks harga saham merupakan indikator yang menggambarkan sebagian atau keseluruhan kondisi pasar apakah sedang naik, stabil atau turun. (Hakim NS, 2018).

Indeks *IDX Quality 30*

Menurut website dari BEI (www.idx.co.id), indeks ini merupakan konstituen *IDX 80* yang mengukur kinerja harga saham yang memiliki nilai solvabilitas (ROE) tinggi, profitabilitas (DER) baik, dan *earning variability* melalui EPS (*Earning Per Share*) stabil atau meningkat dengan likuiditas transaksi serta kinerja keuangan yang baik

Return Investasi Saham

Sumber-sumber *return* dapat diklasifikasikan ke dalam dua jenis, yaitu (Hartono, 2017:83) :

1. *Realized Return*

Realized return dapat dikatakan sebagai *return* yang sudah terjadi. *Return* realisasi biasanya digunakan sebagai pengukur kinerja dari suatu perusahaan. *Return* realisasi ini juga bertujuan untuk dasar acuan dalam penentuan *expected return* (return ekspektasian) serta risiko yang akan terjadi.

2. *Expected Return*

Expected return merupakan *return* yang sifatnya belum terjadi karena *return* ini merupakan *return* yang diharapkan oleh investor dimasa yang akan datang dengan membagi jumlah tingkat *return realization* dengan jumlah sekuritas pada periode tertentu.

Risiko Investasi Saham

Manajemen investasi modern menjelaskan bahwa risiko dibagi menjadi dua macam (Tandelilim, 2017:116):

1. *Systematic Risk* (Risiko Sistematis)

Risiko yang berkaitan dengan perubahan di pasar secara keseluruhan yang akan mempengaruhi variabilitas *return* suatu investasi.

2. *Unsystematic Risk* (Risiko Tidak Sistematis)

Risiko yang tidak terkait dengan perubahan yang terjadi pasar secara keseluruhan namun dari perubahan kondisi mikro perusahaan penerbit sekuritas.

Portofolio Saham

Diversifikasi artinya penyebaran, sementara diversifikasi risiko adalah penyebaran risiko ke dalam beberapa aset. Pentingnya membentuk suatu portofolio yang optimal ketika berinvestasi agar dapat mendiversifikasikan risiko kerugian dengan menyebarkan dana ke berbagai aset yang berbeda. Hal ini bertujuan untuk memaksimalkan tingkat *return* dan risiko yang sudah terukur. Kondisi *return* yang maksimal pada portofolio optimal yaitu diharapkan memiliki nilai *actual return* yang lebih tinggi daripada *expected return* yang didapatkan.

Pembentukan portofolio optimal dapat menggunakan beberapa model pendekatan, yaitu Model Indeks Tunggal atau Model *Markowitz* (Prasetyo & Suarjana, 2020). Analisis Model *Markowitz* dapat dilakukan pada portofolio yang terdiri dari aset yang berisiko saja dan tidak memperhitungkan biaya transaksi (Hartono, 2017:388). Tahun 1963 Wiliam Sharpe melakukan pengembangan model *Markowitz* dengan melakukan penyederhanaan perhitungan parameter yang ada didalam *Markowitz* yang disebut dengan model indeks tunggal (*single index model*). Pendekatan *single index model* ini dapat membantu

investor untuk memilih saham mana saja yang optimal dengan melakukan perbandingan antara tingkat *Excess Return to Beta* (ERB) dan titik pembatas/*Cut-off point* (Ci) (Pratama, 2019).

Portofolio Metode Single Index Model

Model indeks tunggal dapat menggambarkan bahwa harga dari suatu sekuritas berfluktuasi searah dengan indeks harga pasar sehingga *return-return* dari sekuritas mungkin berkorelasi karena adanya reaksi umum (*common response*) terhadap perubahan nilai pasar. Persamaan model indeks tunggal dapat dirumuskan sebagai berikut (Hartono, 2017:429):

$$R_i = \alpha_i + \beta_i \cdot R_m + e_i$$

Keterangan:

R_i = *Return* saham i

R_m = *Return* indeks pasar

α_i = Komponen dalam *return* saham i yang independen terhadap *return* pasar

β_i = Tingkat keuntungan indeks pasar

e_i = Residual Error (selisih antara *expected return* dengan *realized return*)

Menurut Tandelilin (2017:140) Perhitungan *return* sekuritas dalam model indeks tunggal melibatkan dua komponen utama yaitu :

- a. Komponen *return* yang terkait dengan keunikan perusahaan (α)
- b. Komponen *return* yang terkait dengan pasar (β)

Komponen keunikan perusahaan (α) berkaitan dengan kejadian-kejadian mikro yang hanya mempengaruhi perusahaan yang bersangkutan seperti adanya ekspansi perusahaan atau rencana penyesuaian jumlah tenaga kerja. Komponen yang terkait dengan pasar (β) berkaitan dengan kejadian-kejadian makro yang mempengaruhi seluruh perusahaan seperti kenaikan/penurunan suku bunga, peningkatan/penurunan inflasi maupun kebijakan moneter.

Rekomendasi Pengambilan Keputusan Portofolio Optimal

Tentunya portofolio optimal dapat direkomendasikan apabila memiliki tingkat *return* yang tinggi namun mempunyai tingkat risiko yang rendah dan diharapkan mampu menghasilkan *actual return* lebih daripada apa yang diekspetasikan. Pemilihan saham rekomendasi pembentuk portofolio optimal metode *single index model* akan berisi oleh saham yang mempertimbangkan nilai *Excess Return to Beta* (ERB) dan *Cut Of Point* (Ci). Penyusunan Portofolio optimal didasarkan pada nilai ERB yang lebih tinggi daripada *Cut Off Point* (C^*). Saham yang memiliki nilai ERB yang lebih rendah daripada *Cut Off Point* (Ci) maka tidak dimasukkan ke dalam portofolio optimal. Pembentukan portofolio optimal yang dibangun investor harus mampu memberikan *actual return* yang lebih tinggi daripada *expected return* dimana tingkat keuntungan yang diharapkan (*expected return*) harus lebih besar dari tingkat keuntungan pasar dan tingkat keuntungan aset bebas risiko serta memiliki tingkat risiko portofolio yang dibentuk lebih rendah dari *expected return*.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deksriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan pada penelitian ini merupakan data sekunder berupa daftar saham *indeks IDX Quality 30*, harga penutupan penyesuaian saham, IHSG, dan *7 Days Repo Rate* yang bersumber dari www.idx.co.id, finance.yahoo.com dan www.bi.go.id.

Objek Penelitian

Objek penelitian ini yaitu saham-saham yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan terdaftar secara aktif dalam indeks *IDX Quality 30* dimulai dari Februari 2021 sampai Februari 2022

Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan menggunakan Teknik dokumentasi yaitu mengumpulkan data dengan mengakses beberapa *website* resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id), Yahoo Finance (www.finance.yahoo.com), dan Bank Indonesia (www.bi.go.id).

Metode Pengambilan Sampel

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Purposive Sampling* dimana kriteria yang menjadi pertimbangan dalam penentuan sampel adalah:

1. Merupakan saham yang termasuk ke dalam indeks *IDX Quality 30* secara berturut-turut selama periode penelitian
2. Perusahaan yang berturut-turut menerbitkan laporan keuangan perusahaan selama periode penelitian
3. Perusahaan yang tidak pernah melakukan aksi korporasi perusahaan selama periode penelitian.

Adapun ditemukan 22 saham Indeks *IDX Quality 30* yang memenuhi kriteria sehingga dapat dijadikan sampel penelitian yang selanjutnya akan dilakukan perhitungan.

Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *Single Index Model*. Adapun tahapan dalam analisis penelitian ini sebagai berikut (Pratama, 2019) :

1. Perhitungan *realized return* (R_i) dan *expected return* ($E(R_i)$) masing-masing saham.
 - a. Realized return (R_i)

$$R_i = \frac{(P_t - P_{t-1})}{P_{t-1}}$$

Keterangan:

R_i = Return Realisasi suatu saham

P_t = Harga penutupan suatu saham pada bulan ke-t

P_{t-1} = Harga penutupan suatu saham pada bulan sebelumnya t-1

- b. *Expected Return* ($E(R_i)$)

$$E(R_i) = \frac{\sum R_i}{N}$$

Keterangan :

$E(R_i)$ = *Expected Return* saham i

R_i = Return realisasi saham i

n = Jumlah Periode

2. Perhitungan return pasar (RM), *expected return* ($E(RM)$)
 - a. Return Pasar (RM)

$$R_m = \frac{(IHSG_t - IHSG_{t-1})}{IHSG_{t-1}}$$

Keterangan:

R_m = Tingkat *return* pasar

$IHSG_t$ = Harga penutupan IHSG pada hari ke-t

$IHSG_{t-1}$ = Harga penutupan IHSG pada hari sebelumnya t-1

- b. *Expected Return* Pasar ($E(RM)$)

$$E(R_m) = \frac{\sum_{i=1}^N R_m}{n}$$

Keterangan:

$E(R_m)$ = Rata-rata *return* pasar

R_m = Tingkat *return* pasar

n = Jumlah data

3. *Standard deviation* Saham (σ^2) dan varian Pasar (σ)
 - a. Standar Deviasi dan Varian Saham

$$\sigma_i = \sqrt{\sum_{t=1}^n \frac{[R_i - E(R_i)]^2}{n-1}}$$

σ_i = Standard deviation Saham i

R_i = Return realisasi saham i

$E(R_i)$ = Expected Return saham i

n = Jumlah data

Varian adalah kuadrat dari deviasi standar sehingga pengukuran risiko juga dapat dinyatakan dalam bentuk varian (*Variance*) (Hartono, 2017:306).

b. Varian Pasar

$$\sigma_m = \sqrt{\sum_{t=1}^n \frac{[R_m - E(R_m)]^2}{n-1}}$$

σ_m = Standard deviation pasar

R_i = Return realisasi pasar

$E(R_i)$ = Expected Return pasar

n = Jumlah data

4. Covariance Saham dengan Pasar

$$\sigma_{im} = \sum_{t=1}^n \frac{(R_i - E(R_i)) \cdot (R_m - E(R_m))}{n-1}$$

Keterangan:

σ_{im} = covariance antara return saham I dan pasar

R_i = Return saham

$E(R_i)$ = Expected return saham i

R_m = Market Return

$E(R_m)$ = Expected return pasar

5. Perhitungan Beta (β) dan Alpha (α) saham

$$\beta_i = \frac{\sigma_{im}}{\sigma^2_m}$$

Keterangan:

β_i = Beta saham i

σ_{im} = Covariance antara return saham i dan pasar

σ^2_m = Variance pasar

$E(R_m)$ = Expected return pasar

$$\alpha_i = E(R_i) - (\beta_i \cdot E(R_m))$$

Keterangan :

α_i = Alpha saham i

$E(R_i)$ = Expected return saham i

β_i = Beta saham i

$E(R_m)$ = Expected return pasar

6. Perhitungan variance dari kesalahan residu

$$\sigma_{ei}^2 = \sigma_i^2 - \beta_i^2 \cdot \sigma_m^2$$

Keterangan

σ_i^2 = Variance saham i

β_i^2 = kuadrat dari beta saham

σ_m^2 = Variance pasar

σ_{ei}^2 = variance dari kesalahan residu

7. Return of Free Risk Asset

Return of Free Risk Asset yang digunakan dalam penelitian ini adalah data harian dari Suku Bunga 7 day repo rate

8. Perhitungan Excess Return to Beta (ERB)

$$ERB_i = \frac{E(R_i) - R_f}{\beta_i}$$

Keterangan:

ERB_i = Excess return to beta i

$E(R_i)$ = Expected return saham i

R_f = Risk free asset return

β_i = Beta saham i

9. Perhitungan Cut-off Point Candidate (Ci)

$$C_i = \frac{\sigma_m^2 \sum_{j=1}^i A_j}{1 + \sigma_m^2 \sum_{j=1}^i B_j}$$

Keterangan:

C_i = Cut off Point

σ_m^2 = Varians return pasar

$A_i = \frac{(E(R_i) - R_f) \cdot \beta_i}{\sigma_{ei}^2}$

$B_i = \frac{\beta_i^2}{\sigma_{ei}^2}$

10. Penentuan Portofolio Optimal

menentukan nilai C_i saham yang mempunyai nilai terbesar (C^*) lalu dibandingkan dengan nilai ERB masing-masing saham. Jika nilai ERB lebih besar daripada nilai C^* maka termasuk saham optimal. Jika nilai ERB lebih kecil daripada nilai C^* , maka tidak dalam saham optimal.

11. Perhitungan Proporsi Dana

Menghitung besarnya skala timbangan dari masing-masing saham melalui rumus :

$$Z_i = \frac{\beta_i}{\sigma_{ei}^2} (ERB_i - C^*)$$

Keterangan:

Z_i = skala dari timbangan masing-masing saham

β_i = Beta saham i

σ_{ei}^2 = variance dari kesalahan residu

ERB_i = Excess return to beta i

C^* = Nilai terbesar Cut off Point

Menentukan besar proporsi berdasarkan skala timbangan masing-masing saham melalui rumus :

$$W_i = \frac{Z_i}{\sum_{i=1}^N Z_j}$$

Keterangan:

W_i = Proporsi dana

Z_j = Total skala dari timbangan masing-masing saham

Z_i = skala dari timbangan masing-masing saham

12. Perhitungan *Alpha* dan *Beta*

a. Beta Portofolio

$$\beta_p = \sum_{i=1}^N W_i \cdot \beta_i$$

b. Alpha Portofolio

$$\alpha_p = \sum_{i=1}^N W_i \cdot \alpha_i$$

13. Perhitungan *Expected return* Portofolio $E(R_p)$

$$E(R_p) = \alpha_p + \beta_p \cdot E(R_m)$$

Keterangan :

$E(R_p)$ = *Expected Return* Portofolio

α_p = Alpha Portofolio

β_p = Beta Portofolio

$E(R_m)$ = *Expected return* pasar

14. Perhitungan Risiko Portofolio

$$(\sigma_p^2) = (\beta_p^2 \cdot \sigma_m^2) + \sum_{i=1}^n W_i \cdot \sigma_{ei}^2$$

Keterangan :

σ_p^2 = Risiko Portofolio

β_p = Beta Portofolio

σ_m^2 = Varian pasar

W_i = Proporsi dana

σ_{ei} = varian residu

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 Hasil Sampel Penelitian

No	Kode Saham	Nama Saham
1	ACES	Ace Hardware Indonesia Tbk.
2	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk
3	GGRM	Gudang Garam Tbk.
4	HMSP	H.M. Sampoerna Tbk.
5	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.
6	MYOR	Mayora Indah Tbk.
7	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tbk.
8	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.
9	PTBA	Bukit Asam Tbk.
10	ITMG	Indo Tambangraya Megah Tbk.
11	BMRI	Bank Mandiri (Persero) Tbk.
12	BJTM	Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk.
13	BBRI	Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.
14	SIDO	Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk.
15	KLBF	Kalbe Farma Tbk.
16	MIKA	Mitra Keluarga Karyasehat Tbk.
17	ASII	Astra International Tbk.
18	UNTR	United Tractors Tbk.
19	LINK	Link Net Tbk.
20	TLKM	Telkom Indonesia (Persero) Tbk.
21	PWON	Pakuwon Jati Tbk.
22	DMAS	Puradelta Lestari Tbk.

Keterangan:

Terpilih 22 saham *IDX Quality 30* yang memenuhi kriteria dan menjadi sampel penelitian

Tabel 2 Expected Return Sampel Penelitian

No	Kode Saham	Expected Return	standar Deviasi	No	Kode Saham	Expected Return	standar Deviasi
1	ITMG	0,0036	0,0293	12	CPIN	0,0001	0,0208
2	LINK	0,0019	0,0253	13	ASII	0,0001	0,0189
3	TLKM	0,0014	0,0171	14	DMAS	- 0,0001	0,0169
4	SIDO	0,0012	0,0137	15	ICBP	- 0,0001	0,0147
5	PTBA	0,0011	0,0208	16	GGRM	- 0,0003	0,0170
6	BMRI	0,0008	0,0166	17	PWON	- 0,0004	0,0217
7	UNTR	0,0006	0,0235	18	MIKA	- 0,0008	0,0225
8	KLBF	0,0006	0,0173	19	HMSP	- 0,0009	0,0165
9	LSIP	0,0005	0,0237	20	ACES	- 0,0012	0,0218
10	BJTM	0,0005	0,0147	21	MYOR	- 0,0016	0,0164
11	BBRI	0,0002	0,0177	22	UNVR	- 0,0021	0,0202

Keterangan :

Kode saham ITMG memiliki nilai expected return tertinggi sedangkan UNVR memiliki nilai expected return terendah

Kode saham ITMG memiliki standar deviasi tertinggi sedangkan SIDO memiliki standar deviasi terendah

Tabel 3 Expected Return dan Standar Deviasi Pasar

INDEKS	IHSG
<i>Expected Return</i> (E(R _m))	0,05%
Standar Deviasi	0,70%

Tabel 4 Covariance Pasar dengan Saham

No	Kode Saham	Covariance	No	Kode Saham	Covariance
1	PWON	0,000073	12	HMSA	0,000039
2	ASII	0,000070	13	BJTM	0,000036
3	BMRI	0,000066	14	MYOR	0,000031
4	BBRI	0,000056	15	CPIN	0,000030
5	PTBA	0,000055	16	GGRM	0,000030
6	LSIP	0,000054	17	DMAS	0,000028
7	UNTR	0,000051	18	ICBP	0,000027
8	TLKM	0,000048	19	KLBF	0,000027
9	ITMG	0,000047	20	ACES	0,000026
10	UNVR	0,000044	21	MIKA	0,000023
11	LINK	0,000042	22	SIDO	0,000009

Keterangan:

Saham SIDO memiliki *covariance* terendah daripada saham lainnya dan bernilai positif sehingga seluruh sampel penelitian yang diuji mempunyai korelasi yang positif terhadap IHSG.

Tabel 5 Beta dan Alpha Sampel Penelitian

No	Kode Saham	Beta	Alpha	No	Kode Saham	Beta	Alpha
1	ACES	0,5338	-0,0015	12	KLBF	0,5474	0,0003
2	ASII	1,4266	-0,0006	13	LINK	0,8640	0,0015
3	BBRI	1,1474	-0,0003	14	LSIP	1,1057	-0,0000
4	BJTM	0,7322	0,0002	15	MIKA	0,4671	-0,0010
5	BMRI	1,3485	0,0002	16	MYOR	0,6338	-0,0019
6	CPIN	0,6105	-0,0002	17	PTBA	1,1127	0,0005
7	DMAS	0,5721	-0,0003	18	PWON	1,4943	-0,0011
8	GGRM	0,6022	-0,0005	19	SIDO	0,1929	0,0011
9	HMSA	0,7857	-0,0013	20	TLKM	0,9683	0,0009
10	ICBP	0,5567	-0,0004	21	UNTR	1,0277	0,0001
11	ITMG	0,9546	0,0032	22	UNVR	0,9003	-0,0025

Keterangan:

Kode saham PWON memiliki nilai beta tertinggi dan SIDO memiliki nilai beta terendah. Nilai alpha merupakan variabel pengukuran risiko sistematis perusahaan.

Kode saham ITMG memiliki nilai alpha tertinggi dan UNVR memiliki nilai alpha terendah. Nilai alpha merupakan variabel yang mengukur return saham yang independen terhadap return pasar.

Tabel 6 Varian Residual Sampel Penelitian

No	Kode Saham	Varian Residual	No	Kode Saham	Varian Residual
1	ITMG	0,00081338	12	DMAS	0,00027028
2	LINK	0,00060425	13	GGRM	0,00026981
3	LSIP	0,00050065	14	ASII	0,00025711
4	UNTR	0,00050035	15	MYOR	0,00024989
5	MIKA	0,00049436	16	BBRI	0,00024735
6	ACES	0,0004625	17	TLKM	0,0002472
7	CPIN	0,00041453	18	HMSA	0,00024035
8	PTBA	0,00037033	19	ICBP	0,00020155
9	UNVR	0,00036886	20	BJTM	0,00018937
10	PWON	0,0003611	21	BMRI	0,00018769
11	KLBF	0,00028564	22	SIDO	0,00018653

Keterangan:

Kode saham ITMG memiliki varian residual paling tinggi dan SIDO memiliki varian residual terendah. Nilai varian residual merupakan risiko unik yang timbul dari masing-masing perusahaan.

Tabel 7 Nilai ERB Sampel Penelitian

No	Kode Saham	ERB	No	Kode Saham	ERB
1	SIDO	0,0056	12	CPIN	0,0000
2	ITMG	0,0037	13	ASII	-0,0000
3	LINK	0,0021	14	DMAS	-0,0003
4	TLKM	0,0013	15	PWON	-0,0003
5	PTBA	0,0009	16	ICBP	-0,0003
6	KLBF	0,0008	17	GGRM	-0,0006
7	BJTM	0,0006	18	HMSP	-0,0013
8	BMRI	0,0005	19	MIKA	-0,0019
9	UNTR	0,0005	20	UNVR	-0,0025
10	LSIP	0,0004	21	ACES	-0,0025
11	BBRI	0,0001	22	MYOR	-0,0027

Keterangan:

Terdapat 12 saham yang memiliki nilai ERB positif sehingga memiliki kelebihan *expected return* dari *return risk free asset* yang diukur dalam beta.

Tabel 8 Ai, Bi, Ci Saham Sampel penelitian

No	Kode Saham	Ai	Bi	Ci
1	ACES	-1,5477	616,0961	-0,0000738
2	ASII	-0,2108	7915,1934	-0,0000075
3	BBRI	0,6210	5322,7713	0,0000242
4	BJTM	1,5711	2831,1485	0,0000678
5	BMRI	5,0019	9688,4806	0,0001665
6	CPIN	0,0186	899,1054	0,0000009
7	DMAS	-0,3199	1210,7788	-0,0000148
8	GGRM	-0,8119	1344,2553	-0,0000374
9	HMSP	-3,3575	2568,4639	-0,0001465
10	ICBP	-0,5250	1537,3908	-0,0000240
11	ITMG	4,1256	1120,3190	0,0001922
12	KLBF	0,8907	1049,1325	0,0000416
13	LINK	2,6167	1235,4593	0,0001212
14	LSIP	0,9936	2441,7632	0,0000436
15	MIKA	-0,8327	441,3653	-0,0000400
16	MYOR	-4,2698	1607,6628	-0,0001945
17	PTBA	2,9195	3343,2584	0,0001232
18	PWON	-1,9132	6183,8215	-0,0000721
19	SIDO	1,1179	199,5043	0,0000544
20	TLKM	4,9599	3792,7937	0,0002054
21	UNTR	1,0620	2110,8796	0,0000473
22	UNVR	-5,3916	2197,6255	-0,0002391

Keterangan:

Nilai Ci tertinggi dimiliki oleh saham TLKM, sehingga akan dijadikan sebagai *Cutt-off point* (C*) yang selanjutnya akan dibandingkan dengan nilai ERB masing-masing saham.

Tabel 9 Hasil Keputusan Portofolio Optimal

No	Kode Saham	ERB i	C*	Keputusan
1	SIDO	0,0056	0,0002	Optimal
2	ITMG	0,0037	0,0002	Optimal
3	LINK	0,0021	0,0002	Optimal
4	TLKM	0,0013	0,0002	Optimal
5	PTBA	0,0009	0,0002	Optimal
6	KLBF	0,0008	0,0002	Optimal
7	BJTM	0,0006	0,0002	Optimal
8	BMRI	0,0005	0,0002	Optimal
9	UNTR	0,0005	0,0002	Optimal
10	LSIP	0,0004	0,0002	Optimal
11	BBRI	0,0001	0,0002	Tidak Optimal
12	CPIN	0,0000	0,0002	Tidak Optimal
13	ASII	0,0000	0,0002	Tidak Optimal
14	DMAS	-0,0003	0,0002	Tidak Optimal
15	PWON	-0,0003	0,0002	Tidak Optimal
16	ICBP	-0,0003	0,0002	Tidak Optimal
17	GGRM	-0,0006	0,0002	Tidak Optimal
18	HMSP	-0,0013	0,0002	Tidak Optimal
19	MIKA	-0,0019	0,0002	Tidak Optimal
20	UNVR	-0,0025	0,0002	Tidak Optimal
21	ACES	-0,0025	0,0002	Tidak Optimal
22	MYOR	-0,0027	0,0002	Tidak Optimal

Keterangan:

Ditemukan 10 saham yang membentuk portofolio optimal saham karena memiliki nilai $ERB > C^*$.

Tabel 10 Pembobotan Saham Optimal

No	Kode Saham	Zi	Wi	Bobot (%)
1	SIDO	5,5824	0,2270	22,70%
2	ITMG	4,0807	0,1659	16,59%
3	LINK	2,7348	0,1112	11,12%
4	TLKM	4,3176	0,1755	17,55%
5	PTBA	2,0065	0,0816	8,16%
6	KLBF	1,2333	0,0501	5,01%
7	BJTM	1,3513	0,0549	5,49%
8	BMRI	2,2332	0,0908	9,08%
9	UNTR	0,6114	0,0249	2,49%
10	LSIP	0,4449	0,0181	1,81%
Jumlah		24,5961	1,0000	100,00%

Keterangan:

Saham SIDO memiliki bobot terbesar dan saham LSIP memiliki bobot terkecil dalam portofolio optimal.

Tabel 11 Hasil Ringkasan Penilaian Portofolio Optimal

$E(R_m)$ (IHSG)	0,05%	Systematic Risk (%)	0,003%
$E(R_f)$ (SBI)	0,01%	Unsystematic Risk (%)	0,038%
$E(R_p)$ (IDX Q-30)	0,16%	Total Risiko Portofolio (%)	0,041%

Keterangan:

Hasil penelitian ditemukan portofolio optimal menunjukkan nilai *expected return* portofolio yang dihasilkan sebesar 0,16% dan risiko portofolio yang dihasilkan sebesar 0,04%.

KESIMPULAN

Dari hasil analisis dan pembahasan penelitian pada pembentukan portofolio optimal pada indeks *IDX Quality 30* saat pemulihan ekonomi, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Terdapat 10 dari 22 sampel penelitian dari indeks *IDX Quality 30* yang membentuk portofolio optimal menggunakan pendekatan *sigle index model*. Saham pembentuk portofolio optimal indeks *IDX Quality 30* yaitu BJTM, BMRI, ITMG, KLBF, LINK, LSIP, PTBA, SIDO, TLKM dan UNTR.
2. Besarnya proporsi masing-masing saham pembentuk portofolio optimal indeks *IDX Quality 30* menggunakan pendekatan *single index model* yaitu saham BJTM sebesar 22,70% ; saham ITMG sebesar 16,59%; saham LINK sebesar 11,12%; saham TLKM 17,55%; saham PTBA sebesar 8,16%; saham KLBF sebesar 5,01%; saham BJTM sebesar 5,49%; saham BMRI sebesar 9,08%; saham UNTR sebesar 2,49%; dan saham LSIP sebesar 1,81%.
3. Besarnya *expected return* yang dihasilkan pada portofolio optimal indeks *IDX Quality 30* menggunakan pendekatan *single index model* yaitu 0,16% serta besarnya nilai total risiko yang ditanggung sebesar 0,04%.
4. Pembentukan portofolio optimal pada indeks *IDX Quality 30* menggunakan pendekatan *single index model* dapat direkomendasikan karena memiliki sepuluh saham pembentuk portofolio optimal yang tersebar ke beberapa sektor seperti *consumer non-cyclical* yaitu LSIP; sektor *energy* yaitu PTBA dan ITMG; sektor *financials* yaitu BMRI dan BJTM; sektor *healthcare* yaitu SIDO dan KLBF; sektor *industrials* yaitu UNTR; dan sektor *infrastructure* yaitu LINK dan TLKM. Adapun *expected return* yang dihasilkan portofolio optimal memiliki nilai yang lebih besar daripada *return* pasar dan *risk free asset return* dan risiko yang dihasilkan masih lebih rendah daripada *expected return* portofolio sehingga dapat dijadikan sebagai pengambilan keputusan investasi. Dari aspek risiko pun portofolio optimal yang terbentuk dari saham pada indeks *IDX Quality 30* dengan menggunakan pendekatan *single index model* ini cenderung memiliki saham-saham yang memiliki nilai beta dibawah 1 sehingga pengambilan keputusan investasi ini dapat lebih efektif digunakan oleh investor yang memiliki profil risiko *risk averse*.

KETERBATASAN

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yaitu:

1. Data penelitian ini dilakukan selama satu tahun dimulai dari Februari 2021 sampai Februari 2022 dikarenakan dalam proses perhitungan dimulai menggunakan data terakhir harga saham yaitu pada Februari 2022, diharapkan peneliti selanjutnya untuk memperpanjang periode penelitian sehingga dapat memperkuat hasil penelitian.
2. Fokus dalam penelitian ini yaitu untuk membentuk portofolio optimal, diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengevaluasi kinerja portofolio optimal sehingga portofolio yang sudah dibangun masih memiliki kinerja yang baik dan sesuai dengan tujuan investasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, & Pratama. (2019). Analisis Pembentukan Portofolio Optimal dengan Menggunakan Model Indeks Tunggal (Studi Saham LQ45 Periode 2014-2016). *Jurnal manajemen dan Kewirausahaan*, 4(2), 153-162. Retrieved Februari 20, 2022
- Anggraini, R., & Andayani. (2013). Analisis Pembentukan Portofolio Optimal Menggunakan Model Indeks Tunggal Untuk Pengambilan Keputusan Investasi. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 2(6).
- Bodie, Z., Kane, A., & Marcus, A. J. (2018). *Investment*. Retrieved Februari 16, 2022
- Darmawan, I. P., & Purnawati, N. K. (2015). Pembentukan Portofolio Optimal Pada Saham-Saham Di Indeks LQ 45 Dengan Menggunakan Model Indeks Tunggal. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(12), 4335-4361. Retrieved April 14, 2022
- Effendi. (2017). Analisis Risiko Sistematis Dan Risiko Tidak Sistematis Terhadap Expected Return Saham Dalam Pembentukan Portofolio Optimal Indeks Saham LQ45. *Jurnal Manajerial Bisnis*, 1(2), 178-193. Retrieved Maret 13, 2022
- Febrianti, S., Marjono, & Apriani, T. (2021). Pembentukan Portofolio Optimal Saham Syariah yang Terdaftar di JII dengan Metode Single Index Model. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(3). Retrieved April 15, 2022
- Firdaus, I., Anah, S., & Nadira, F. (2018). 2012-2016), Analisis Pembentukan Portofolio Optimal Menggunakan Model Indeks Tunggal (Studi Kasus Saham Lq45 Yang Terdaftar Di Bei Tahun. *Jurnal Ekonomi Universitas Tarumanegara*, XXII, 203-225. Retrieved Februari 20, 2022
- Hadi, N. (2013). *PASAR MODAL : Acuan Teoritis dan Praktis Investasi di Instrumen Keuangan Pasar Modal* (Vol. pertama). Yogyakarta: Graha Ilmu. Retrieved Februari 27, 2022
- Hakim NS, D. (2018). *Manajemen Investasi dan Teori Portofolio*. Bandung: STIE INABA. Retrieved Maret 14, 2022
- hartono, J. (2017). *Portofolio dan Analisis Investasi*. Yogyakarta.
- Husnan, S. (2015). *Dasar-dasar Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas* (kelima ed.). Yogyakarta: UPP STIM YKPN. Retrieved Maret 5, 2022
- Jayati, N., Handayani, S. R., & Z.A, Z. (2017). Analisis Metode Single Index Model Dalam Pembentukan Portofolio Optimal Untuk Menurunkan Risiko Investasi (Studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar Dalam Indeks Idx30 Periode Agustus 2013–Juli 2016). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 49, 96-105. Retrieved Maret 12, 2022
- Kustodian Sentral Efek Indonesia. (2021, Desember). *Press Release*. Retrieved from KSEI (Indonesian Central Securities Depository): https://www.ksei.co.id/files/uploads/press_releases/press_file/id-id/203_berita_pers_tutup_tahun_2021_dengan_optimisme_pasar_modal_indonesia_lebih_baik_20211230130225.pdf
- Kwee, H. (2021, Oktober). Waspada Beli Saham Hasil Pompom Influencer, Ini Risikonya! (Y. Hema, Interviewer) Retrieved April 15, 2022
- Manajemen Portofolio : Penerapannya Dalam Invesasi Saham*. (2012). Jakarta: Salemba Empat. Retrieved Februari 27, 2022
- Mardhiyah, A. (2017). PERANAN ANALISIS RETURN DAN RISIKO DALAM INVESTASI. *J-EBIS (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 2(1). Retrieved April 15, 2022
- Margana, I. G., & Artini, L. G. (2017). Pembentukan Portofolio Optimal Menggunakan Model Indeks Tunggal. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(2), 748-771. Retrieved April 15, 2022
- Mary, J., & Rathika, G. (2015). The Single Index Model and the Construction of Optimal Portfolio With CNX Pharma Scrip. *International Journal Of Management*, 6(1), 87-96.
- Masruroh, A. H., & Putra, I. S. (2021). Analisis Pengambilan Keputusan Investasi Saham melalui Portofolio Optimal Pada Indeks Kompas 100. *Jurnal Penelitian & Terapan*, 6, 104-117. Retrieved Februari 20, 2022
- Nugroho. (2020). Portofolio Optimal Saham Menggunakan Model Indeks Tunggal Studi Empirik Pada Saham-Saham jakarta Islamic Index (JII) Periode 2014-2018. *Jurnal Riset Akuntansi dan Manajemen*, 9, 44-51. Retrieved Februari 20, 2022

- Nuzula, N. F., & Nurlaili, F. (2020). *Dasar-dasar manajemen Investasi* (Pertama ed.). Malang. Retrieved Februari 15, 2022
- Pratama. (2019). Analisis Pembentukan Portofolio Optimal Saham Optimal Menggunakan Metode Single Index Model (Studi Emoiris pada Saham Indeks LQ45 di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 16(1), 48-60. Retrieved Februari 20, 2022
- Raihan, Kurniawan, Tasa, Marjuwan, & Dzikra. (2021). Analisis Konsep Risk dan Return.
- Ramadhani, P. I. (2022). *Influencer Saham Menjamur, Bursa Wanti-Wanti Investor Pemula*. Jakarta: Liputan 6. Retrieved Juli 22, 2022, from <https://www.liputan6.com/saham/read/4895376/influencer-saham-menjamur-bursa-wanti-wanti-investor-pemula>
- Rosdiana, & Syaichu. (2012). Analisis Optimalisasi Portofolio Saham Syariah(Pada Jakarta Islamic Index Tahun 2006-2010).
- Sari, F. A., & Sisdyani, E. A. (2014). Analisis Januari Effect di Pasar Modal Indonesia. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 6(2), 237-248. Retrieved Juli 07, 2022
- Segara, T. (2021, September 29). OJK : Anak Muda Alami Rugi Investasi karena Diperdaya Influencer, Kok Bisa? (M. Suhasbi, Interviewer) Retrieved April 15, 2022
- Setiawan, S. (2017). Analisis Portofolio Optimal Saham-Saham LQ45 Menggunakan Single Index Model Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2016. *Journal of Accounting and Business Studies*, 1(2), 1-19. Retrieved April 15, 2022
- Shafania, A., Yusna, & Haris, Z. A. (2021). Pembentukan Portofolio Optimal Menggunakan Single Index Model Sebagai Pertimbangan investasi. *Jurnal Seminar nasional Gabungan Bidang Sosial*, 104-111. Retrieved Maret 22, 2022
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Retrieved Februari 5, 2022
- Sulistyowati, N. (2012). Analisis Pembentukan Portofolio Optimal Menggunakan Model Indeks Tunggal untuk Pengambilan Keputusan Investasi (Studi Kasus Saham LQ 45 di BEI Periode Agustus 2008-Januari 2011). *Jurnal Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro*. Retrieved April 14, 2022
- Widodo, L. (2021). Strategi BEI Dukung Pertumbuhan Pasar Modal pada 2022. (M. I. Avisena, Interviewer) Jakarta: medcom.id.
- Wisambudi, M. B., Sudjana, N., & Topowijono. (2014). Analisis Pembentukan Portofolio Optimal Dengan Menggunakan Model Indeks Tunggal (Studi Pada Saham JII periode 2011-2013). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Retrieved Februari 28, 2022
- Zubir, Z. (2012). *Manajemen Portofolio : Penerapannya Dalam Investasi saham*. Jakarta: Salemba Empat. Retrieved Februari 25, 2022
- Zuhri, & Kristianto. (2018). Analisis Pembentukan Portofolio Optimal Berbasis Single Index Model Untuk Pengambilan Keputusan Investasi. *Jurnal Riset Perbankan Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 57-78. Retrieved April 12, 2022