

ECOBUSS

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Panca Marga

Pengaruh Penerapan GCG dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Moderating 69-77

Mitha Otik Wiraswati, Nikma Yucha, Cholifatul Janah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo

Peran Koperasi Syariah Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil (UMK) Pada KOSSUMA Kota Jambi 78-89

Rezky Dwi Putri, Rafidah, Ahmad Syahrizal
Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Syaifuddin Jambi

Pengaruh Lifestyle, Social Environment, Dan Financial Islamic Literacy Terhadap Consumption Behavior Mahasiswa Bidikmisi 90-100

Ratih Herawati, Elfira Maya Adiba
Universitas Trunojoyo Madura

Pengaruh Self Leadership Dan Kematangan Emosi terhadap Disiplin Kerja (Studi pada Bank Syariah di Pematangsiantar) 101-109

Yosua Sagala, Arif Murti
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis-Universitas Pertamina

Pengaruh Good Corporate Governance Dan Firm Size Terhadap Kinerja Keuangan 110-119

Mohammad Iskak Elly, Elok Dwi Vidiyastutik, Nurul Izzah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Panca Marga

Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Tahu Di Desa Air Teluk Kiri Kecamatan Teluk Dalam Kabupaten Asahan 120-126

Tari Fhon Na Arifin, Sugianto Sugianto, Siti Aisyah
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Pengaruh Kualitas Makanan Dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Berkunjung Ulang Wisatawan Di Objek Wisata Kebun Teh Wonosari Malang 127-133

Raihan Wishal Nafis, Junaidi Junaidi, Putri Damayanti,
M. Hizam Fikri, Regita Febriyanti
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Panca Marga



Jurnal Ilmiah E C O B U S S

(Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis)
ISSN Online : 2722-8622, Print : 2337 - 9340

Volume 11, Nomor 2, September 2023

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa, sehingga Jurnal Ilmiah Ecobuss Volume 11 Nomor 2 Edisi September 2023 dapat diterbitkan. Jurnal Ecobuss (Economic and Business) merupakan Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis yang meliputi Ilmu Manajemen, Akuntansi, Bisnis/Kewirausahaan, Studi Pembangunan maupun Pendidikan Ekonomi yang diterbitkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Panca Marga Probolinggo. Jurnal ini adalah hasil penelitian dan hasil pemikiran dari Civitas Fakultas Ekonomi dan pihak luar yang berminat pada perkembangan ilmu ekonomi serta terbit secara berkala setiap bulan Maret dan bulan September.

Redaksi berharap agar Jurnal ini terus dapat dikembangkan sehingga bisa terakreditasi pada masa-masa mendatang. Untuk itu Redaksi mengundang para peneliti agar dapat memanfaatkan Jurnal ini untuk mempublikasikan hasil penelitian atau pemikirannya.

Terima kasih kepada semua pihak yang telah berpartisipasi pada penerbitan jurnal Ecobuss ini dan semoga jurnal ini bisa bermanfaat bagi semua pihak.

Probolinggo, September 2023

Tim Redaksi

Alamat Redaksi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Panca Marga
Jl. Yos Sudarso Pabean, Dringu, Probolinggo 67271 Telp. 0335 – 422715



Jurnal Ilmiah E C O B U S S

(Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis)
ISSN Online : 2722-8622, Print : 2337 - 9340

Volume 11, Nomor 2, September 2023

DEWAN REDAKSI JURNAL ILMIAH ECOBUSS
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS PANCA MARGA

PENANGGUNG JAWAB

M Syarif Hidayatullah Elmas, S.E.,M.M.

PIMPINAN EDITOR

Mutinda Teguh Widayanto

ANGGOTA EDITOR

Ida Subaida, Universitas Abdurrahman Saleh
Deni Juliasari, STIE Widyagama Lumajang
Ahmad Yusuf, Universitas Yudharta Pasuruan
Hery Koeshardjono, Universitas Panca Marga
Yekti Rahajeng, Universitas Panca Marga
Renny Augustina, Universitas Panca Marga
Raihan Wishal Nafis, Universitas Panca Marga

REVIEWER

Prof. Dr. Abdul Haris, Universitas Panca Marga
Cakti Indra Gunawan PhD, Universitas Tribhuwana Tunggaladewi
Dr. M. Chairul Basrun Umanailo, Universitas Iqra Buru
Dr. Ratna Wijayanti Daniar Paramita, STIE Widyagama
Dr. Randika Fandiyanto, S.E.,M.M, Universitas Abdurrahman Saleh
Dr. Ngatimun, Universitas Panca Marga
Dr. Moh. Saiful Bahri, Universitas Panca Marga
Dr. Judi Suharsono, Universitas Panca Marga

Alamat Redaksi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Panca Marga
Jl. Yos Sudarso Pabean, Dringu, Probolinggo 67271 Telp. 0335 - 422715



DAFTAR ISI

	Halaman
Pengaruh Penerapan GCG dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Moderating Mitha Otik Wiraswati, Nikma Yucha, Cholifatul Janah Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo	69-77
Peran Koperasi Syariah Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil (UMK) Pada KOSSUMA Kota Jambi Rezky Dwi Putri, Rafidah, Ahmad Syahrizal Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Syaifuddin Jambi	78-89
Pengaruh Lifestyle, Social Environment, Dan Financial Islamic Literacy Terhadap Consumption Behavior Mahasiswa Bidikmisi (Studi Pada Mahasiswa Bidikmisi Universitas Trunojoyo Madura) Ratih Herawati, Elfira Maya Adiba Universitas Trunojoyo Madura	90-100
Pengaruh Self Leadership Dan Kematangan Emosi terhadap Disiplin Kerja (Studi pada Bank Syariah di Pematangsiantar) Yosua Sagala, Arif Murti Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis-Universitas Pertamina	101-109
Pengaruh Good Corporate Governance Dan Firm Size Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Kasus Pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021) Mohammad Iskak Elly, Elok Dwi Vidiyastutik, Nurul Izzah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Panca Marga	110-119
Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Tahu Di Desa Air Teluk Kiri Kecamatan Teluk Dalam Kabupaten Asahan Tari Fhon Na Arifin, Sugianto Sugianto, Siti Aisyah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara	120-126
Pengaruh Kualitas Makanan Dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Berkunjung Ulang Wisatawan Di Objek Wisata Kebun Teh Wonosari Malang Raihan Wishal Nafis, Junaidi Junaidi, Putri Damayanti, M. Hizam Fikri, Regita Febriyanti Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Panca Marga	127-133

Alamat Redaksi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Panca Marga
Jl. Yos Sudarso Pabean, Dringgo, Probolinggo 67271 Telp. 0335 – 422715

Pengaruh Penerapan GCG Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Moderasi

Mitha Otik Wiraswati*¹, Nikma Yucha², Cholifatul Janah³,

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo

*e-mail : mitha_otik@dosen.umaha.ac.id

Dikirim	Direvisi	Diterima
11 September 2023	17 September 2023	21 September 2023

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penerapan *Good Corporate Governance* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan kinerja keuangan sebagai variabel moderasi pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Rokok yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021. Penelitian ini bersifat asosiatif kausal, jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif, khususnya data yang diperkirakan sebagai angka atau bilangan dan merupakan data Sekunder. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengolahan data sekunder dilakukan menggunakan IBM SPSS 26. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh secara simultan antara variabel *Good Corporate Governance* dan Ukuran Perusahaan terhadap variabel Nilai Perusahaan yang dimoderasi oleh variabel Kinerja Keuangan.

Kata kunci: *Good Corporate Governance*, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan, Kinerja Keuangan.

Abstract:

This study aims to determine the effect of implementing good corporate governance and company size on firm value with financial performance as a moderating variable in Cigarette Sub-Sector Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange in 2019-2021. This research is causal associative, the type of data used is quantitative data, especially data that is estimated as numbers or numbers and is secondary data. The sampling technique uses a purposive sampling technique. Secondary data processing was carried out using IBM SPSS 26. The results of this study explain that indicates a simultaneous influence between the Good Corporate Governance and Company Size variables on the Corporate Value variable which is moderated by the Financial Performance.

Keyword: *Good Corporate Governance, Company Size, Corporate Value, Financial Performance*

PENDAHULUAN

Dunia bisnis yang makin berkembang, setiap perusahaan bersaing secara ketat untuk mempertahankan bisnisnya. Situasi tersebut menuntut perusahaan untuk terus meningkatkan dan mendorong bisnis mereka untuk bersaing dengan perusahaan lain. Tuntutan dan persaingan pengusaha menjadi lebih sulit ketika perusahaan bersaing untuk mendapatkan reputasi yang baik dan pengakuan dari semua pemangku kepentingan (Wicaksono, 2021). Perusahaan dituntut untuk meningkatkan kinerja keuangannya. Yaitu kinerja keuangan yang sehat dan efektif untuk mendapatkan keuntungan atau

laba yang lebih besar. Banyak peluang bisnis untuk berkembang dan menghasilkan keuntungan yang sebesar-besarnya, salah satunya dengan menerapkan *Good Corporate Governance* (Zahrawani et al., 2021). *Good Corporate Governance* adalah prinsip tata kelola perusahaan yang disusun dengan baik sehingga pemangku kepentingan menerima organisasi sebagai kebenaran (Khair et al., 2023). *Good Corporate Governance* merupakan pengelolaan perusahaan berdasarkan prinsip transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independensi, kewajaran dan kesetaraan. Tujuan utama penerapan *Good Corporate Governance* adalah untuk melindungi

pemangku kepentingan dari praktik bisnis yang kotor dan tidak transparan (Fidiawati & Sulistyowati, 2022). Mekanisme perusahaan yang membantu penerapan Good Corporate Governance mencakup kepemilikan institusional, dewan komisaris independen, komposisi dewan komisaris independen, komite audit, serta melihat seberapa besar ukuran perusahaan mempengaruhi penerapan Good Corporate Governance dalam perusahaan. Implementasi Good Corporate Governance diharapkan dapat meningkatkan kinerja dan nilai tambah bagi perusahaan (Krisnando & Sakti, 2019).

Dewan komisaris adalah jantung dari Good Corporate Governance. Tugas dewan komisaris antara lain, memastikan terlaksananya strategi perusahaan, mengendalikan manajemen dalam pengelolaan perusahaan dan menuntut tanggung jawab. Pada dasarnya, dewan komisaris independen adalah sistem pengendalian dan mengarahkan direksi (manajemen) perusahaan. Peran aktif dewan komisaris dalam praktiknya sangat bergantung pada kondisi kerangka kerja yang diciptakan perusahaan (Pratama et al., 2023). Lingkungan bisnis yang begitu kompleks mengharuskan dewan komisaris membagi tanggung jawabnya ke dalam komite-komite agar dapat bekerja secara efektif. Keberadaan dewan komisaris independen tidak mengabaikan kepentingan pemegang saham baik mayoritas maupun minoritas, karena komisaris independen mengambil pendekatan yang lebih netral terhadap keputusan direksi dan memastikan perusahaan mengikuti tata kelola perusahaan yang baik. Semakin besar ukuran komisaris independen, semakin baik kontrol terhadap perusahaan. Hal ini didukung oleh pendapat bahwa keberadaan komisaris independen diharapkan dapat memberikan fungsi pengawasan perusahaan yang objektif dan independen, yang memastikan pengelolaan operasi perusahaan yang bersih dan sehat sehingga dapat mendukung kinerja perusahaan (Suryandani, 2022). Pengawasan oleh dewan komisaris independen dianggap cukup untuk mengatasi masalah keagenan. Selain itu, dewan komisaris independen dapat membantu mengurangi biaya keagenan. Semakin banyak komisaris independen yang dimiliki perusahaan, semakin efektif perusahaan tersebut dapat memverifikasi bahwa manajer memenuhi keinginan pemegang saham, menunjukkan pertumbuhan pendapatan yang ditandai dengan perputaran investasi yang tinggi. Jumlah total aset perusahaan dapat mewakili

ukuran perusahaan. Perusahaan yang mampu menghasilkan pendapatan dengan mengelola aset dan penjualannya dengan baik dianggap sebagai perusahaan besar (Luh Gede Sri Fajaryani & Suryani, 2018). Semakin besar perusahaan maka semakin baik peluang yang dimiliki perusahaan untuk memperoleh sumber investasi baik internal maupun eksternal yang mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan (Wulandari & Sari, 2023). Kinerja keuangan merupakan indikator pencapaian keberhasilan perusahaan, yang dapat diartikan sebagai hasil yang dicapai dari berbagai kegiatan (Erawati & Wahyuni, 2019).

Dilansir dari cnnindonesia.com terdapat kasus tentang pemalsuan laporan keuangan yang dilakukan oleh Toshiba Corporation yang merupakan perusahaan besar di Jepang dan telah menduduki peringkat 9 dari 120 perusahaan publik yang menerapkan Good Governance Practice. Berdasarkan berita tersebut, bahwa hasil dari penyelidikan yang dilakukan oleh komite independen, selama beberapa tahun terakhir Toshiba melakukan pemalsuan laporan keuangan dengan meningkatkan keuntungan sebesar US \$ 1.2 Pemalsuan laporan keuangan tersebut diakibatkan dengan adanya target laba yang terlalu tinggi yang dilakukan manajemen sehingga menyebabkan kepala unit usaha melakukan manipulasi pada laporan keuangan. Apabila komisaris tidak membentuk panel independen untuk melakukan pengawasan kasus Toshiba kemungkinan kasus tersebut tidak terungkap, karena dari komisaris independen dapat terungkap kecurangan yang terdapat didalam perusahaan. Hubungan antara dewan komisaris independen dan kinerja perusahaan juga didukung oleh perspektif bahwa dengan adanya komisaris independen diharapkan dapat memberikan fungsi pengawasan terhadap perusahaan dalam hal ini aktivitas manajemen secara obyektif dan independen. Semakin banyak proporsi komisaris independen maka tingkat integritas pengawasan terhadap manajemen yang dihasilkan akan semakin tinggi, dengan begitu maka akan semakin mewakili kepentingan stakeholders selain kepentingan pemegang saham mayoritas dan tentunya hal ini berdampak baik pada kinerja perusahaan (Puspita Sari, 2017).

Dari fenomena diatas, terdapat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan, faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah kinerja keuangan, ukuran perusahaan, dan good corporate governance.

Tujuan utama sebuah perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan yang dapat dilihat dari harga sahamnya. Semakin tinggi nilai perusahaan maka dapat menjadi tolak ukur kemakmuran para pemegang saham. Tinggi ataupun rendahnya harga saham dipasar dapat ditunjukkan melalui kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba (Murtofi'ah, 2023). Dalam penelitian ini, peneliti tertarik untuk menguji penerapan *good corporate governance* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan menjadikan kinerja keuangan sebagai variabel moderasi. Kebaharuan dalam penelitian ini terletak pada sampel yang digunakan yakni sampling jenuh. Berdasarkan sampling jenuh yang digunakan, terdapat 5 perusahaan Manufaktur Sub Sektor Rokok yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021, dengan jumlah periode 3 tahun pengamatan sehingga total data yang diperoleh untuk diuji sebanyak 15 data. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, pendekatan penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausal.

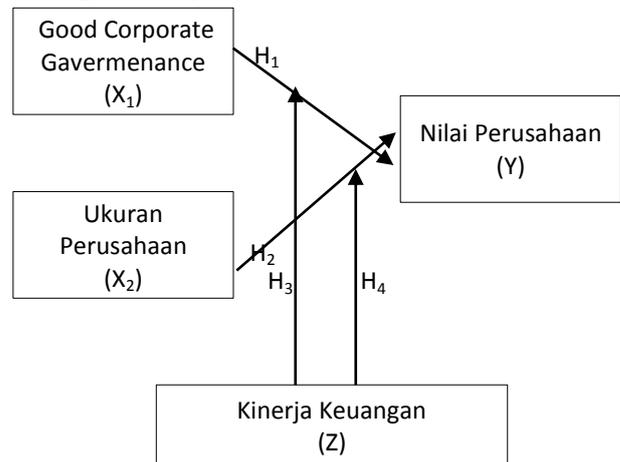
METODE

Objek dan ruang lingkup penelitian adalah Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Rokok Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021. Adapun faktor-faktor yang akan diteliti adalah laporan keuangan yang diterbitkan secara rutin per akhir tahun mulai tahun 2019-2021. Penelitian ini menganalisis Pengaruh Penerapan *Good Corporate Governance* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Moderasi. Penelitian ini bersifat asosiatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Penelitian menggunakan startegi ini karena jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif, yaitu data yang diukur dengan bentuk angka atau bilangan dan merupakan data sekunder.

Dalam penelitian ini melibatkan empat variabel yang terdiri dari dua variabel independen, satu variabel dependen dan satu variabel moderasi. Variabel independen yang digunakan pada penelitian ini adalah *Good Corporate Governance* dan Ukuran Perusahaan. Variabel dependen yang digunakan pada penelitian ini adalah Nilai perusahaan dan variabel moderasi yang digunakan pada penelitian ini adalah Kinerja

keuangan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur Sub Sektor Rokok Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021 sebanyak 5 perusahaan yaitu: PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk, PT Gudang Garam Tbk, PT Indonesian Tobacco Tbk, PT Wismilak Inti Makmur Tbk, PT Bentoel Internasional Investama Tbk dengan sampel sebanyak 15 data keuangan perusahaan. Dalam penelitian ini metode analisis data yang digunakan menggunakan aplikasi IBM SPSS 26 sebagai bantuan dalam menganalisis data. Kegiatan dalam analisis data adalah pengelompokan data berdasarkan variabel, mentabulasi data berdasarkan periode tahun penelitian, penyajian data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Kerangka Konseptual Penelitian



Sumber Data : Diolah Peneliti 2023

H₁ : *Good Corporate Governance* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Rokok Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021.

Pada dasarnya tujuan utama sebuah perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan untuk kemakmuran pemegang saham Penelitian yang dilakukan oleh (Suhadak et al., 2019) bahwa adanya penerapan dan *Good Corporate Governance* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, hal ini menunjukkan ketika nilai *Good Corporate Governance* perusahaan tinggi maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Sementara itu menurut (Syafitri, 2018) variabel *Good Corporate Governance* berpengaruh positif pada variabel Nilai Perusahaan yang diukur menggunakan rasio Tobin's Q. Nilai perusahaan

adalah pendapat investor tentang suatu perusahaan, sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan sangat penting karena nilai perusahaan yang tinggi disertai dengan kekayaan pemegang saham yang besar, semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan (Mutmainah, 2018).

H₂: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Rokok Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021.

Ukuran perusahaan dapat dipantau dari total asetnya, Semakin tinggi aset perusahaan, semakin fleksibel manajemen dapat mengelola dan menggunakan aset perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan yang dikelolanya (Riesmiyantiningtias & Siagian, 2020). Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran atau ruang lingkup perusahaan, semakin mudah perusahaan mengakses sumber keuangan internal dan eksternal. Ukuran perusahaan yang besar dapat menggambarkan perkembangan perusahaan sehingga menjadi sinyal positif bagi investor untuk berinvestasi sehingga nilai perusahaan meningkat. Hal ini sesuai dengan penelitian lainnya bahwa semakin besar perusahaan maka semakin banyak investor yang memperhatikan perusahaan tersebut, sehingga harga saham dapat naik (Edlin Riski Almada et al., 2022). Naiknya harga saham akan meningkatkan nilai perusahaan.

H₃: Good Corporate Governance dengan Kinerja Keuangan sebagai variabel moderasi berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Rokok Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021.

Ada banyak faktor yang mempengaruhi nilai suatu perusahaan. Semua faktor tersebut dapat digabungkan dalam satu kesatuan yang semuanya dapat diatur dalam penerapan tata kelola perusahaan yang baik (GCG) melalui mekanisme seperti kepemilikan institusional, kepemilikan manajemen, komisaris independen, komite audit, dan ukuran dewan direksi. Dapat dikatakan bahwa nilai perusahaan baik apabila tata kelolanya baik. Untuk mencapai pengelolaan yang baik, perusahaan harus menerapkan sistem GCG. Selain tata kelola perusahaan yang baik (GCG) mampu meningkatkan nilai perusahaan, kinerja keuangan perusahaan juga termasuk. Kinerja keuangan merupakan faktor yang menunjukkan efektifitas dan efisiensi suatu organisasi dalam mencapai

tujuannya. Efisiensi ketika manajemen mampu memilih tujuan yang tepat atau alat yang tepat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Irma Septryanti & Kurnia, 2023).

H₄: Ukuran Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai variabel moderasi berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Rokok Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021.

Ukuran perusahaan sangat penting bagi investor dan kreditur dari perspektif risiko saat memberikan pembiayaan. Ukuran perusahaan yang besar dapat menimbulkan anggapan bahwa pertumbuhan perusahaan berjalan dengan baik sehingga mendapat perhatian lebih dari calon investor. Korelasi yang signifikan antara kinerja keuangan dan nilai perusahaan dapat dilihat pada tujuan utama perusahaan yaitu menghasilkan laba yang maksimal. Peningkatan laba menunjukkan bahwa hasil keuangan yang baik dapat meningkatkan minat investor untuk berinvestasi (Hermawan & Ajimat, 2020).

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Variabel	Indikator Pengukuran
Good Corporate Governance (X1)	Dewan Komisaris Independen merupakan dewan komisaris berasal dari luar perseroan yang bersifat independen	Dewan Komisaris Independen = $\frac{\text{Jumlah komisaris independen}}{\text{Total anggota dewan komisaris}} \times 100\%$
Ukuran Perusahaan (X2)	Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aktiva, log size, nilai pasar	SIZE = Log Natural (Total Aset)

Variabel	Definisi Variabel	Indikator Pengukuran
	saham, dan lain-lain.	
Nilai Perusahaan (Y)	Nilai perusahaan merupakan sebuah gambaran dari keadaan perusahaan, dimana semakin baik nilai perusahaan, maka para investor akan memiliki pandangan baik terhadap perusahaan.	$Q = \frac{(EMV+D)}{(EBV+D)}$
Kinerja Keuangan (Z)	Rasio keuangan yang digunakan untuk alat analisis mengukur kinerja bentuk manajemen perusahaan dalam mendapatkan laba menyeluruh.	$Return\ On\ Asset\ Laba = \frac{Bersih}{Total\ Aset} \times 100\%$

HASIL

Berdasarkan *purposive sampling* jenuh yang digunakan, terdapat 5 perusahaan Manufaktur Sub Sektor Rokok yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021, dengan jumlah periode 3 tahun pengamatan sehingga total data yang diperoleh untuk diuji sebanyak 15 data dari laporan tahunan (*Annual Report*) dan laporan keuangan perusahaan Manufaktur Sub Sektor Rokok Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Analisis Deskriptif

Var	N	Min	Max	Mean	Std. Dev
GCG (X1)	15	0.333	0.667	0.492	0.114
UP (X2)	15	26.828	32.130	29.756	2.047
NP (Y)	15	0.447	5.867	1.947	1.685
KK (Z)	15	-0.214	0.270	0.061	0.109

Sumber: Data Sekunder yang diolah (2023)

Tabel 2. Hasil uji validitas analisis deskriptif diatas, dapat diketahui variabel *Good Corporate Governance* (X1) memiliki nilai terkecil (minimum) sebesar 0.333 dan nilai terbesar (maximum) 0.667. Rata-rata *Good Corporate Governance* menunjukkan hasil sebesar 0.492. Nilai standar deviasi *Good Corporate Governance* adalah sebesar 0.114 (dibawah rata-rata), artinya *Good Corporate Governance* memiliki tingkat variasi data yang rendah. Variabel Ukuran Perusahaan (X2) dalam penelitian ini memiliki nilai minimum 26.828 dan maximum 32.130. Sedangkan ukuran perusahaan mempunyai rata-rata sebesar 29.756 dan nilai standar deviasi ukuran perusahaan 2.047 (dibawah rata-rata), artinya ukuran perusahaan memiliki tingkat variasi data yang rendah. Variabel Nilai Perusahaan (Y) memiliki nilai terkecil (minimum) sebesar 0.447 dan nilai terbesar (maximum) 5.867. Rata-rata nilai perusahaan yang dimiliki adalah sebesar 1.947. Nilai standar deviasi nilai perusahaan adalah sebesar 1.685 (dibawah rata-rata), artinya nilai perusahaan memiliki tingkat variasi data yang rendah. Variabel Kinerja Keuangan yang diprosikan dengan ROA Perusahaan (Z) memiliki nilai terkecil (minimum) sebesar -0.214 dan nilai terbesar (maximum) 0.270. Rata-rata ROA Perusahaan yang dimiliki adalah sebesar 0.061. Nilai standar deviasi ROA Perusahaan adalah sebesar 0.109 (diatas rata-rata), artinya ROA Perusahaan memiliki tingkat variasi data yang tinggi.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

Nilai Signifikansi (Asymp.Sig. (2 - tailed))	Keterangan
0.200	Data berdistribusi normal

Sumber: Data Sekunder yang diolah (2023)

Tabel 3. Hasil uji normalitas One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikan Asymp. Sig. (2 – tailed) sebesar 0.200 > 0.05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas kolmogorof – smirnov, dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Good Corporate Governance (X1)	0.424	2.360
	Ukuran Perusahaan (X2)	0.532	1.881
	ROA Perusahaan (Z)	0.385	2.599

Sumber: Data Sekunder yang diolah (2023)

Tabel 4. hasil perhitungan nilai tolerance menunjukkan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai tolerance kurang dari 0.10. Hal yang sama ditunjukkan oleh nilai VIF, dimana VIF kurang dari 10. Pada variabel Good Corporate Governance (X1) memiliki nilai tolerance 0.424 > 0.10 dan nilai VIF 2.360 < 10. Ukuran Perusahaan (X2) memiliki nilai tolerance 0.532 > 0.10 dan nilai VIF 1.881 < 10. ROA Perusahaan (Z) memiliki nilai tolerance 0.385 > 0.10 dan nilai VIF 2.595 < 10. Kesimpulan yang dapat diambil dari tabel 4.3 tersebut yaitu tidak terdapat multikolinearitas antar variabel bebas, sehingga model regresi layak digunakan.

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi Durbin Watson

Nilai Durbin - Watson	Keterangan
2.044	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber: Data Sekunder yang diolah (2023)

Tabel 5. Hasil uji autokorelasi dengan menggunakan uji Durbin Watson, perhitungannya menunjukkan hasil sebesar 2.044. Berdasarkan tabel Durbin Watson dengan data (n) 15, menghasilkan nilai DU 1.5432 dan (4-DU) nilainya sebesar 2.4568. Sehingga hasil yang didapatkan dari $DU < DW < (4-DU)$ adalah $1.5432 < 2.044 < 2.4568$. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil uji Autokorelasi dengan uji Durbin Watson model regresi yang akan digunakan dalam penelitian ini tidak terdapat autokorelasi.

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Good Corporate Governance (X1)	0.143	Tidak terdapat gejala heteroskedastisitas
Ukuran Perusahaan (X2)	0.126	Tidak terdapat gejala heteroskedastisitas
ROA Perusahaan (Z)	0.509	Tidak terdapat gejala heteroskedastisitas

Sumber: Data Sekunder yang diolah (2023)

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas Spearman Rho diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi atau Sig. (2 – tailed) pada Unstandardized Residual dapat dilihat variabel Good Corporate Governance (X1) sebesar 0.363 lebih besar dari nilai 0.05. Nilai signifikansi atau Sig. (2 – tailed) Ukuran Perusahaan (X2) sebesar 0.126 lebih besar dari nilai 0.05. begitupun dengan variabel ROA Perusahaan (Z) nilai signifikansi atau Sig. (2 – tailed) sebesar 0.509 lebih besar dari nilai 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Tabel 7. Hasil Uji Statistik T (parsial)

Variabel	t hitung	t tabel	Sig
Good Corporate Governance (X1)	0.869	1.75305	0.404
Ukuran Perusahaan (X2)	-0.473	1.75305	0.645

Sumber: Data Sekunder yang diolah (2023)

Tabel 7. Hasil Uji Statistik T (parsial) terhadap variabel *Good Corporate Governance* (X1) didapatkan t hitung sebesar (0.869) dengan nilai signifikansi 0.404. Karena t hitung lebih kecil dari t tabel ($0.869 < 1.75305$) dan signifikansi lebih besar dari 0.05 ($0.404 > 0.05$). Oleh sebab itu dapat disimpulkan secara parsial *Good Corporate Governance* (X1) berpengaruh negatif signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y), sehingga hipotesis satu (**H1**) ditolak. Variabel *Good Corporate Governance* yang diprosikan oleh dewan komisaris independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Dapat diduga bahwa semakin banyak anggota dewan komisaris independen akan menyebabkan

kesulitan dalam koordinasi antar anggota dewan komisaris independen dan dapat menghambat pengawasan. Dampak dari hal tersebut adalah pasar memberikan rekasi negatif dan mengakibatkan penurunan nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa dewan komisaris independen bukan merupakan faktor yang mempengaruhi tinggi rendahnya nilai perusahaan.

Hasil Uji Statistik t (persial) terhadap variabel Ukuran Perusahaan (X2) didapatkan t hitung sebesar (-0.473) dengan nilai signifikansi 0.645. Karena t hitung lebih kecil dari t tabel (-0.473 < 1.75305) dan signifikansi lebih besar dari 0.05 (0.645 > 0,05). Oleh sebab itu dapat disimpulkan secara parsial Ukuran Perusahaan (X2) berpengaruh negatif signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y), sehingga hipotesis satu (H2) ditolak. Variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Dapat diduga bahwa perusahaan besar pada dasarnya memiliki kekuatan finansial untuk menunjang aktivitas perusahaan. Akan tetapi perusahaan yang besar juga akan mengalami masalah keagenan, karena mengalami kesulitan dalam memonitoring. Dengan kondisi seperti ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan bukan merupakan faktor yang mempengaruhi tinggi rendahnya nilai perusahaan.

Tabel 8 Hasil Uji Regresi Moderasi (Moderated Regression Analysis)

Variabel	t	Sig
Good Corporate Governance *Kinerja Keuangan	-1.220	0.254
Ukuran Perusahaan *Kinerja Keuangan	2.928	0.017

Sumber: Data Sekunder yang diolah (2023)

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Moderasi (Moderated Regression Analysis) dapat dilihat bahwa nilai signifikansi yang dihasilkan variabel Good Corporate Governance (X1) yaitu 0.461 setelah di moderasi variabel Kinerja Keuangan (Z) Perusahaan bernilai 0.254 bernilai negatif yang mengartikan bahwa secara simultan moderasi Kinerja Keuangan (Z) tidak memperkuat pengaruh Good Corporate Governance (X1) terhadap Nilai Perusahaan (Y). Oleh sebab itu, hipotesis empat (H3) ditolak. Kinerja keuangan yang diprosikan oleh ROA Perusahaan sebagai variabel moderasi tidak memoderasi hubungan antara dewan komisaris independen terhadap nilai perusahaan.

Hal ini dapat diduga bahwa ukuran dewan komisaris yang besar akan menimbulkan kesulitan bagi para dewan komisaris independen untuk menjalankan perannya dalam berkomunikasi dan mengkoordinir kerja sama dengan kinerja keuangan.

Nilai signifikan yang dihasilkan variabel Ukuran Perusahaan (X2) yaitu 0.036 setelah di moderasi Kinerja Keuangan (Z) bernilai 0.017 bernilai positif yang mengartikan bahwa secara simultan moderasi Kinerja Keuangan (Z) mampu memperkuat pengaruh Ukuran Perusahaan (X2) terhadap Nilai Perusahaan (Y). Oleh sebab itu, hipotesis lima (H4) diterima. Hal ini mencerminkan bahwa semakin tinggi ukuran perusahaan maka nilai perusahaan juga akan semakin tinggi. Perusahaan besar memiliki pertumbuhan yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan kecil sehingga tingkat pengembalian saham perusahaan besar lebih besar dari return saham diperusahaan berskala kecil. Persistensi profitabilitas lebih besar diperusahaan besar karena dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil. Perusahaan yang lebih besar memiliki lebih banyak fleksibilitas untuk perubahan pasar yang dinamis.

Tabel 9. Hasil uji Koefisien Determinasi (R2)

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0.791	0.626	0.418	1.286182113

Sumber: Data Sekunder yang diolah (2023)

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2) diketahui nilai R Square 0.626 atau 62.6 % yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh simultan antara variabel Good Corporate Governance (X1) dan Ukuran Perusahaan (X2) terhadap variabel Nilai Perusahaan (Y) yang dimoderasi variabel Kinerja Keuangan (Z) sebesar 62.6% dan sisanya 27.4% dipengaruhi variabel lain.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan dari hipotesis serta hasil pengujian yang telah dilakukan, maka terdapat pengaruh signifikan terhadap penelitian yang berjudul "Pengaruh GCG dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Moderasi".

Variabel good corporate governance yang di proksikan oleh dewan komisaris independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa dewan

komisaris independen bukan merupakan faktor yang memengaruhi tinggi rendahnya nilai perusahaan.

Variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan kondisi seperti ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan bukan merupakan faktor yang mempengaruhi tinggi rendahnya nilai perusahaan.

Kinerja keuangan yang diprosikan oleh ROA Perusahaan sebagai variabel moderasi tidak memoderasi hubungan antara dewan komisaris independen terhadap nilai perusahaan.

Kinerja keuangan yang diprosikan oleh ROA Perusahaan sebagai variabel moderasi dapat memoderasi hubungan antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Andrian. (2021). Pengaruh Dewan Komisaris Independen, Komite Audit Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Dimoderasi Oleh Corporate Social Responsibility (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Periode 2016-2019).

Erawati, T., & Wahyuni, F. (2019). Pengaruh Corporate Governance, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Di Bursa Efek Indonesia (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017). *Jurnal Akuntansi Pajak Dewantara*, Vol. 1No.2(p-ISSN: 2656-1387 e-ISSN: 2656-1395), 129–137. <https://doi.org/10.24964/japd.v1i1.895>

Edlin Riski Almada, S., Muslih, M., & Arum Inawati, W. (2022). The Effect Of Company Size, Corporate Governance, And Leverage On The Value Of Banking Companies Listed On The Indonesia Stock Exchange, 2017- 2020. *E-Proceeding of Management*, Vol.9, No.4(ISSN : 2355-9357), 2016–2025.

Fidiawati, & Sulistyowati, E. (2022). Analisis Pengaruh Good Corporate Governance dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020. 4, 1939–1948. www.idx.co.id.

Irma, A. D. A. (2019). Pengaruh Komisaris, Komite Audit, Struktur Kepemilikan, Size Dan Leverage Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Properti, Perumahan Dan Konstruksi 2013-2017.

Jurnal Ilmu Manajemen, Volume 7 Nomor 3, 697–712.

Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan (11 ed)*. Depok : Rajawali Pers, 2019.

Khair, U., Hernadianto, Yusmaniarti, & Rasela, A. (2023). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan LQ 45. *Jurnal Ekombis Review*, 11(1). <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1>

Krisnando, K., & Sakti, S. H. (2019). Pengaruh Good Corporate Governance dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 73–95. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.268>

Luh Gede Sri Fajaryani, N., & Suryani, E. (2018). Struktur Modal, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Kontempore*, Volume 10, No 2(ISSN 2088-5091 (print) 2597-6826 (online)), 74–79.

Matemilola, B. T., Bany-Arifin, A. N., Azman-Saini, W. N. W., & Nassir, A. M. (2019). Impact of institutional quality on the capital structure of firms in developing countries. *Emerging Markets Review*, 39, 175–209. <https://doi.org/10.1016/j.ememar.2019.04.003>

Wicaksono, D. (2021). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Yang Dimediasi Oleh Reputasi Perusahaan. 1–17.

Zahrawani, D. R., Sholikhah, N., Pratama, P., & Surakarta, M. (2021). Analisis Penerapan Good Corporate Governance (GCG) dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Lembaga Bank Syariah Perusahaan PT. BPRS CSU Surakarta Tahun 2017-2019. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1799–1818. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i3.3611>

Murtofi'ah, H. (2023). Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan, Dewan Direksi Dan Dewan Komisaris Independen Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer Di BEI.

Mutmainah. (2018). Analisis Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan. *Vol X No 2(1907–7513)*, 181–195. [Http://Ejournal.Stiedewantara.Ac.Id](http://Ejournal.Stiedewantara.Ac.Id)

- Pratama, Y., Dwi Putri, R., & Anggreni Das, N. (2023). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bei. *Journal of Management and Social Sciences (JIMAS)*, Vol.2(No.1), 1–16.
- Puspita Sari, A. (2017). Pengaruh Intellectual Capital Dan Corporate Governance Terhadap Kinerja Perusahaan Maswar Patuh Priyadi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi, Volume 6, Nomor 7*(e-ISSN : 2460-0585), 1–20.
- Rafly M, S. A., & Wuryani, E. (2023). Pengaruh Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, Vol. 3 No. 2 (E-ISSN: 2774-2075), 2587–2598.
- Romadhani, A., Saifi, M., & Firdausi Nuzula, N. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Administrasi Bisnis, Volume. 14 No. 2*, 71–81.
- Sri Oktaryani, G. A., Nugraha Ardana P, I. N., Kusuma Negara, I., Sofiyah, S., & Mandra, I. G. (2018). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Perusahaan Perbankan Di Bursa Efek Indonesia). *Distribusi - Journal of Management and Business*, 5(2), 45–58. <https://doi.org/10.29303/jdm.v5i2.36>
- Suhadak, Kurniaty, Handayani, S. R., & Rahayu, S. M. (2019). Stock return and financial performance as moderation variable in influence of good corporate governance towards corporate value. *Asian Journal of Accounting Research*, 4(1), 18–34. <https://doi.org/10.1108/AJAR-07-2018-0021>
- Suryandani, W. (2022). Pengaruh Komite Audit, Dewan Komisaris Independen, Kepemilikan Institusional Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Kasus pada Perusahaan Food and Beverage yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2020). *Journal of Global Business and Management Review*, 4(1), 109. <https://doi.org/10.37253/jgbmr.v4i1.6693>
- Syafitri, T. (2018). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Industri Sub Sektor Logam Dan Sejenisnya Yang Terdaftar Di Bei Periode 2012-2016).
- Wulandari, W., & Sari, B. (2023). Struktur Modal, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Penentu Kinerja Keuangan Sektor Property Dan Real Estate. *JURNAL IKRATH-EKONOMIKA, Vol 6 No 2*(P-ISSN : 2654-4946 E-ISSN : 2654-7538), 245–254. www.idx.co.id
- Yoel Honi, H., S. Saerang, I., & E. Tulung, J. (2020). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan Bank Umum Konvensional Tahun 2014-2018. 1–10.

Peran Koperasi Syariah Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil (UMK) Pada KOSSUMA Kota Jambi

Rezky Dwi Putri^{1*}, Rafidah², Ahmad Syahrizal³

^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Syaifuddin Jambi

*e-mail : riskysj5@gmail.com

Dikirim	Direvisi	Diterima
5 September 2023	13 September 2023	22 September 2023

Abstrak:

Koperasi syariah memiliki peran strategis dalam menumbuhkan sektor riil khususnya pada usaha skala mikro dan dengan prinsip syariah. Koperasi merupakan lembaga usaha yang memberdayakan masyarakat kecil dengan memperhatikan aspek seperti keadilan, kebersamaan, kekeluargaan dan kesejahteraan bersama. Koperasi berperan penting dalam membantu pengembangan Usaha Mikro Kecil (UMK) salah satunya berperan dalam penyaluran dana kepada para pelaku usaha yang sulit mendapatkan pembiayaan untuk usaha mereka. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui peran KOSSUMA, faktor pendukung terkait peran KOSSUMA, kendala yang dihadapi serta mengetahui solusi yang dilakukan KOSSUMA dalam membantu pengembangan UMK. Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, menggunakan teknik pemilihan sampel dengan ketentuan ciri-ciri dan karakteristik objek penelitian. Teknik pengumpulan data yaitu wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa peran KOSSUMA dalam membantu pengembangan usaha sebagai penghimpun dan penyaluran dana seperti lembaga keuangan lainnya sudah sangat membantu para pelaku usaha mikro kecil. Faktor pendukung KOSSUMA yaitu dengan memudahkan para pelaku UMK untuk mengajukan pinjaman modal dengan syarat-syarat yang mudah. Kendala KOSSUMA yaitu terkendala di modal. Solusi KOSSUMA yaitu dengan memberikan modal yang cukup serta membantu dalam hal pemasaran dengan cara seperti ada event-event yang diadakan di Kota Jambi agar para pelaku usaha dapat menjual produknya disana dan menjangkau konsumen agar lebih mudah.

Kata kunci : Koperasi syariah, pengembangan, Usaha Mikro Kecil (UMK)

Abstract:

Sharia cooperatives have a strategic role in growing the real sector, especially in micro-scale businesses and with sharia principles. Cooperatives are business institutions that empower small communities by paying attention to aspects such as justice, togetherness, kinship and shared prosperity. Cooperatives play an important role in helping the development of Small and Micro Enterprises (UMK), one of which is their role in channeling funds to business actors who find it difficult to obtain financing for their businesses. The purpose of this study was to find out the role of KOSSUMA, supporting factors related to the role of KOSSUMA, the obstacles encountered and find out the solutions that KOSSUMA did in assisting the development of UMK. Qualitative research methods with a descriptive approach, using a sample selection technique with provisions on the characteristics and characteristics of the research object. Data collection techniques, namely interviews and documentation. The results of the research show that KOSSUMA's role in helping business development as a collector and channeling of funds like other financial institutions has been very helpful for small micro business actors. The supporting factor for KOSSUMA is to make it easier for MSEs to apply for capital loans with easy conditions. KOSSUMA's obstacle was capital constraints. KOSSUMA's solution is to provide sufficient capital and help in terms of marketing in a way such as there are events held in Jambi City so that business people can sell their products there and reach consumers to make it easier.

Keyword: Sharia cooperatives, development, MSEs (Micro Small Enterprises)

PENDAHULUAN

Koperasi syariah menggunakan akad *syakirdah mufawadhoh* yakni sebuah usaha yang didirikan secara bersama-sama oleh dua orang atau lebih, masing-masing memberikan kontribusi dana dalam porsi yang sama besar dan berpartisipasi dalam kerja dengan bobot yang sama pula. Masing-masing anggota saling menanggung satu sama lain dalam hak kewajiban (Buchori, 2019).

Koperasi syariah memiliki peran strategis dalam menumbuhkan sektor riil khususnya ada usaha skala mikro dan dengan prinsip syariah. Koperasi merupakan lembaga usaha yang memberdayakan masyarakat kecil dengan mengutamakan nilai-nilai luhur seperti keadilan, kebersamaan, kekeluargaan, dan kesejahteraan bersama. Dalam hal simpanan pokok yang merupakan simpanan awal anggota, besarnya simpanan pokok adalah sama dan tidak dapat dibedakan antar anggota. Untuk simpanan wajib termasuk dalam kategori modal koperasi sebagai simpanan pokok dimana besaran kewajibannya ditentukan berdasarkan hasil syuro (musyawarah) anggota dan titipan dilakukan secara terus menerus setiap bulan sampai ada yang dinyatakan gugur (Damayanti, 2022).

Semakin sulitnya mendapatkan pekerjaan, dikarenakan terbatasnya lapangan pekerjaan serta terbatasnya kemampuan, mendorong orang untuk membuka usaha sendiri. Kalau dilihat akhir-akhir ini banyak bermunculan usaha-usaha baru khususnya usaha mikro dan kecil. Anggapan masyarakat hanya usaha ini lah yang dapat mereka lakukan untuk menopang kebutuhan keluarga yang hari ke hari semakin sulit. Kebanyakan para pelaku usaha mikro dan kecil dalam melakukan usahanya secara asal-asalan, tanpa banyak pertimbangan dan perencanaan. Banyak kendala yang dihadapi dalam upaya membuat usaha mikro dan kecil (Indriyatni, 2013).

Kurangnya akses pembiayaan merupakan hambatan utama bagi pertumbuhan dan pengembangan usaha mikro dan kecil karena lembaga keuangan formal menganggap jaminan yang diberikan

oleh pengusaha mikro tidak layak, sehingga hal ini keadaan produksi sering kali beresiko dan tidak stabil sehingga dapat berakibat pada kegagalan pelunasan kredit. Masalah akses dalam memperoleh pinjaman semakin diperburuk oleh kenyataan bahwa usaha-usaha mikro dan kecil dikelola oleh orang-orang yang hanya mendapatkan pendidikan dasar seperti tidak memiliki keberanian untuk meminta bantuan keuangan kepada lembaga pemberi pinjaman (Hapsari, 2017). Beberapa permasalahan yang sering dihadapi oleh usaha mikro meliputi aspek pemasaran (dimana jangkauan pemasarannya sangat terbatas sehingga tidak sampai kepada calon pembeli), aspek manajemen (dimana tidak memiliki pengetahuan yang baik tentang pengelolaan usaha sehingga sulit membedakan asset keluarga maupun usaha), aspek teknis (dimana tidak adanya badan hukum serta perjanjian usaha yang lain), aspek keuangan (dimana tidak memiliki akses yang luas kepada sumber permodalan) (Nurhartati, 2008). Penelitian terdahulu menyebutkan bahwa Koperasi Syariah sangat perlu berperan nyata dalam pengembangan dan pembiayaan pelaku usaha atau UMKM khususnya dari segi permodalan. Koperasi Syariah BTM Bandar Lampung merupakan penyedia jasa keuangan berbasis masyarakat dengan program usaha bagi hasil (Syamsiah, 2019).

Melihat permasalahan diatas dibutuhkan suatu lembaga keuangan yang menampung serta membantu masyarakat para pelaku usaha mikro dan kecil dalam menghadapi perkembangan zaman dimasa mendatang. Dengan adanya kesempatan para pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya di harapkan pelaku usaha siap menghadapi berbagai permasalahan diantaranya memperoleh modal, mampu bersaing dengan pelaku usaha besar, mampu menciptakan produktivitas bagi usahanya dan memunculkan peluang usaha kesempatan kerja yang lebih luas bagi masyarakat, dan turut membantu pemerintah dalam mengurangi angka pengangguran.

Dengan adanya koperasi syariah diharapkan mampu menjadi wadah ekonomi

dan sosial, salah satunya Koperasi Syariah Serba Usaha Salimah (KOSSUMA) diharapkan dapat berperan dalam mengembangkan usaha mikro dengan memberikan pinjaman untuk modal, membantu dalam mengembangkan usahanya seperti melaukan pembinaan, kontrol, inovasi di setiap usaha para pelaku Usaha Mikro, Kecil (UMK). Hasil penelitian terdahulu menyebutkan bahwa koperasi memiliki peran yang dapat dijadikan solusi permasalahan ekonomi karena dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan (Hutagalung M. W., 2021).

Berdasarkan latar belakang diatas dapat di simpulkan bahwa peran koperasi syariah tidak hanya berfokus memberikan modal atau pembiayaan terhadap para pelaku Usaha mikro, kecil akan tetapi juga berperan melakukan pembinaan dan pelatihan serta melakukan kontrol, evaluasi, dan edukasi terhadap usaha anggota yang tergabung, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam tentang peran Koperasi Syariah Serba Usaha Salimah (KOSSUMA), faktor pendukung, kendala yang dihadapi serta solusi yang dilakukan KOSSUMA dalam membantu pengembangan Usaha Mikro Kecil (UMK).

METODE

Penelitian ini mengkaji tentang Peran Koperasi Syariah dalam pengembangan UMK di KOSSUMA Kota Jambi dalam memperluas pengembangan untuk pelaku usaha serta menonjolkan pekerjaan dan teknik yang dilakukan oleh KOSSUMA Kota Jambi dalam mendukung pengembangan Usaha Mikro Kecil. Metode penelitian yaitu deskriptif dengan pendekatan kualitatif (Meleong, 2018). Lokasi penelitian di Jalan Serma/Purnama RT 13. Kelurahan Suka Karya. Kecamatan Kota baru, Kota Jambi. Pengumpulan data adalah hal yang paling strategis dalam penelitian sehingga membutuhkan teknik seperti wawancara, observasi dan dokumentasi sebagai penunjang hasil penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan

dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan terhadap narasumber dan anggota KOSSUMA Kota Jambi guna menjawab tujuan dari penelitian. Observasi dilakukan secara langsung dan sistematis terhap kinerja KOSSUMA yang dilakukan. Dokumentasi dilakukan baik berupa foto, rekaman dan pencatatan selama berlangsungnya penelitian.

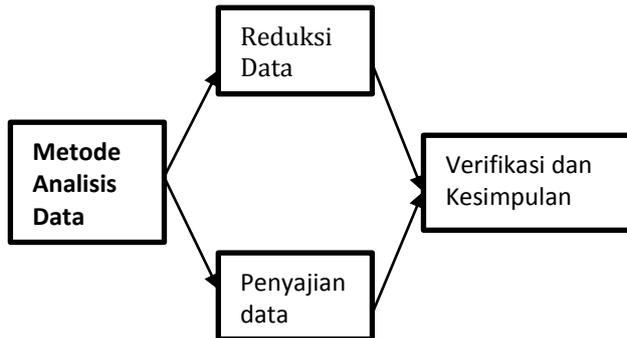
Tabel 1. Daftar Nama Informan

No	Nama	Profesi
1	Yuni Herawati	Ketua
2	Susil Suparti	Bendahara
3	Salvinur	Pengelolaan
4	Nurain	Usaha es tebu
5	Eva Susanti	usaha jual baju
6	Imelda	Usaha jahit
7	Lindawati P	Usaha laundry
8	Oka D. D.	Usaha tupperware

Sebelum melakukan penelitian, peneliti melakukan pengecekan keabsahan data. Keabsahan data dalam penelitian, sering hanya ditekankan pada uji validitas dan reabilitas. Agar data penelitian kualitatif dapat dipertanggungjawabkan sebagai penelitian ilmiah perlu diadakan uji keabsahan data adalah sebagai berikut (Harsono, 2008): Kredibilitas Data dimana Kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian. Lalu Transferability yang merupakan validitas eksternal dalam penelitian kualitatif, validitas eksternal menunjukkan derajat ketetapan atau dapat diterapkannya hasil penelitian ke populasi dimana sampel tersebut di ambil. Selanjutnya reliabilitas dimana penelitian apabila penelitian yang dilakukan oleh orang lain dengan proses penelitian yang sama akan memperoleh hasil yang sama pula, terakhir Konfirmability dimana dilakukan uji konfirmability berarti menguji hasil penelitian, dikaitikan dengan proses yang dilakukan. Jika hasil penelitian tersebut telah memenuhi standar konfirmability.

Metode Analisa Data

Analisis data digunakan untuk menyusun, mengolah dan menghubungkan semua data diperoleh di lapangan sehingga menjadi sebuah kesimpulan. Analisis data dilakukan dengan beberapa tahapan terlihat pada bagan berikut:



Gambar 1 : Tahapan Penelitian

Reduksi Data

Mereduksi data yaitu merangkum, memilih hal-hal pokok dan memfokuskan pada hal yang penting, mencari tema dan polanya dan membuang yang tidak penting (Sugiyono, 2016).

Penyajian Data

Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah difahami tersebut.

Verifikasi dan Kesimpulan

Dalam penelitian kualitatif adalah penarikan kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat untuk mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

HASIL

Deskripsi hasil penelitian yang dimaksud untuk menyajikan atau menyimpulkan data wawancara yang dimiliki sesuai dengan pada pokok permasalahan yang akan di kaji dalam penelitian ini yaitu peran koperasi syariah dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil

(UMK) pada Koperasi Syariah Serba Usaha Salimah (KOSSUMA) Kota Jambi. Dalam penelitian ini, peneliti berusaha untuk melihat atau mengungkapkan peran KOSSUMA dalam membantu pengembangan para UMK. Adapun dalam penelitian ini, informan sangat penting. Peneliti menggunakan sampel kunci di beberapa para pelaku UMK yang bergabung di KOSSUMA di karenakan masih ada sebagian usahanya yang belum berkembang. Maka dari itu untuk lebih detailnya maka peneliti menguraikan hasil wawancara dalam menjawab rumusan masalah yang merupakan hasil temuan penelitian. Ada 8 orang yang menjadi informan dalam penelitian ini meliputi 1 orang Ketua, 1 orang bendahara, 1 orang pengelola dan 5 orang pelaku usaha (usaha es tebu, baju, jahit, laundry dan Tupperware)

Peran KOSSUMA dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil (UMK)

Berdasarkan hasil penelitian dengan melakukan wawancara oleh karyawan KOSSUMA sebagai ketua mengatakan bahwa :

“Peran yang sudah kami lakukan sebagai sarana penghimpun dana dengan dana yang terhimpun di KOSSUMA yaitu adalah produk dari masyarakat yang sudah terdaftar menjadi anggota KOSSUMA diantaranya tabungan sukarela, tabungan wajib dan tabungan kelompok selain itu kami mempunyai modal tersendiri. Selanjutnya peran kami dalam penyaluran dana seperti lembaga keuangan lainnya dengan sistem produk atau pinjaman atau pembiayaan. Dalam hal memberikan pembiayaan untuk pelaku usaha yang membutuhkan biaya atau modal untuk usaha mereka dan juga membantu dalam hal pemasaran”

Kemudian dilanjutkan kembali dengan mewawancarai salah seorang bagian pengelolaan di KOSSUMA mengatakan bahwa:

“Upaya yang kami lakukan dalam membantu pemasaran dan promosi dengan cara seperti ada pameran atau

event-event yang diadakan di Kota Jambi kami turut membuka stand khusus KOSSUMA supaya pelaku usaha agar lebih mudah menjangkau konsumen”

Berdasarkan hasil wawancara diatas oleh Ketua KOSSUMA dan staf pengelolaan KOSSUMA dapat disimpulkan bahwa: Dengan peran KOSSUMA sebagai penghimpun dana dan penyaluran dana dengan menyediakan produk pinjaman atau pembiayaan berupaya agar dapat membantu para pelaku usaha yang membutuhkan modal untuk memenuhi kebutuhan usaha para pelaku usaha.

Selanjutnya KOSSUMA juga membantu dalam pemasaran yaitu dengan cara seperti diadakan acara event-event di Kota Jambi, KOSSUMA ikut serta membuka stand khusus untuk para pelaku usaha agar memberikan peluang untuk mendapatkan konsumen atau pelanggan sehingga dapat menambah pendapatan para pelaku usaha.

Berdasarkan hasil penelitian dengan melakukan wawancara oleh pelaku usaha es tebu yang bergabung di KOSSUMA mengatakan bahwa :

“ Usaha saya yaitu penjual Es tebu, saya sudah 3 tahun bergabung di KOSSUMA. Usaha saya sebelum bergabung di KOSSUMA sangat memprihatinkan karena sangat sulit untuk meminjam uang untuk modal keperluan usaha saya. Pernah pada saat itu saya mencoba meminjam uang di rentenir itupun saya ikut sama teman-teman usaha yang juga meminjam uang disana awal mula masih lancar tapi lama kelamaan saya sangat sulit untuk menghitung pendapatan hasil usaha saya karena saya harus membayar angsuran dan juga bunga yang cukup besar. Setelah saya bergabung di KOSSUMA Alhamdulillah saya sangat bersyukur bisa mengajukan pembiayaan untuk keperluan usaha saya, dengan sistem pengajuan yang mudah serta syarat dalam mengajukan pembiayaan yang sangat mudah serta tidak adanya bunga yang di tetapkan melainkan pembagian Sisa Hasil Usaha (SHU) dan juga semenjak saya

bergabung menjadi anggota pendapatan usaha saya meningkat yang dulunya mendapat penghasilan Rp. 300.000 sekarang mencapai Rp. 500.000 s/d Rp.700.000 per hari. Pembiayaan yang saya peroleh awal bergabung Rp1.000.000, tergantung dari usaha kalau sekiranya usahanya berjalan dengan lancar serta membayar angsuran yang tidak macet maka pengajuan pembiayaan bisa mencapai Rp 3.000.000 s/d Rp 10.000.000 bahkan bisa lebih. Pelatihan dan pembinaan ada, akan tetapi masih sangat kurang karena dilakukan pas ada acara Rapat Anggota Tahunan (RAT) tidak ada waktu yang ditentukan oleh KOSSUMA, kalau untuk kontrol, inovasi, edukasi palingan kalau kontrol di tanya pada saat membayar angsuran ke KOSSUMA yang ditanyakan gimana usahanya bu lancar udah itu aja, inovasi tidak ada dan kalau untuk edukasi pada saat Rapat Anggota Tahunan (RAT). Kalau dalam hal pemasaran iya ada, seperti kalau ada acara event-event di Kota Jambi pihak KOSSUMA turut ikut serta mendirikan stand untuk para pelaku usaha yang ingin menjual dan mempromosikan hasil produknya”.

Kemudian dilanjutkan kembali dengan mewawancarai Ibu penjual baju pelaku usaha yang bergabung di KOSSUMA mengatakan bahwa :

“ Usaha saya jual baju, saya sudah 5 tahun bergabung di KOSSUMA. Usaha saya sebelum bergabung di KOSSUMA sangat sulitnya saya untuk memperoleh tambahan modal untuk keperluan usaha saya dan juga sulit mendapatkan pelanggan. Setelah saya mengenal dan bergabung di KOSSUMA segala kebutuhan untuk usaha saya sangat terpenuhi dan merasa sangat terbantu dengan begitu pendapatan usaha semakin meningkat di bandingkan sebelum saya bergabung di KOSSUMA. Pembiayaan yang saya dapat untuk pertama kalinya itu sebesarRp 1.000.000 teragantung kelancaran usahanya dan membayar angsuran. Kalau untuk

pelatihan dan pembinaan ada, tetapi tidak ada waktu yang ditentukan. Kalau kontrol ada cuman ditanya disaat saya membayar angsuran di KOSSUMA, kalau dalam hal inovasi belum ada dan edukasi palingan dikasih wejangan pada saat RAT. Dalam hal pemasaran ada ketika ada acara event-event ataupun pameran yang diadakan di Kota Jambi dan KOSSUMA ikut serta dalam menyediakan stand untuk kami yang ingin menjual dan mempromosikan usaha kami, tidak hanya itu saya juga mengambil kesempatan pada saat Rapat Anggota Tahunan untuk mempromosikan jualan baju saya ke ibu-ibu yang lainnya”

Kemudian dilanjutkan kembali dengan wawancara Ibu tukang jahit sebagai pelaku usaha yang bergabung di KOSSUMA mengatakan bahwa :

“Usaha saya tukang jahit, saya sudah 4 tahun bergabung di KOSSUMA. Kondisi usaha saya sebelum bergabung di KOSSUMA sangat tidak stabil dikarenakan sulitnya untuk memperoleh modal untuk keperluan usaha jahit saya. Saya juga pernah beberapa kali meminjam uang di rentenir walaupun dengan bunga yang ditetapkan tinggi inilah yang menjadi resiko yang harus diterima, pernah pada saat itu saya telat membayar angsuran saya langsung didatangi ke rumah dari itu saya sangat kapok meminjam uang di rentenir. Dan setelah saya mengenal dan ikut bergabung di KOSSUMA saya merasa sangat terbantu untuk memenuhi segala keperluan jahit saya seperti membeli perlengkapan, peralatan dan lain-lainnya yang saya perlukan. Pembiayaan awal yang saya peroleh sebesar Rp 1.000.000 dengan seiring berjalannya waktu sekarang saya mengajukan pembiayaan sebesar Rp 3.000.000 tapi tidak keperluan untuk usaha saya tapi juga untuk keperluan pendidikan anak-anak saya juga. Pelatihan dan pembinaan ada, pernah pada saat itu saya ikut pelatihan jahit yang diadakan oleh KOSSUMA kalau untuk sekarang belum ada. Kontrol yang dilakukan oleh KOSSUMA ditanya pada

saat kami membayar angsuran ke KOSSUMA kemudian inovasi dan edukasi saya belum pernah ikut. Membantu dalam pemasaran ada cuman kan usaha saya dirumah palingan kalau ada anggota KOSSUMA yang lain ingin jahit baju sedikit banyaknya ke saya , promosi yang saya lakukan hanya mulut ke mulut saja karena saya tidak mempunyai handphone yang memadai dan masih kurang mengerti untuk menggunakannya.

Kemudian dilanjutkan kembali dengan mewawancarai Ibu pelaku usaha laundry yang bergabung di KOSSUMA mengatakan bahwa :

“Usaha saya yaitu Laundry, saya sudah 3 tahun bergabung di KOSSUMA. Kondisi usaha saya sebelum bergabung di KOSSUMA yang paling utama yaitu sulitnya dalam memperoleh tambahan modal untuk memenuhi yang mana saya harus menyiapkan mesin cuci, setrikaan, sabun, pewangi dan lainnya. Setelah saya bergabung di KOSSUMA saya merasa sangat terbantu dalam hal memperoleh biaya untuk keperluan usaha saya dan Alhamdulillah sampai sekarang usaha laundry saya semakin lancar. Setelah saya bergabung pendapatan saya meningkat yang dulunya mencapai Rp 500.000 dan sekarang bisa mencapai Rp 1.000.000. Pembiayaan pertama yang saya dapat sebesar Rp 1.000.000 dan kalau untuk sekarang sebesar Rp 3.000.000,. pelatihan dan pembinaan ada, tetapi kalau kontrol ditanya pada saat pembayaran angsuran ke KOSSUMA kalau inovasi belum, kalau edukasi pada saat Rapat Anggota Tahunan saja. Dalam hal pemasaran saya lakukan sendiri dengan menyebar template laundry ketempat yang ramai seperti anak kosan.

Kemudian di lanjutkan kembali dengan mewawancarai Ibu pelaku usaha Tupperware yang bergabung di KOSSUMA mengatakan bahwa :

“Usaha saya menjual Tupperware, saya sudah 4 tahun bergabung di KOSSUMA, usaha saya sebelum bergabung sulit sekali

untuk mendapatkan modal untuk menambah jenis Tupperware usaha saya dan setelah bergabung saya sangat terbantu dengan adanya bantuan pembiayaan dari KOSSUMA sehingga sampai saat ini usaha saya berjalan dengan lancar dan saya bisa mencapai penghasilan sesuai target yaitu Rp 5.000.000 s/d Rp 6.000.000 per bulan. Pembiayaan yang saya peroleh sekarang yaitu Rp 5.000.000, pelatihan dan pembinaan ada dilakukan misalnya dari dinas koperasi yang mengadakan dan kami di undang untuk hadir kalau kontrol ditanya pas saya membayar angsuran langsung ke KOSSUMA dan juga dalam hal inovasi produk dan edukasi ada dari dinas koperasi. Selanjutnya dalam hal pemasaran dan promosi ada dilakukan seperti ada pameran atau event yang di adakan di kota jambi kami di beritahu untuk ikut berpartisipasi tapi kalau pemasaran dan promosi yang saya lakukan sendiri yaitu dengan secara langsung ke luar kota dengan door to door kalau secara online seperti di tiktokshop dan Facebook”

Berdasarkan hasil wawancara terhadap para pelaku usaha yang bergabung dapat disimpulkan ternyata dengan keberadaan KOSSUMA yang menjadi peran dalam membantu para pelaku Usaha Mikro Kecil sangat dirasakan manfaatnya terutama dalam hal memperoleh pinjaman modal untuk usaha mereka, dan juga sebagian dari mereka yang dulunya meminjam uang di rentenir sekarang tidak lagi. Dengan keberadaan KOSSUMA memberikan pinjaman pembiayaan tanpa adanya bunga yang ditetapkan dan menjauhkan masyarakat dalam hal riba, selanjutnya KOSSUMA ikut serta membantu dalam hal pemasaran dan promosi hasil produk usaha para pelaku usaha dengan memasarkan produk secara online maupun offline, kalau pemasaran lewat offline yaitu ikut serta jika ada pameran atau event-event yang diadakan di Kota Jambi, KOSSUMA mendirikan stand khusus untuk para pelaku usaha yang ingin menjual

hasil produksinya dan memajang hasil produksinya, kalau online hanya mempromosikan lewat sosial media dengan memanfaatkan teknologi yang makin canggih melalui Whatsapp dan facebook dengan begitu pendapatan setiap pelaku usaha sedikit banyaknya akan bertambah.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang peneliti lakukan dan penulis temui dilapangan bahwa peran yang dilakukan oleh pihak KOSSUMA ada beberapa peran yang sudah dilakukan diantaranya adalah sebagai penyedia modal atau penyaluran dana sudah sangat membantu para pelaku usaha untuk memenuhi kebutuhan untuk usaha mereka kalau untuk peran yang lain seperti membantu dalam hal pemasaran hanya dilakukan ketika ada event di Kota Jambi. masih banyak yang belum terealisasikan dengan baik bahkan juga ditemukan ada peran yang tidak dilakukan dikarenakan keterbatasan modal yang dimiliki KOSSUMA dalam membantu pengembangan Usaha Mikro Kecil (UMK) seperti pelatihan marketing online, pelatihan dan pembinaan untuk karyawan dan belum maksimalnya kemampuan IT para pelaku usaha maupun karyawan.

Faktor Pendukung terkait Peran KOSSUMA dalam membantu pengembangan Usaha Mikro Kecil (UMK)

Berdasarkan hasil penelitian dengan melakukan wawancara dengan karyawan KOSSUMA .Menurut Ibu S sebagai Bendahara di KOSSUMA :

“Untuk yang mau bergabung menjadi anggota KOSSUMA kami memiliki syarat-syarat yang harus di penuhi diantaranya : Perempuan muslimah, Mengisi formulir, Fotocopy KTP, Pas foto 3x4, Membayar simpanan wajib, Membayar simpanan pokok, Membayar administrasi masuk anggota, Mengikuti pengajian. Dengan syarat-syarat yang kami tetapkan ini sangat mudah sehingga para pelaku usaha yang ingin bergabung menjadi anggota tidak perlu khawatir.”

Kemudian dilanjutkan kembali dengan mewawancarai Ibu sebagai bagian pengelolaan di KOSSUMA mengatakan bahwa:

“ yang kami lakukan dalam memanfaatkan ketersediaan modal agar semua kegiatan KOSSUMA kami juga menjual yang namanya Salimah Food (Frozen food) dan juga menjual pulsa dan token listrik”.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti menemukan bahwa Sumber Daya Manusia yang dimiliki oleh KOSSUMA belum maksimal dibuktikan dengan pengetahuan IT para karyawan yang belum maksimal dalam hal ini dapat menjadi penghambat dalam keberhasilan untuk koperasi dalam membantu pengembangan usaha para pelaku UMK yang bergabung di KOSSUMA.

Kendala yang dihadapi KOSSUMA dalam membantu pengembangan UMK

Berdasarkan hasil penelitian dengan melakukan wawancara dengan karyawan KOSSUMA tentang kendala yang dihadapi KOSSUMA.

Menurut Ibu sebagai bagian pengelolaan di KOSSUMA :

“Kendala Pertama, Yang paling utama itu terkendala di modal, dengan sulitnya kami memperoleh modal untuk memenuhi kebutuhan koperasi sehingga berdampak pada proses pemberian pinjaman modal untuk para pelaku Usaha Mikro Kecil. Karena penyebab terjadinya daya saing yang lemah sehingga masih banyak masyarakat yang belum tau apa itu KOSSUMA tidak hanya itu pembayaran angsuran yang kadang macet sehingga sangat sulit bagi kami untuk mengelola modal kami kembali, dan juga pemahaman sebagian masyarakat yang masih menyamakan koperasi syariah dengan koperasi konvensional padahal jelas- jelas berbeda dari segi prinsipnya maupun sistemnya.

Kendala yang kedua, pemahaman dan minat masyarakat. Untuk mengatasi hal tersebut ada beberapa yang kami lakukan yaitu dengan rajin mensosialisasikan dan melakukan promosi, ini merupakan

strategi supaya masyarakat tertarik untuk bergabung. Sosialisasi yang kami lakukan kami fokuskan kepada Ibu- Ibu pengajian karena masih minimnya pengetahuan mereka tentang apa yang membedakan koperasi syariah dan koperasi konvensional. Melihat minat masyarakat untuk bergabung belum sepenuhnya ada tapi kami terus berusaha meyakinkan mereka bahwa dalam mengajukan pembiayaan untuk masyarakat yang memiliki usaha sangat mudah dan tidak perlu khawatir dengan syarat yang ditetapkan karena sangat mudah tidak hanya itu anda bisa terbebas dari yang namanya riba.

Yang ketiga, perkembangan KOSSUMA kalau dari perkembangan aset kita masih sangat minim karena kurangnya anggota yang bergabung dan juga SDM yang kami miliki masih rendah sehingga sulit bagi kami untuk mengembangkan modal kami”.

Berdasarkan hasil wawancara diatas oleh Ibu bagian pengelolaan di KOSSUMA dapat disimpulkan ternyata ada beberapa kendala yang dihadapi yang pertama itu dalam hal modal, dengan sulitnya dalam memperoleh modal maka akan berdampak pada proses pemberian pinjaman pembiayaan untuk membantu para pelaku Usaha Mikro Kecil yang membutuhkan yang menjadi penyebab dalam hal memperoleh modal dari terjadinya daya saing yang lemah dan juga pembayaran angsuran yang kadang macet. Kedua pemahaman dan minat masyarakat dalam hal mengatasi tersebut untuk menarik minat masyarakat pihak KOSSUMA melakukan sosialisasi dan melakukan promosi tentang apa itu perbedaan koperasi syariah dan koperasi konvensional yang lebih terfokus ke Ibu- Ibu pengajian. Dengan begitu dapat lebih meyakinkan masyarakat untuk bergabung dengan syarat dalam memperoleh pembiayaan yang mudah dan tidak tetap bunga dalam setiap pengajuan pembiayaan. Ketiga dengan perkembangan suatu koperasi sangat perlu juga untuk menentukan keberhasilannya dalam membantu para UMK

dan juga SDM yang mereka miliki sangat berpengaruh. Kurangnya kesadaran berkoperasi setiap anggota masih lemah, dengan kesadaran yang masih lemah sangat sulit sekali untuk menjalankan prinsip-prinsip koperasi tidak hanya itu kurangnya tenaga profesional dalam mengelola KOSSUMA dan juga Sumber Daya Manusia (SDM) yang kami miliki kadang masih kurang kompeten untuk mengurus bagian pengelolaan dengan baik dan tertib.

Solusi yang dilakukan KOSSUMA dalam membantu pengembangan Usaha Mikro Kecil (UMK)

Berdasarkan hasil penelitian dengan melakukan wawancara oleh karyawan KOSSUMA tentang solusi yang dilakukan :

“solusi kami yaitu dengan menyediakan modal yang cukup untuk kebutuhan usaha mereka, dengan modal yang cukup maka mendorong para pelaku usaha untuk semakin mengembangkan usahanya lebih besar lagi. Tidak hanya itu kami juga membantu dalam hal pemasaran secara langsung maupun tidak langsung. Pemasaran yang kami lakukan secara langsung yaitu seperti berita dari mulut-ke mulut dan juga ada event-event yang diadakan di Kota Jambi kami turut menyediakan stand KOSSUMA sehingga para pelaku usaha dapat memasarkan produk hasil usahanya disana, pemasaran yang kami lakukan yaitu dengan membantu mempromosikan hasil usaha mereka ke media sosial seperti whatsapp, facebook dan lainnya Selanjutnya solusi yang kami lakukan dengan tidak menentukan syarat yang sulit dan banyak sehingga para pelaku usaha mikro kecil dapat memperoleh pembiayaan dengan cepat”.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang peneliti lakukan dan ditemui dilapangan solusiyang dilakukan KOSSUMA dalam membantu pengembangan UMK yaitu dengan menyediakan modal yang cukup untuk keperluan usaha para pelaku UMK sehingga dapat berdampak terhadap perkembangan dan kelangsungan usahanya.

Selanjutnya solusi yang dilakukan KOSSUMA yaitu membantu dalam memasarkan produk para UMK dengan cara event-event yang diadakan di Kota Jambi pihak KOSSUMA turut membuka stand untuk para pelaku UMK untuk memudahkan para pelaku UMK memperoleh konsumen.

PEMBAHASAN

Peran KOSSUMA dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil (UMK)

Beberapa peran yang sudah dilakukan diantaranya adalah sebagai penyedia modal atau penyaluran dana sudah sangat membantu para pelaku usaha untuk memenuhi kebutuhan untuk usaha mereka kalau untuk peran yang lain seperti membantu dalam hal pemasaran hanya dilakukan ketika ada event di Kota Jambi. masih banyak yang belum terealisasikan dengan baik bahkan juga ditemukan ada peran yang tidak dilakukan dikarenakan keterbatasan modal yang dimiliki KOSSUMA dalam membantu pengembangan Usaha Mikro Kecil (UMK) seperti pelatihan marketing online, pelatihan dan pembinaan untuk karyawan dan belum maksimalnya kemampuan IT para pelaku usaha maupun karyawan.

Peranan Koperasi Syariah dalam menjawab kebutuhan anggota atau masyarakat lainnya yang tidak dapat di peroleh dari lembaga keuangan lainnya adalah sebagai berikut : memberikan permodalan usaha, menghalangi adanya praktik rentenir, mempercepat pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kualitas SDM dan meningkatkan kompetensi jiwa kewirausahaan, (Hutagalung, 2021).

Penelitian sejenis diketahui bahwa Salah satu peran yang dilakukan koperasi UMKM Syariah SUMUT dalam membantu meningkatkan usaha masyarakat adalah membantu dari segi modal, melakukan pelatihan seperti melakukan promosi, pelatihan sumber daya manusia, serta bagaimana cara untuk meningkatkan usaha yang benar sesuai dengan syariah dengan

tidak melanggar prinsip syariah (Ginting, 2023)

Faktor Pendukung terkait peran KOSSUMA dalam membantu pengembangan UMK

Selain pihak KOSSUMA membantu dalam hal permodalan untuk para UMK untuk keperluan usahanya agar lebih berkembang maka KOSSUMA juga membantu dalam hal memasarkan produk para UMK dengan belum maksimalnya pengetahuan IT para karyawan maupun para pelaku UMK serta belum adanya pelatihan dan pembinaan yang dilakukan serta pengetahuan tentang produk halal bagi karyawan dan UMK masih sangat minim. Terdapat empat faktor pendukung yang berpengaruh terhadap kesuksesan koperasi apabila digunakan secara maksimal yaitu sumber daya manusia, modal, system, peralatan (Suetjipto, 2015).

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti menemukan bahwa Sumber Daya Manusia yang dimiliki oleh KOSSUMA belum maksimal dibuktikan dengan pengetahuan IT para karyawan yang belum maksimal dalam hal ini dapat menjadi penghambat dalam keberhasilan untuk koperasi dalam membantu pengembangan usaha para pelaku UMK yang bergabung di KOSSUMA. Modal masih terkendala di modal dalam membantu pengembangan usaha para pelaku UMK akan tetapi KOSSUMA berusaha untuk mengoptimalkan modal kembali dengan cara mencegah terjadinya keterlambatan pembayaran angsuran setiap anggota. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti menemukan bahwa sistem yang ditetapkan KOSSUMA adalah sistem bagi hasil yaitu pembagian Sisa Hasil Usaha (SHU) dan berdasarkan atas azaz kekeluargaan sesuai dengan prinsip syariah. Dengan demikian KOSSUMA juga menetapkan syarat-syarat yang mudah sehingga dapat memudahkan para pelaku UMK untuk bergabung. peralatan yang digunakan oleh KOSSUMA sudah melakukan pembukuan dan sistem administrasi di komputer dengan begitu dapat memudahkan untuk mengakses data

dan mempercepat proses pengimputan data-data koperasi maupun anggota.

Kendala yang dihadapi KOSSUMA dalam membantu pengembangan UMK

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang peneliti lakukan dan ditemui dilapangan dengan kendala yang dihadapi KOSSUMA dalam membantu pengembangan Usaha Mikro Kecil (UMK) yaitu kendala yang paling utama adalah di modal maka dari itu dengan sulitnya pihak KOSSUMA dalam memaksimalkan modal yang mereka miliki sehingga berdampak pada proses pemberian pinjaman pembiayaan untuk para pelaku usaha, berikutnya pemahaman dan minat masyarakat bahwa masih ada sebagian masyarakat yang masih belum memahami apa itu koperasi syariah sehingga kebanyakan pelaku usaha memperoleh modal untuk usaha mereka dari rentenir. Berikutnya perkembangan KOSSUMA dengan SDM yang masih terbatas serta kemampuan IT karyawan maupun pelaku usaha belum maksimal.

Berdasarkan literatur yang di peroleh kendala yang ada yaitu kesulitan dalam memperoleh modal dimana berdasarkan hasil pengamatan peneliti menemukan bahwa dalam membantu pengembangan UMK, KOSSUMA terkendala di modal sehingga kegiatan-kegiatan seperti pelatihandan pembinaan untuk UMK masih belum maksimal sehingga berdampak pada pengembangan usaha para pelaku usaha. Kendala selanjutnya yaitu terkait pemahaman dan minat masyarakat dimana berdasarkan hasil pengamatan peneliti menemukan bahwa Kendala dalam pemahaman dan minat masyarakat sangat berpengaruh untuk perkembangan KOSSUMA, karena pemahaman masyarakat tentang koperasi syariah masih kurang sehingga banyak diantara mereka mendapatkan modal untuk usaha mereka dari rentenir tanpa memikirkan bunga yang besar serta resiko untuk usaha mereka. Kendala yang terakhir terkait pembayaran angsuran dimana berdasarkan hasil pengamatan peneliti menemukan bahwa

pembayaran angsuran oleh anggota dan menjadi kendala dan berpengaruh terhadap kelangsungan koperasi dimana dengan angsuran yang macet juga berdampak terhadap pemenuhan peminjaman modal oleh anggota lainnya (Sujarweni, 2020).

Solusi yang dilakukan KOSSUMA dalam membantu pengembangan UMK

Solusi yang dapat ditawarkan salah satunya yaitu memberikan modal yang cukup dimana berdasarkan hasil pengamatan peneliti bahwa pihak KOSSUMA sangat berupaya untuk memaksimalkan modal yang mereka miliki untuk disalurkan ke para pelaku UMK agar usaha yang mereka jalankan dapat mengalami perkembangan. Solusi selanjutnya yaitu membantu pemasaran produk UMK dimana Berdasarkan hasil pengamatan peneliti bahwa pihak KOSSUMA membantu dalam memasarkan hasil produk UMK dengan cara seperti ada event-event yang diadakan di Kota Jambi pihak turut serta membuka stand khusus untuk para pelaku UMK yang tergabung di KOSSUMA

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Simpulan yang dapat diperoleh dari penelitian ini dimana peran KOSSUMA dalam membantu pengembangan usaha para UMK yaitu sebagai penghimpun dan penyalur dana seperti lembaga keuangan lainnya. Selain itu, peran KOSSUMA membantu dalam memasarkan produk UMK menjadi suatu kepentingan maupun jalan keluar bagi para UMK yang masih terkendala dalam memasarkan produk mereka. Faktor pendukung KOSSUMA dalam membantu pengembangan para UMK yaitu memudahkan para pelaku UMK untuk mengajukan pinjaman modal dengan syarat-syarat yang mudah sesuai dengan prinsip syariah yang telah ditentukan. Kendala yang dihadapi KOSSUMA dalam membantu pengembangan UMK dapat disadari bahwa dalam pengembangan usaha itu harus dimulai pada diri sendiri sehingga tidak sulit. Dengan KOSSUMA sudah membantu dalam hal

pembiayaan yang paling utama dengan begitu mereka memahami cara mengembangkan usaha mereka sendiri. Yang paling utama dalam menetralkan modal koperasi itu kembali dengan kendala angsuran yang tidak dibayar dengan tepat waktu dan juga kendala dalam pemahaman sebagian masyarakat yang masih menyamakan prinsip-prinsip koperasi syariah yang sama dengan prinsip konvensional. Solusi yang dilakukan KOSSUMA dalam membantu pengembangan yaitu dengan pemberian modal yang cukup serta membantu dalam pemasaran produk UMK sudah menjadi solusi yang sangat penting untuk pelaku UMK yang bergabung di KOSSUMA.

Saran

Diharapkan kepada pihak KOSSUMA lebih meningkatkan lagi perannya dalam membantu dalam pengembangan usaha para pelaku UMK dan juga para anggota yang tergabung dapat memanfaatkan modal yang diberikan dengan sebaik-baiknya dengan begitu keuntungan dapat diperoleh dengan sesuai keinginan dan juga membayar angsuran dengan tepat waktu.

REFERENSI

- Buchori, N. S. , H. P. W. H. ,. (2019). *Manajemen Koperasi Syariah (Teori dan Praktik)* . PT. Raja Grafindo Persada.
- Damayanti, M. , R. M. N. , R. R. (2022). PENERAPAN FIQH MUAMALAH DALAM KOPERASI SYARIAH. *JECO : Journal of Economic Education and Eco-Technopreneurship*, 1(1), 1–5.
- Ginting N. M., S. W. , N. Y. S. J. ,. (2023). PERAN KOPERASI UMKM SYARIAH SUMUT DALAM MENGEMBANGKAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) MASYARAKAT KOTA MEDAN. *Kabilah: Journal of Social Community* , 8(1), 744–757. <https://doi.org/10.1080/10438599.2017.1362796>
- Hapsari, D. P. , A. H. A. N. (2017). MODEL PEMBUKUAN SEDERHANA BAGI

- USAHA MIKRO DI KECAMATAN KRAMATWATU KABUPATEN SERANG. *Jurnal Akuntansi*, 4(2).
- Harsono. (2008). *Enografi Pendidikan Sebagai Desain Penelitian Kualitatif*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Hutagalung M. W., B. S. (2021). Peran Koperasi Syariah Dalam Meningkatkan Perekonomian dan Kesejahteraan Masyarakat Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1494–1498. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i3.2878>
- Indriyatni, L. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro dan Kecil. *Jurnal STIE Semarang*, 5(1), 54–70.
- Meleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif edisi Revisi (38th ed.)*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurhartati F. (2008). *Koperasi Syariah*. Era Intermedia.
- Suetjipto. (2015). *Mengembangkan Koperasi*. Cahaya Atma Pustaka.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta.
- Sujarweni W. Wiratna. (2020). *Akuntansi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah)*. PT. Pustaka Baru.
- Syamsiah N., S. A. M., S. I. (2019). Peran Koperasi Syariah Baitul Tamwil Muhammadiyah Terhadap Pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah di Bandar Lampung. *Al Amin: Jurnal Kajian Ilmu Dan Budaya Islam*, 2(1), 63–73.

Pengaruh *Lifestyle, Social Environment, Dan Financial Islamic Literacy* Terhadap *Consumption Behavior* Mahasiswa Bidikmisi (Studi Pada Mahasiswa Bidikmisi Universitas Trunojoyo Madura)

Ratih Herawati^{1*}, Elfira Maya Adiba²

^{1,2}Universitas Trunojoyo Madura

*e-mail : ratihherawati51@gmail.com

Dikirim	Direvisi	Diterima
25 Juli 2023	21 September 2023	25 September 2023

Abstrak:

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah *lifestyle, social environment, dan financial islamic literacy* berpengaruh terhadap *consumption behavior* mahasiswa Bidikmisi (studi pada mahasiswa Bidikmisi Universitas Trunojoyo Madura). Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian kuantitatif, dengan variabel yang digunakan adalah *Lifestyle (X1), Social Environment (X2), Financial Islamic Literacy (X3), dan Consumption Behavior (Y)*. Sampel yang digunakan ialah sebanyak 373 mahasiswa Bidikmisi angkatan 2019, 2020, 2021, dan 2022 Universitas Trunojoyo Madura. Metode analisis menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan statistik yakni uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis, dan koefisien determinasi berganda (R^2). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel *lifestyle, social environment, dan financial islamic literacy* berpengaruh terhadap *consumption behavior*. Secara parsial variabel *lifestyle (X1)* tidak berpengaruh terhadap *consumption behavior*. Kemudian secara parsial variabel *social environment (X2)* dan *financial islamic literacy (X3)* berpengaruh dominan terhadap *consumption behavior* mahasiswa Bidikmisi Universitas Trunojoyo Madura.

Kata kunci: *Consumption Behavior, Financial Islamic Literacy, Lifestyle, Social Environment.*

Abstract:

This research was conducted with the aim to find out whether lifestyle, social environment, and financial islamic literacy effect on consumption behavior Bidikmisi students (study on Bidikmisi students at Trunojoyo University, Madura). The type of research used is quantitative research, with the variables used are Lifestyle (X1), Social Environment (X2), Financial Islamic Literacy (X3), and Consumption Behavior (Y). The sample used was 373 Bidikmisi students from the 2019, 2020, 2021 and 2022 batches of Trunojoyo University, Madura. The analytical method uses a quantitative descriptive method with statistics namely validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, hypothesis testing, and multiple coefficient of determination (R^2). The results of this study indicate that simultaneously variable lifestyle, social environment, and financial islamic literacy effect on consumption behavior. Partially variable lifestyle (X1) has no effect on consumption behavior. Then partially variable social environment (X2) and financial islamic literacy (X3) has a dominant effect on consumption behavior Bidikmisi student at Trunojoyo University, Madura.

Keyword: *Consumption Behavior, Financial Islamic Literacy, Lifestyle, Social Environment.*

PENDAHULUAN

Agama Islam mendorong kepada umatnya supaya selalu berpegangan dan berpedoman teguh pada al-qur'an dan sunnah dalam kegiatan sehari-harinya salah satunya ialah kegiatan konsumsi. Islam

melarang umatnya untuk mengkonsumsi secara berlebih-lebihan namun Islam menuntun bagaimana cara berperilaku dalam konsumsi secara proporsional.[1] Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam al-qur'an surah al-A'raf ayat 31 yang berbunyi :

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ وَاٰدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا ۗ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Artinya: “Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah tetapi jangan berlebihan. Sungguh Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.”[2]

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah SWT tidak menyukai sesuatu yang berlebih-lebihan dalam berkonsumsi. Sehingga dalam Islam, konsumsi harus berorientasi pada maslahat yaitu bermanfaat baik secara material, fisik, lingkungan dan tentunya dalam jangka panjang. Kehidupan dengan perilaku konsumtif ini melanda masyarakat salah satunya mahasiswa. Mahasiswa adalah kalangan yang paling rentan menunjukkan perilaku konsumtif walaupun tidak semuanya berlaku demikian. Hal itu dikarenakan biasanya mahasiswa akan cenderung menyukai berbagai hal yang cukup baru atau cukup menantang bagi dirinya.[3]

Penelitian ini akan mengkaji bagaimana perilaku konsumsi yang dilakukan mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura. Hal ini dilakukan karena kebiasaan berperilaku konsumsi mahasiswa Bidikmisi beragam ada yang berperilaku hemat, berperilaku sehat, dan berperilaku konsumtif. Bidikmisi merupakan bantuan biaya pendidikan dan biaya hidup bagi mahasiswa yang kurang mampu baik dalam ekonomi akan tetapi memiliki potensi akademik baik dalam menempuh pendidikan pada perguruan tinggi hingga lulus tepat waktu.[4] Pemberian program Bidikmisi mempunyai tujuan salah satunya yaitu meningkatkan prestasi akademik maupun non akademik mahasiswa.[5] Berikut data mahasiswa penerima Bidikmisi Universitas Trunojoyo Madura dari angkatan 2022, 2021, 2020, dan 2019 menurut Ibu Dewi Ruliana sebagai staf Biro Administrasi Akademik Kemahasiswaan (BAAK).

Tabel 1 Data Mahasiswa Penerima Bidikmisi Universitas Trunojoyo Madura Tahun 2023

No	Angkatan	Jumlah Mahasiswa
1	2022	1.233
2	2021	1.422
3	2020	1.435
4	2019	1.360
Total		5.450

Sumber : Data BAAK Universitas Trunojoyo Madura, diolah

Tercapai tidaknya tujuan tersalurnya dana Bidikmisi tergantung pada dana yang digunakan mahasiswa penerima Bidikmisi, apakah penggunaan dana Bidikmisi mereka sesuai dengan tujuan Bidikmisi atau tidak. Tujuan diberikan dana tersebut dapat tercapai jika dana tersebut dapat dimanfaatkan sebagaimana mestinya oleh mahasiswa penerima Bidikmisi.

Berdasarkan hasil wawancara, menurut staf BAAK Universitas Trunojoyo Madura Ibu Dewi Ruliana, terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi mahasiswa penerima Bidikmisi adalah bantuan dana Bidikmisi sebesar Rp. 800.000,00 perbulan habis sebelum waktunya (Biaya hidup 6 bulan yang diambil di awal semester, sehingga saat mau akhir semester kehabisan uang sebagai biaya hidup). Selain itu, permasalahan yang sering terjadi ialah indeks prestasi kumulatif dibawah ketentuan setiap akhir semester saat evaluasi IPK, masih ada yang IPK tidak memenuhi syarat yaitu 2,75. dan juga terdapat mahasiswa penerima Bidikmisi tidak menyelesaikan studinya tepat waktu yaitu 8 semester (saat batas akhir pendanaan Bidikmisi masih ada mahasiswa yang belum menyelesaikan studi kurang lebih 50% dari mahasiswa Bidikmisi setiap tahunnya).[6]

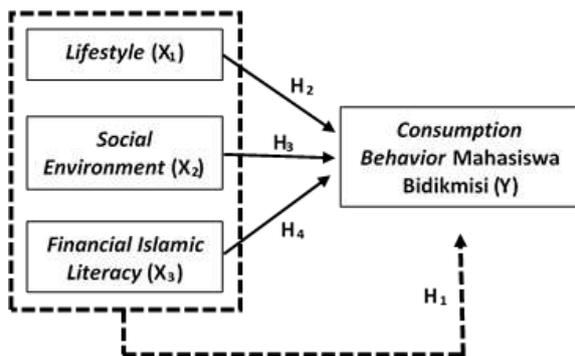
Hasil penelitian Hartiyani dkk (2017) menyatakan bahwa lingkungan sosial terdapat pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS [7] sedangkan hasil penelitian yang dilakukan Brillyan Octaviani C (2016) menyatakan bahwa lingkungan sosial tidak berpengaruh terhadap

perilaku konsumsi mahasiswa Ekonomi Islam FIAI UII 2012 meskipun pada penelitian Hartiyani dkk berpengaruh signifikan. [8]

Perbedaan pengaruh juga terdapat pada penelitian Nurma Hasanah dkk (2022) menyatakan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku. [9] Perbedaan pengaruh juga terdapat pada penelitian yang dilakukan Maulidysneni dkk (2021) mengatakan bahwa variabel gaya hidup tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumsi. [10]

Pada variabel literasi keuangan syariah juga terdapat perbedaan pengaruh yaitu penelitian Achmad Syaichoni (2020) menyatakan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Tulungagung. [11] Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan Rahma (2022) menyatakan bahwa variabel literasi keuangan syariah tidak memiliki pengaruh terhadap variabel perilaku konsumsi mahasiswa. [12] Sehingga dalam penelitian ini, penulis perlu menguji lagi setiap variabel apakah memang berpengaruh atau tidak terhadap perilaku konsumsi.

Adapun kerangka berfikir yang dibangun berdasarkan teori yang diuraikan diatas adalah sebagai berikut :



Keterangan :

-----> : Pengaruh variabel independen terhadap dependen secara simultan.

————> : Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

Gambar 1 : Kerangka Berfikir

Sumber : Diolah kajian pustaka penelitian

Dari latar belakang tersebut, dapat dikembangkan hipotesis yaitu :

1. H1 = Diduga *lifestyle, social environment, dan financial islamic literacy* berpengaruh secara simultan terhadap *consumption behavior* mahasiswa Bidikmisi Universitas Trunojoyo Madura.
2. H2 = Diduga *lifestyle* berpengaruh terhadap *consumption behavior* mahasiswa Bidikmisi Universitas Trunojoyo Madura.
3. H3 = Diduga *social environment* berpengaruh terhadap *consumption behavior* mahasiswa Bidikmisi Universitas Trunojoyo Madura.
4. H4 = Diduga *financial islamic literacy* berpengaruh terhadap *consumption behavior* mahasiswa Bidikmisi Universitas Trunojoyo Madura.

METODE

Jenis penelitian yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini adalah penelitian jenis penelitian kuantitatif yang mana menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dengan teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner yang dibagikan kepada para narasumber yaitu mahasiswa Bidikmisi angkatan 2019, 2020, 2021, dan 2022 Universitas Trunojoyo Madura. Data akan diolah dengan menggunakan teknik perhitungan matematika atau perhitungan *statistic* yang menggunakan alat bantu *computer software* seperti *Excell*, dan *SPSS* agar dapat mempermudah dalam pengolahan data.

Populasi yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Bidikmisi Universitas Trunojoyo Madura angkatan 2019, 2020, 2021, dan 2022. Menurut staf Biro Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan (BAAK) Universitas Trunojoyo Madura yaitu Ibu Dewi Ruliana, jumlah mahasiswa Bidikmisi angkatan 2019, 2020, 2021, dan 2022 berjumlah 5450 mahasiswa.

Sampel yang digunakan adalah menggunakan teknik sampling ialah sebanyak 373 responden yang diperoleh dari penentuan jumlah anggota/element sampel dari populasi yang menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e^2 = Error level/tingkat kesalahan (ditetapkan 5% atau 0,05)

Berdasarkan rumus tersebut diperoleh jumlah sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{5450}{1 + (5450 \times 0,05^2)}$$

$$n = \frac{5450}{1 + (5450 \times 0,0025)}$$

$$n = \frac{5450}{1 + 13,625}$$

$$n = \frac{5450}{14,625}$$

$$n = 372,649$$

dibulatkan menjadi 373 responden.

Dalam penelitian ini data yang digunakan menggunakan data primer yang berasal dari hasil penyebaran 373 responden mahasiswa Bidikmisi Universitas Trunojoyo Madura dengan bentuk data pengisian kuesioner yang berkaitan dengan *lifestyle*, *social environment*, *financial islamic literacy* serta *consumption behavior*.

Skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur indikator-indikator pada variabel dependen dan variabel independen tersebut adalah dengan menggunakan Skala Likert (1-4) yang mempunyai empat tingkat preferensi jawaban masing-masing mempunyai skor 1-4 yaitu skor 4 untuk jawaban sangat setuju dan skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju.[13] Adapun indikator-indikator tiap variabel ditunjukkan sebagai berikut :

Tabel 2 Indikator Variabel Penelitian

No	Variabel	Indikator
1.	<i>Lifestyle (X1)</i>	a) Aktivitas (<i>Activities</i>) b) Minat (<i>Interest</i>) c) Opini (<i>Opinion</i>)
2.	<i>Social Environment (X2)</i>	a) Teman bergaul b) Aktivitas dalam masyarakat/sosial media
3.	<i>Financial Islamic Literacy (X3)</i>	a) Pengetahuan keuangan (<i>Financial Knowledge</i>) b) Sikap keuangan (<i>Financial Attitudes</i>) c) Keputusan keuangan (<i>Financial Decisions</i>)
4.	<i>Consumption Behavior (Y)</i>	a) Intensi b) Kontrol Perilaku c) Norma Subjektif

Sumber : Kajian Pustaka Penelitian, diolah

HASIL

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a) Uji Validitas

Tabel 3 Hasil Uji Validitas

Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Sig.	Ket
X1.1	0,793**	0,3610	0,000	Valid
X1.2	0,642**	0,3610	0,000	Valid
X1.3	0,698**	0,3610	0,000	Valid
X1.4	0,864**	0,3610	0,000	Valid
X1.5	0,859**	0,3610	0,000	Valid
X1.6	0,762**	0,3610	0,000	Valid
X2.1	0,824**	0,3610	0,000	Valid
X2.2	0,762**	0,3610	0,000	Valid
X2.3	0,776**	0,3610	0,000	Valid
X2.4	0,747**	0,3610	0,000	Valid
X3.1	0,762**	0,3610	0,000	Valid
X3.2	0,800**	0,3610	0,000	Valid
X3.3	0,604**	0,3610	0,000	Valid
X3.4	0,823**	0,3610	0,000	Valid
X3.5	0,731**	0,3610	0,000	Valid
X3.6	0,786**	0,3610	0,000	Valid
X3.7	0,613**	0,3610	0,000	Valid
Y1	0,537**	0,3610	0,000	Valid
Y2	0,809**	0,3610	0,000	Valid
Y3	0,632**	0,3610	0,000	Valid
Y4	0,486**	0,3610	0,000	Valid
Y5	0,710**	0,3610	0,000	Valid

Y6	0,542**	0,3610	0,000	Valid
----	---------	--------	-------	-------

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Dari hasil validitas pada tabel 3 diatas dapat disimpulkan bahwasanya semua instrumen X1 *Lifestyle*, X2 *Social Environment*, X3 *Financial Islamic Literacy*, dan Y *Consumption Behavior* semuanya valid karena dari semua nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yakni 0,3610 dengan standar signifikansi yakni $< 0,05$ maka dari itu, semua item pernyataan dari variabel X dan Y dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

b) Uji Reliabilitas

Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Nilai Kritis	Ket
X1	0,855	0,60	Reliabel
X2	0,782	0,60	Reliabel
X3	0,851	0,60	Reliabel
Y	0,672	0,60	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel 4 diatas, nilai Cronbach Alpha keseluruhan variabel X dan Y $> 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel reliabel (handal) dan memenuhi standar konsistensi untuk dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Tabel 5 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		373
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.99139420
Most Extreme Differences	Absolute	.043
	Positive	.032
	Negative	-.043
Kolmogorov-Smirnov Z		.821
Asymp. Sig. (2-tailed)		.510

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel 5 diatas menunjukkan bahwa hasil uji normalitas *kolmogorov smirnov* diketahui nilai sig sebesar 0,510 $> 0,05$ yang berarti nilai

residual berdistribusi normal dan telah lulus persyaratan uji normalitas.

b) Uji Linearitas

Tabel 6 Hasil Uji Linearitas

Variabel	Deviation from Linearity	Sig.	Ket
Y dan X1	0,180	0,05	Linear
Y dan X2	0,205	0,05	Linear
Y dan X3	0,243	0,05	Linear

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel 6 diatas, dapat diketahui bahwa nilai sig. *deviation from linearity* $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel tersebut linear dan dapat dilanjutkan ke uji selanjutnya.

c) Uji Multikolinearitas

Tabel 7 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.105	1.032		8.820	.000		
	Lifestyle	.073	.038	.125	1.920	.056	.447	2.235
	Social Environment	.358	.062	.378	5.781	.000	.447	2.237
	Financial Islamic Literacy	.240	.039	.267	6.086	.000	.996	1.004

a. Dependent Variable: Consumption Behavior

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Data pada tabel 7 diatas menunjukkan semua nilai tolerance $> 0,1$ yakni *Lifestyle* sebesar 0,447, *Social Environment* sebesar 0,447, dan *Financial Islamic Literacy* sebesar 0,996. Jika dilihat dari nilai VIF menunjukkan bahwa semua nilai VIF < 10 yakni *Lifestyle* sebesar 2,235, *Social Environment* sebesar 2,237, dan *Financial Islamic Literacy* sebesar 1,004. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas antara variabel independen dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

d) Uji Heteroskedastisitas

Tabel 8 Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.623	.622		7.435	.000
	Lifestyle	-.011	.023	-.035	-.479	.632
	Social Environment	-.130	.037	-.258	-3.484	.003
	Financial Islamic Literacy	-.062	.024	-.129	-2.611	.070

a. Dependent Variable: RES2

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel 8 diatas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai signifikan $> 0,05$ yakni X_1 (*Lifestyle*) memiliki nilai sig = 0,640, X_2 (*Social Environment*) memiliki nilai sig = 0,063, dan X_3 (*Consumption Behavior*) memiliki nilai sig = 0,070 maka hal tersebut dapat dikatakan bahwa semua variabel bebas dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linear Berganda

Uji analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengukur pengaruh variabel bebas yakni X_1 (*Lifestyle*), X_2 (*Social Environment*), X_3 (*Financial Islamic literacy*) terhadap variabel terikat yakni Y (*Consumption Behavior*).

Tabel 9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.105	1.032		8.820	.000
	Lifestyle	.073	.038	.125	1.920	.056
	Social Environment	.358	.062	.378	5.781	.000
	Financial Islamic Literacy	.240	.039	.267	6.086	.000

a. Dependent Variable: Consumption Behavior

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel 9 diatas dapat diketahui hasil analisis regresi linear berganda untuk variabel *Lifestyle* sebesar 0,073 kemudian untuk variabel *Social Environment* sebesar 0,358 dan variabel *Financial Islamic Literacy* sebesar 0,240. Sehingga model persamaan regresi linear berganda yang diperoleh sebagai berikut :

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

$$Y = 9,105 + 0,073X_1 + 0,358X_2 + 0,240X_3 + e$$

Nilai beta dalam Unstandardized Coefficients Dimana :

Y = *Consumption Behavior*

a = Konstanta

X_1 = *Lifestyle*

X_2 = *Social Environment*

X_3 = *Financial Islamic Literacy*

$B_1b_2b_3$ = Koefisien masing-masing variabel

e = Error tolerance

Persamaan diatas dapat dijabarkan sebagai berikut :

- Diketahui nilai konstanta sebesar 9,105 artinya tanpa adanya variabel independen yaitu *Lifestyle* (X_1), *Social Environment* (X_2), dan *Financial Islamic Literacy* (X_3) maka besarnya nilai variabel *Consumption Behavior* mahasiswa Bidikmisi adalah 9,105.
- Koefisien variabel *Lifestyle* (X_1) sebesar 0,073 artinya apabila setiap kenaikan 1 satuan variabel bebas berupa *Lifestyle* akan meningkatkan *Consumption Behavior* mahasiswa Bidikmisi sebesar 0,073 dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.
- Koefisien variabel *Social Environment* (X_2) sebesar 0,358 artinya apabila setiap kenaikan 1 satuan variabel bebas berupa *Social Environment* akan meningkatkan *Consumption Behavior* mahasiswa Bidikmisi sebesar 0,358 dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.
- Koefisien variabel *Financial Islamic Literacy* (X_3) sebesar 0,240 artinya apabila setiap kenaikan 1 satuan variabel bebas berupa *Financial Islamic Literacy* akan mengakibatkan *Consumption Behavior* mahasiswa Bidikmisi turun yakni sebesar 0,240 dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.543 ^a	.295	.289	1.99947

a. Predictors: (Constant), Financial Islamic Literacy, Lifestyle, Social Environment

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Pada data tabel 10 diatas menunjukkan bahwa pengaruh *Lifestyle*, *Social Environment*, dan *Financial Islamic Literacy* terhadap *Consumption Behavior* mahasiswa Bidikmisi diperoleh sebesar 0,289 atau 28,9%. Sedangkan dilihat dari nilai Adjusted R Squarenya dan sisanya 71,1% (100% - 28,9%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas atau tidak termasuk dalam penelitian ini. Hal tersebut membuktikan bahwasanya

koefisien determinasi yang diperoleh termasuk dalam kategori lemah karena nilai R-Square nya lebih dari 0,19 tetapi lebih rendah dari 0,33 yaitu sebesar 0,289. Menurut Chin (1998), nilai R-Square dikategorikan kuat jika lebih dari 0,67, moderat jika lebih dari 0,33 tetapi lebih rendah dari 0,67 dan lemah jika lebih dari 0,19 tetapi lebih rendah dari 0,33.

Sedangkan pada koefisien determinasi parsial diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,105	1,032		8,820	,000
	Lifestyle	,073	,038	,125	1,920	,056
	Social Environment	,358	,062	,378	5,781	,000
	Financial Islamic Literacy	,240	,039	,267	6,086	,000

a. Dependent Variable: Consumption Behavior

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan data pada tabel 11 diatas, menunjukkan hasil yang diperoleh dari pengaruh parsial pada setiap variabel bebas bahwasanya variabel *Lifestyle* memberikan nilai $r_1 = 0,099$ maka nilai $r_1^2 = 0,0098$ atau 0,98%. Kemudian untuk variabel *Social Environment* memberikan nilai $r_2 = 0,288$ maka nilai $r_2^2 = 0,0829$ atau 8,29%. Sedangkan variabel *Financial Islamic Literacy* memberikan nilai $r_3 = 0,302$ maka nilai $r_3^2 = 0,0912$ atau 9,12% yang berarti kontribusi dari X1, X2, X3 terhadap Y yakni 18,39%. Hal tersebut berarti ada data bias sebesar 28,9% - 18,39% = 10,51%. Demikian dapat disimpulkan bahwasanya X1, X2, X3 memiliki pengaruh secara parsial terhadap *Consumption Behavior* mahasiswa Bidikmisi Universitas Trunojoyo Madura.

Uji Hipotesis

a) Uji F (Simultan)

Tabel 12 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	616,907	3	205,636	51,436	,000 ^b
	Residual	1475,222	369	3,998		
	Total	2092,129	372			

a. Dependent Variable: Consumption Behavior

b. Predictors: (Constant), Financial Islamic Literacy, Lifestyle, Social Environment

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan dari tabel 12 diatas menunjukkan bahwa nilai sig 0,000 < dari 0,05 dan nilai $f_{hitung} = 51,436 > f_{tabel} = 2,62$ (60,444 > 2,62) dengan demikian dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak H_a diterima yang berarti variabel *Lifestyle* (X1), *Social Environment* (X2), dan *Financial Islamic Literacy* (X3) berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap *Consumption Behavior* (Y) mahasiswa Bidikmisi Universitas Trunojoyo Madura.

b) Uji T (Parsial)

Tabel 13 Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients ^a									
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	9,105	1,032		8,820	,000			
	Lifestyle	,073	,038	,125	1,920	,056	,409	,099	,064
	Social Environment	,358	,062	,378	5,781	,000	,493	,288	,253
	Financial Islamic Literacy	,240	,039	,267	6,086	,000	,257	,302	,266

a. Dependent Variable: Consumption Behavior

Berikut penentuan nilai t_{tabel} dengan menggunakan rumus :

$$\begin{aligned}
 t_{tabel} &= a ; n-k-1 \\
 &= 0,05 ; 373-4-1 \\
 &= 0,05 ; 368 \\
 &= 1,64900
 \end{aligned}$$

- Variabel *Lifestyle* (X1) dari data diatas nilai sig 0,056 > 0,05 dan nilai t_{hitung} sebesar 1,920 > t_{tabel} 1,64900, maka keputusannya H_0 diterima dan H_a ditolak artinya X1 tidak berpengaruh terhadap Y.
- Variabel *Social Environment* (X2) dari data diatas nilai sig 0,000 < 0,05 dan nilai t_{hitung} sebesar 5,781 > t_{tabel} 1,64900, maka keputusannya H_0 ditolak dan H_a diterima artinya X2 berpengaruh terhadap Y.
- Variabel *Financial Islamic Literacy* (X3) dari data diatas nilai sig 0,000 < 0,05 dan nilai t_{hitung} sebesar 6,086 > t_{tabel} 1,64900, maka keputusannya H_0 ditolak dan H_a diterima artinya X3 berpengaruh terhadap Y.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh *Lifestyle* (X1), *Social Environment* (X2), dan *Financial Islamic Literacy* (X3) terhadap *Consumption Behavior* (Y)

Berdasarkan hasil output melalui SPSS, dapat diketahui bahwasanya pengujian hipotesis secara simultan pada variabel X1, X2, X3, berpengaruh terhadap Y. Hal tersebut melihat uji f dengan nilai $\text{sig} = 0,000 < 0,005$ dan nilai $f_{\text{hitung}} = 51,436 > f_{\text{tabel}} = 2,62$. Jika dilihat dari nilai Adjusted R Squarenya sebesar 0,289 yang artinya bahwa kontribusi yang dihasilkan dari 3 variabel independen tersebut sejumlah 28,9% sehingga dapat disimpulkan bahwa *Lifestyle*, *Social Environment*, dan *Financial Islamic Literacy* memiliki pengaruh terhadap *Consumption Behavior* mahasiswa Bidikmisi Universitas Trunojoyo Madura walaupun pengaruh yang diberikan lemah karena sebagian besar mahasiswa Bidikmisi Universitas Trunojoyo Madura memiliki tingkat literasi keuangan yang baik sehingga mereka dapat menentukan atau lebih selektif dalam menggunakan uang Bidikmisi berdasarkan prioritasnya. Hasil tersebut juga menunjukkan sama atau sejalan dengan hipotesis yang dibangun oleh peneliti.

Manfaat bagi mahasiswa Bidikmisi Universitas Trunojoyo Madura adanya penelitian ini agar bisa dijadikan pedoman atau informasi untuk lebih mengembangkan lagi kualitas diri sebagai mahasiswa Bidikmisi, memahami tujuan, tanggung jawab maupun tugas-tugas bagaimana mestinya serta diharapkan menjadi masukan maupun pertimbangan yang sangat bermanfaat bagi mahasiswa.

Hasil penelitian ini juga mengisyaratkan bahwa *lifestyle*, *social environment*, dan *financial islamic literacy* menjadi salah satu faktor yang dapat menentukan baik tidaknya

perilaku konsumsi (*consumption behavior*) yang dilakukan mahasiswa penerima Bidikmisi Universitas Trunojoyo Madura. Penelitian ini juga sejalan dengan apa yang dilakukan oleh Sri Cahyanti (2021) dan Achmad Syaichoni (2020) yang menyatakan bahwa gaya hidup, lingkungan sosial dan literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. [14]

2. Pengaruh *Lifestyle* (X1) terhadap *Consumption Behavior* (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari pengujian hipotesis X1 mempengaruhi Y terbukti dengan melihat hasil uji t nilai $\text{sig} = 0,056 > 0,05$ dan nilai $t_{\text{hitung}} = 1,920 > t_{\text{tabel}} 1,64900$. Hasil dari koefisien regresi sebesar 0,099 yang artinya *Lifestyle* memberikan dampak sebesar 0,98% terhadap *Consumption Behavior*. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terbukti variabel *Lifestyle* berpengaruh terhadap *Consumption Behavior* mahasiswa Bidikmisi Universitas Trunojoyo Madura yang berarti hasil dari *Lifestyle* ini bertolak belakang dengan hipotesis yang dibangun oleh peneliti.

Gaya hidup merupakan gambaran bagaimana mahasiswa tersebut membelanjakan uangnya maupun mengalokasikan waktu yang mereka miliki. Apabila gaya hidup mahasiswa baik, maka semakin rasional perilaku konsumsi yang mereka miliki sehingga mahasiswa Bidikmisi cenderung lebih berhati-hati dalam berperilaku konsumsi. Hal tersebut dapat dilihat pada survey pra-penelitian yang dilakukan peneliti kepada 205 responden bahwasanya dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan mahasiswa menyumbang rata-rata sebanyak 40% berperilaku konsumtif dan 60% tidak berperilaku konsumtif sehingga dapat disimpulkan bahwasanya sebagian besar mahasiswa

Bidikmisi dapat mengontrol dirinya dalam kegiatan konsumsi sehari-hari.

Hal ini juga mendukung penelitian Iskandar dan Rahmayanti (2018) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi dengan nilai Beta sebesar 0,331 yang berarti bahwa gaya hidup sama-sama berpengaruh parsial rendah terhadap perilaku konsumsi. [15] Perbedaan pengaruh pada penelitian ini terdapat pada penelitian yang dilakukan Maulidysneni dkk (2021) yang mengatakan bahwa variabel gaya hidup tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumsi atau berpengaruh rendah dikarenakan responden atau sampel yang digunakan berbeda-beda dari tiap kampus atau wilayah yang digunakan yang menyebabkan ketimpangan sosial. Karena terdapat perbedaan responden yang digunakan, berbeda pula gaya hidup yang digunakan responden atau mahasiswa yang berada di daerah metropolitan atau padat penduduknya daripada mahasiswa yang wilayah kampusnya lebih sedikit penduduknya atau berada didaerah maupun pelosok.

3. Pengaruh *Social Environment* (X2) terhadap *Consumption Behavior* (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari pengujian hipotesis secara parsial X2 mempengaruhi Y terbukti dengan melihat hasil uji t nilai sig = 0,000 < 0,05 dan nilai $t_{hitung} = 5,781 > t_{tabel} 1,64900$. Hasil dari koefisien regresi sebesar 0,0829 yang artinya *Social Environment* memberikan pengaruh sebesar 8,29% terhadap *Consumption Behavior* mahasiswa Bidikmisi Universitas Trunojoyo Madura sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil tersebut sama atau sejalan dengan hipotesis yang dibangun oleh peneliti.

Hasil yang diperoleh diatas dapat diketahui bahwa lingkungan sosial berpengaruh pada perilaku konsumsi

mahasiswa. Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa berperilaku konsumsi semakin rasional jika lingkungan sosialnya memberikan keteladanan atau contoh untuk berperilaku konsumsi secara disiplin. Jadi semakin baik perilaku konsumsi mahasiswa jika lingkungan sosialnya (teman, masyarakat dan sebagainya) memberikan contoh atau dampak yang baik begitu pula sebaliknya jika lingkungan sosialnya memberikan contoh yang kurang baik maka mahasiswa cenderung akan mengikutinya.

Penelitian ini didukung oleh Hartiyani, Mintasih dan Muhammad Sabandi (2017) mengatakan bahwa lingkungan sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa program studi pendidikan ekonomi FKIP UNS. Hal ini juga sejalan dengan hasil survey pra-penelitian bahwasanya lingkungan sosial mahasiswa memberikan pengaruh yang lebih besar daripada *lifestyle* yang ada dalam pribadi mahasiswa.

4. Pengaruh *Financial Islamic Literacy* (X3) terhadap *Consumption Behavior* (Y)

Hasil pengujian hipotesis secara parsial X3 mempengaruhi Y terbukti dengan melihat hasil uji t nilai sig = 0,000 < 0,05 dan nilai $t_{hitung} = 7,617 > t_{tabel} 1,64900$. Hasil dari koefisien regresi sebesar 0,0912 yang artinya *Financial Islamic Literacy* memberikan dampak sebesar 9,12% terhadap *Consumption Behavior* mahasiswa Bidikmisi Universitas Trunojoyo Madura. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sejalan dengan hipotesis yang dibangun oleh peneliti.

Hal tersebut dapat diartikan bahwa mahasiswa yang memiliki tingkat literasi keuangan syariah yang baik, mereka akan selektif dalam mengkonsumsi sesuatu karena mereka akan memprioritaskan membeli yang mereka butuhkan dan mengesampingkan apa

yang diinginkan karena mahasiswa yang sudah memahami literasi keuangan maka mereka akan berfikir rasional untuk berperilaku konsumsi dan sebaliknya. Jadi suatu perilaku konsumsi mahasiswa akan baik dikarenakan pahamnya/meleknnya tingkat literasi keuangan syariah oleh mahasiswa Bidikmisi.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Weny Margaretta Panjaitan (2022) bahwasanya literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap perilaku konsumsi. Hal tersebut juga didukung oleh hasil survey pra-penelitian yang dilakukan peneliti bahwasanya alasan yang paling banyak dilakukan mahasiswa mengambil dananya persemester karena kebutuhan mendesak sebanyak 49,3% sisanya karena alasan lainnya.[16]

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Terdapat pengaruh secara simultan antara variabel *lifestyle* (X1), *social environment* (X2), *financial islamic literacy* (X3) terhadap *consumption behavior* mahasiswa Bidikmisi Universitas Trunojoyo Madura. Kemudian secara individu atau parsial menunjukkan bahwa variabel *lifestyle* (X1) tidak terbukti berpengaruh terhadap *consumption behavior* mahasiswa Bidikmisi Universitas Trunojoyo Madura. Variabel *social environment* (X2) dan *financial islamic literacy* (X3) terbukti berpengaruh dominan terhadap *consumption behavior* mahasiswa Bidikmisi Universitas Trunojoyo Madura.

Saran

Hendaknya hasil penelitian ini dapat memberikan masukan kepada mahasiswa Bidikmisi Universitas Trunojoyo Madura untuk dapat lebih lagi mengembangkan kualitas diri sebagai mahasiswa Bidikmisi, memahami tujuan, tanggung jawab maupun tugas-tugas sebagaimana mestinya bagi

mahasiswa Bidikmisi dan diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan tentang literasi keuangan islam maupun bagaimana perilaku konsumsi dalam islam dan bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memberikan pembahasan maupun ulasan-ulasan yang lebih terperinci lagi dalam penelitian ini terutama pada bagian yang belum dijabarkan seperti mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel baru selain variabel yang diteliti dalam penelitian ini seperti motivasi berprestasi, kontrol diri, perilaku keuangan dan lain sebagainya yang dapat mempengaruhi *consumption behavior* lebih besar lagi.

REFERENSI

- [1] D. Maharani and T. Hidayat, "Rasionalitas Muslim : Perilaku Konsumsi dalam Prespektif Ekonomi Islam," *J. Ilm. Ekon. Islam*, vol. 6, no. 3, p. 103, 2020, doi: 10.29040/jiei.v6i3.1374.
- [2] Kemenag, "Q.S Al-A'raf 7:31." <https://quran.kemenag.go.id/surah/7/31> (accessed Feb. 08, 2023).
- [3] A. B. S, "Etika Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Hunafa J. Stud. Islam.*, vol. 11, no. 2, pp. 350–351, 2014.
- [4] D. Dikti, "Bidikmisi." <https://bidikmisi.belmawa.ristekdikti.go.id/> (accessed Feb. 08, 2023).
- [5] D. H. Astuti D., A. Fauzi, and S. H., "Efektivitas Program Beasiswa Bidikmisi di Universitas Negeri Surabaya," *J. Din. Manaj. Pendidik.*, vol. 4, no. 2, p. 103, 2019, doi: 10.30651/didaktis.v19i3.3586.
- [6] D. Ruliana, "Staf Biro Administrasi Kemahasiswaan (BAAK) Universitas Trunojoyo Madura." 22 Desember 2022, Kamal, Bangkalan.
- [7] M. S. Hartiyani Sadu Budanti, Mintasih Indriayu, "Pengaruh Lingkungan Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS," *J. Penelit. Pendidik. Guru Sekol. Dasar*, vol. 6, no. August, p. 128, 2016.
- [8] B. Octaviani, "Pengaruh Lingkungan

- Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Perspektif Ekonomi Islam (Studi Mahasiswa Ekonomi Islam FIAI UII 2012),” 2016.
- [9] N. Hasanah, T. Anggraini, R. Daim Harahap, and U. Islam Negeri Sumatera Utara, “Pengaruh Gaya Hidup, Media Sosial dan Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumsi di Masa Pandemi Menurut Ekonomi Islam: Studi pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan,” *MES Manag. J.*, vol. 2, no. 1, pp. 1–13, 2023.
- [10] M. N. Sukma and C. Canggih, “Pengaruh Electronic Money, Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumsi Islam,” *J. Ilm. Ekon. Islam*, vol. 7, no. 1, p. 209, 2021, doi: 10.29040/jiei.v7i1.1570.
- [11] A. Syaichoni, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Consumer Behavior Mahasiswa,” *An-Nisbah J. Ekon. Syariah*, vol. 7, no. 1, pp. 74–119, 2020.
- [12] R. Nurzianti, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Takengon,” *Gorontalo Dev. Rev.*, vol. 5, no. 1, p. 49, 2022, doi: 10.32662/golder.v5i1.2025.
- [13] A. Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2011.
- [14] S. Cahyanti, “Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Bidikmisi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating,” Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2021.
- [15] I. Iskandar and R. Rahmayanti, “Pengaruh Gaya Hidup, Kelompok Teman Sebaya, dan Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumsi,” *J. Ilmu Manaj. Dan Bisnis*, vol. 9, no. 2, pp. 93–104, 2018, doi: 10.17509/jimb.v9i2.19749.
- [16] W. Margareta Panjaitan, “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Para Pengguna E-Wallet (Studi Pada Mahasiswa S1 Pengguna E-Wallet Perguruan Tinggi Di Kota Jambi Tahun 2021),” *Repository.Unja.Ac.Id*, 2023, [Online]. Available: <https://repository.unja.ac.id/id/eprint/43663>.

Pengaruh *Self Leadership* Dan Kematangan Emosi Terhadap Disiplin Kerja (Studi pada Bank Syariah di Pematangsiantar)

Yosua Sagala^{1*}, Arif Murti R²

^{1,2} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis-Universitas Pertamina

*
e-mail : y.sagala153@gmail.com

Dikirim	Direvisi	Diterima
11 Agustus 2023	13 September 2023	27 September 2023

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh *self leadership* dan kematangan emosi terhadap disiplin kerja karyawan salah satu bank syariah di kota Pematangsiantar. Penelitian ini berbentuk kuantitatif dengan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data. Kuesioner disebar kepada seluruh karyawan salah satu bank syariah di kota Pematangsiantar. Peneliti menggunakan IBM SPSS Statistics versi 25 untuk melakukan analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *self leadership* dengan kematangan emosi berpengaruh positif secara bersama-sama yang berarti jika *self leadership* dan kematangan emosi meningkat, maka disiplin kerja juga akan meningkat. Dengan menambahkan pelatihan dan konseling yang berfokus pada peningkatan *self leadership* dan kematangan emosi, maka disiplin kerja karyawan juga akan meningkat.

Kata kunci : Disiplin Kerja, Kematangan Emosi, *Self Leadership*

Abstract:

This study aims to determine the effect of self leadership and emotional maturity on employee one of many sharia bank in Pematangsiantar city. This is a quantitative research that use questionnaire as a tool to get data. The questionnaire was distributed to all 32 employees of one of sharia bank in Pematangsiantar city. Researcher use IBM SPSS Statistics 25 to analysed the data. The results show that self leadership together with emotional maturity has a positive effect which means that if self leadership and emotional maturity were to increased then work discipline will increase as well. With training and counseling that focused on increasing self leadership and emotional maturity, will result in an increased of employee's work discipline.

Keywords: *Work Discipline, Emotional Maturity, Self Leadership.*

PENDAHULUAN

Menurut UU nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat. Di Indonesia sendiri terdapat bank konvensional dan bank syariah. Bank konvensional sendiri sudah berdiri lebih lama dibandingkan bank syariah, tetapi tidak sedikit dari masyarakat Indonesia yang memilih menggunakan jasa perbankan syariah. Hal ini karena kinerja bank syariah sendiri tidak kalah dengan bank

konvensional yang sudah berdiri lebih lama. Jika kita melihat dari kinerja salah satu bank syariah, pada tahun 2020 bank tersebut mencatat laba bersih sebanyak Rp 3,028,205 atau 3 triliun rupiah, lalu pada tahun 2021 bank tersebut mencatat laba bersih sebanyak 4,3 triliun rupiah dengan kenaikan 40.7%. Jika dibandingkan dengan bank konvensional yang sudah lebih lama berdiri, *Return on Assets* (ROA) bank syariah adalah 1,61% sementara ROA bank konvensional tersebut adalah 1.5%. Hal ini menunjukkan bahwa bank syariah tidak kalah bersaing dengan bank konvensional yang sudah lebih lama berdiri di Indonesia.

Menurut UU nomor 21 Tahun 2008 tentang usaha Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya, dan bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Pada dasarnya, bank syariah adalah bank yang bergerak berdasarkan hukum Islam yaitu tanpa *riba*, *gharar*, dan *masyir*. Menurut *The Royal Islamic Strategic Studies Centre*, Indonesia adalah Negara pemeluk agama Islam terbesar di dunia. Hal ini juga menjadi salah satu alasan mengapa begitu bank syariah semakin berkembang di Indonesia. Bank Syariah di Indonesia juga tidak hanya diawasi oleh OJK saja tetapi juga DOS atau Dewan Pengawas Syariah yang bertugas mengawasi perbankan syariah agar tetap sesuai dengan syariat-syariat Islam.

Semua manusia memiliki emosi mereka masing-masing. Emosi adalah suatu indikasi psiko-fisiologis yang memberikan efek pada persepsi, sikap, dan tingkah laku, serta dimanifestasikan dalam bentuk-bentuk tertentu (Darwis, 2006). Khule (2015) mengatakan bahwa kematangan emosi adalah ciri kepribadian yang dapat berarti seseorang dapat memerintahkan emosinya, dan memperlihatkan daya tahan terhadap tekanan yang ia terima. Pekerjaan sering melelahkan atau tidak memuaskan, terutama pada bisnis perbankan yang memiliki beban kerja yang tinggi. Beban kerja yang tinggi yang akan dihadapi setiap minggunya akan menimbulkan terjadinya ketidakpuasan. Saat seperti inilah bank perlu merekrut karyawan yang memiliki kematangan emosi. Dengan kematangan emosi, karyawan akan berusaha menyelesaikan ketidakpuasan kerja tersebut dengan cara yang benar dan tidak menyelesaikannya dengan cara seperti korupsi atau menjual data nasabah ke pihak luar untuk keuntungan pribadinya.

Individu tidak dapat terpisah dari lingkungan selama hidupnya. Lingkungan dimana kita berada, baik lingkungan fisik

maupun lingkungan psikologi memiliki pengaruh yang sangat besar bagi seseorang. Manusia memiliki kecenderungan untuk mengikuti lingkungannya, baik melalui pengajaran maupun pengamatan. Lingkungan dapat mempengaruhi pola pikir, cara berkomunikasi, cara berpakaian, hingga hal yang diinginkan individu, tetapi masalah dapat muncul ketika lingkungan disekitar individu tidak mengarahkan individu ke arah yang positif, di saat itulah *self leadership* akan sangat diperlukan. Menurut Neck & Houghton (2006), *self leadership* adalah kemampuan yang dipunyai seorang individu untuk mempengaruhi, mengarahkan, mengawasi, dan memotivasi dirinya sendiri untuk mencapai tujuan yang ia inginkan. Jika seseorang memiliki *self-leadership* yang kuat dan baik, maka meskipun lingkungannya sekitarnya berperilaku atau memiliki pola pikir yang berbeda, ia tetap akan memimpin dirinya sendiri sesuai dengan strategi-strategi tersebut tanpa memikirkan perbedaannya dengan lingkungannya.

Banyak hal yang harus diperhatikan oleh divisi HR, seperti cuti, *payroll*, pelatihan, disiplin kerja karyawan dan masih banyak lagi. Semua hal tersebut penting, tetapi disiplin kerja juga sangat penting untuk tercapainya keuntungan karyawan. Menurut Hasibuan (2016), kedisiplinan adalah fungsi manajemen SDM yang terpenting dan adalah kunci untuk mewujudkan tujuan karena mustahil mencapai hasil yang maksimal tanpa kedisiplinan. Kedisiplinan dapat meningkatkan produktivitas kinerja, mengurangi biaya, meningkatkan keamanan dan masih banyak lagi. Akan sangat penting bagi perusahaan untuk menjaga kedisiplinan karyawannya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Maulan, Ruma, Musa, & Nasir (2022), melalui kedisiplinan kerja, karyawan yang memiliki kedisiplinan yang baik akan memiliki kepuasan kerja yang lebih baik pula. Tidak hanya itu, menurut Pratama (2022), kedisiplinan kerja juga dapat meningkatkan performa karyawan yang pada akhirnya akan membantu karyawan mencapai puncak karir yang ia inginkan.

Bukan hanya satu kasus saja dimana pihak internal bank menjual data nasabah kepada pihak luar untuk kepentingan mereka sendiri. Karena itu perlu kedisiplinan karyawan sangat perlu untuk diperhatikan oleh pihak Bank agar mengurangi potensi terjadinya kerugian hingga kehilangan kepercayaan nasabah-nasabahnya. Memberikan uang atau sebagian dari harta bukanlah perkara mudah, dan seluruh bisnis perbankan bergantung pada hal ini. Itulah kenapa kepercayaan nasabah sangatlah penting bagi bisnis perbankan. Tetapi berlawanan dengan hal ini, bisnis perbankan tidak asing dengan kecurangan-kecurangan internal. Menurut ICW (Indonesia *Corruption Watch*), perbankan adalah sektor dengan kasus korupsi yang paling tinggi. Lalu bagaimana dengan perbankan syariah? Salah satu bank syariah di Pematangsiantar sendiri sudah pernah mendapat aksi demo dikarenakan oleh hilangnya saldo nasabah sebesar Rp 120 juta, yang hingga saat ini belum mendapat respon. Apakah ini berarti perbankan syariah juga tidak berbeda kasus korupsi pada perbankan BUMN? Melihat ini ada baiknya jika dilakukan penelitian pada salah satu bank syariah di kota Pematangsiantar mengenai *self leadership* dan kematangan emosi terhadap disiplin kerja.

METODE

Menurut Hatch dan Frahadi, variable berarti atribut ataupun obyek yang memiliki selingan antar satu dengan yang lain (Sugiyono, 2015). Identifikasi variabel bertujuan untuk membantu peneliti menentukan alat pengumpulan data yang sesuai serta teknik analisis yang dapat digunakan.

Tabel 1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Sub-Variabel	Indikator	Skala
<i>Self Leadership</i>	Kesadaran Diri	Menyadari kelebihan dan kekurangan	Ordinal
		Menyadari rentang emosi	Ordinal
	Pengarahan Diri	Memiliki rencana yang ingin dicapai	Ordinal
		Melakukan hal-hal	Ordinal

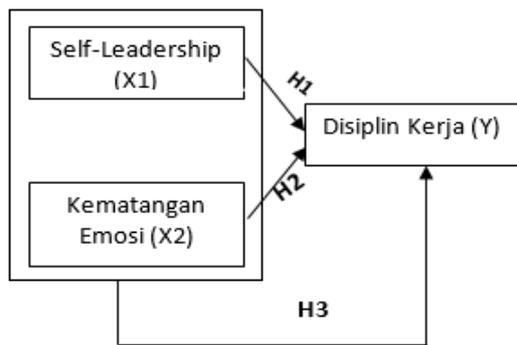
Pengelolaan Diri	yang diperlukan	Ordinal	
	Memetakan arah yang diperlukan	Ordinal	
	Mampu memaksa diri	Ordinal	
Penyelesaian Diri	Mampu menyelesaikan tugas	Ordinal	
Kematangan Emosi	<i>Emotional Awareness</i>	Mampu bersikap toleran	Ordinal
		Mampu mengendalikan amarah	Ordinal
		Mampu mengatasi stress	Ordinal
	<i>Emotional Acceptance</i>	Menerima diri	Ordinal
		Mampu bersyukur	Ordinal
		Mampu bangga akan diri sendiri	Ordinal
	<i>Emotional Affection</i>	Mampu melihat dari persepektif lain	Ordinal
		Mampu merasakan apa yang dirasakan orang lain	Ordinal
	<i>Emotional Affirmation</i>	Mampu menguatkan diri	Ordinal
Melakukan <i>self talking</i>		Ordinal	
Bertindak untuk memperbaiki diri sendiri		Ordinal	
Disiplin Kerja	Taah Terhadap Waktu	Jam masuk dan keluar	Ordinal
		Waktu istirahat	Ordinal
	Taah Pada Perusahaan	Cara berpakaian	Ordinal
		Kepatuhan bekerja	Ordinal
	Aturan Perilaku dalam Perusahaan	Bertingkah laku	Ordinal
		Bertanggungjawab	Ordinal
	Aturan Lainnya	Taat pada norma	Ordinal

Sumber: Data diolah (2023)

Populasi merupakan cakupan generalisasi yang terbentuk dari subjek serta objek yang memiliki sifat serta mutu yang spesifik. Populasi ditentukan oleh peneliti, kemudian diteliti lalu kesimpulan dapat ditarik (Sugiyono, 2010). Populasi yang dimaksud adalah karyawan satu bank syariah yang berjumlah 32 orang. Kuesioner adalah metode yang dipilih peneliti sebagai sebagai

instrumen untuk mengumpulkan data. Kuesioner berarti pertanyaan-pertanyaan tertulis yang dipakai untuk mendapatkan data yang diharapkan dari responden, dalam hal ini informasi tersebut adalah laporan mengenai pribadi responden. Kuesioner (angket) merupakan metode menghimpun data dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan untuk dijawab oleh responden (Sugiyono, 2015). Peneliti akan menyebarkan kuesioner secara *offline* dan secara *online* melalui *google form*. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: data primer didapatkan dari karyawan bank syariah. Data sekunder didapatkan dari jurnal-jurnal dan sumber-sumber lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

Metode analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda (*multiple regression analysis*). Data penelitian ini diolah dengan menggunakan program *statistical package for social science* (SPSS). Analisis regresi linear berganda bermaksud untuk memperkirakan variabel bebas ketika atau bahkan lebih dari dua variabel terikat dimanipulasi (Moch. Nazir, 2011). Adapun variabel bebas tersebut adalah *Self Leadership* (X1) dan *Kematangan Emosi* (X2), lalu variabel terikat adalah *Disiplin Kerja* (Y).



Gambar 1 Kerangka Berpikir

H1 = Terdapat pengaruh antara *Self-Leadership* (X1) terhadap *Disiplin Kerja* (Y)

H2 = Terdapat pengaruh antara *Kematangan Emosi* (X2) terhadap *Disiplin Kerja* (Y)

H3 = Terdapat pengaruh antara *Self Leadership* (X1) dan *Kematangan Emosi* (X2) terhadap *Disiplin Kerja* (Y)

HASIL

Hasil Analisis Deskriptif Tanggapan Responden

Tabel 2 Deskripsi *Self Leadership*

Item	SS	S	RG	TS	STS	Skor	Mean
X1.1	6	18	3	2	3	118	3,68
X1.2	1	7	10	12	2	106	3,31
X1.3	2	4	6	12	5	111	3,46
X1.4	15	12	2	2	1	134	4,18
X1.5	13	14	3	1	1	133	4,15
X1.6	10	18	2	1	1	131	4,09
X1.7	10	20	1	-	1	134	4,18
X1.8	10	19	1	-	2	131	4,09
X1.9	10	19	2	-	1	133	4,15

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan dari tabel 1 di atas, maka dapat diperoleh gambaran jawaban responden sebagai berikut : Dari 9 item pernyataan kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini, diperoleh skor rata-rata tertinggi berada pada pernyataan 4 dan 7 dengan rata-rata 4,18. Hal ini menandakan bahwa mayoritas dari responden memilih jawaban sangat setuju dan setuju.

Tabel 3 Deskripsi *Kematangan Emosi*

Item	SS	S	RS	TS	STS	Skor	Mean
X2.1	9	14	6	3	-	125	3,90
X2.2	5	14	8	4	1	114	3,56
X2.3	4	14	8	6	-	112	3,50
X2.4	10	12	4	2	4	118	3,68
X2.5	20	10	1	-	1	144	4,50
X2.6	8	15	2	6	1	119	3,71
X2.7	11	16	1	3	1	129	4,03
X2.7	10	16	3	2	1	128	4,00
X2.9	13	17	1	1	-	138	4,31
X2.10	12	14	4	2	-	132	4,12
X2.11	10	13	6	2	1	125	3,90
X2.12	13	15	3	1	-	136	4,25

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diperoleh gambaran jawaban responden sebagai berikut: Dari 12 item pernyataan kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini, diperoleh skor rata-rata tertinggi pada pernyataan ke-5 dengan jumlah rata-rata

mencapai 4,50 lalu diikuti oleh pernyataan ke-9 dengan jumlah rata-rata 4,31.

Tabel 4 Deskripsi Disiplin Kerja

Item	SS	S	RG	TS	STS	Skor	Mean
Y.1	15	15	1	-	1	139	4,34
Y.2	13	14	3	1	1	133	4,15
Y.3	19	12	-	-	1	144	4,50
Y.4	16	15	-	-	1	141	4,40
Y.5	17	14	-	-	1	141	4,43
Y.6	22	9	-	-	1	147	4,59
Y.7	16	13	1	1	1	138	4,31
Y.8	26	4	1	-	1	150	4,68

Sumber: Data diolah (2023)

Untuk melihat kuesioner dari variabel disiplin kerja, maka ditampilkan jawaban dari 32 responden terhadap 8 pernyataan tentang disiplin kerja. Berikut persentase jawaban untuk masing-masing pernyataan pada disiplin kerja. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa pertanyaan dengan jumlah rata-rata tertinggi berada pada nomor 8 dengan jumlah rata-rata 4,59.

Hasil Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2010), bahwa valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Valid menunjukkan derajat ketetapan antara data dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Pelaksanaan perhitungan validitas butir-butir instrumen dianalisis dengan menggunakan program SPSS. Kriteria pengujiannya adalah jika $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ berarti valid. Hasil uji validitas dari *self leadership* dapat dilihat pada tabel di bawah.

Tabel 5 Hasil Uji Validitas Self Leadership

Item	R Hitung	R Tabel	Ket
X1.1	0,814	0,349	Valid
X1.2	0,404	0,349	Valid
X1.3	0,448	0,349	Valid
X1.4	0,839	0,349	Valid
X1.5	0,775	0,349	Valid
X1.6	0,885	0,349	Valid
X1.7	0,817	0,349	Valid
X1.8	0,690	0,349	Valid
X1.9	0,837	0,349	Valid

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4 di atas, menunjukkan butir-butir kuesioner pada item

pernyataan variabel *self leadership* sebanyak 9 pernyataan. Dalam penelitian ini dinyatakan valid dengan melihat $r\text{-hitung}$ pada masing item lebih besar dari $r\text{-tabel}$ (0,349) dan seluruh 9 pernyataan tersebut dapat dinyatakan valid.

Tabel 6 Hasil Uji Validitas Kematangan Emosi

Item	R Hitung	R Tabel	Ket
X2.1	0,736	0,349	Valid
X2.2	0,768	0,349	Valid
X2.3	0,738	0,349	Valid
X2.4	0,619	0,349	Valid
X2.5	0,804	0,349	Valid
X2.6	0,655	0,349	Valid
X2.7	0,643	0,349	Valid
X2.8	0,759	0,349	Valid
X2.9	0,638	0,349	Valid
X2.10	0,694	0,349	Valid
X2.11	0,488	0,349	Valid
X2.12	0,761	0,349	Valid

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 5 di atas, menunjukkan butir-butir kuesioner pada item pernyataan variabel kematangan emosi sebanyak 12 pernyataan. Dalam penelitian ini kuesioner dinyatakan valid jika nilai $r\text{-hitung}$ lebih besar dari nilai $r\text{-tabel}$, yang bisa dilihat pada tabel di atas bahwa setiap pernyataan dapat dikatakan valid.

Tabel 7 Hasil Uji Validitas Disiplin Kerja

Item	R Hitung	R Tabel	Ket
Y.1	0,930	0,349	Valid
Y.2	0,872	0,349	Valid
Y.3	0,950	0,349	Valid
Y.4	0,933	0,349	Valid
Y.5	0,946	0,349	Valid
Y.6	0,875	0,349	Valid
Y.7	0,829	0,349	Valid
Y.8	0,861	0,349	Valid

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 6 di atas, menunjukkan butir-butir kuesioner pada item pernyataan variabel disiplin kerja, sebanyak 8 pernyataan. Dalam penelitian ini kuesioner dinyatakan valid jika nilai $r\text{-hitung}$ lebih besar dari nilai $r\text{-tabel}$, yang bisa dilihat pada tabel di atas bahwa setiap pernyataan dapat dikatakan valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 8 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpa	Standar
Self Leadership	0,881	0,7
Kematangan Emosi	0,893	0,7
Disiplin Kerja	0,965	0,7

Sumber: Data diolah (2023)

Uji reliabilitas yang akan dilakukan untuk pengujian kuesioner adalah dengan menggunakan aplikasi *program* SPSS versi 25. Kriteria pengujian uji reliabilitas adalah Sugiyono (2011), sebagai berikut : 1) Apabila hasil koefisien *alpha* adalah lebih besar dari taraf signifikansi 70% atau 0,7 maka kuesioner tersebut dapat dikatakan *reliable*. 2) Apabila hasil koefisien *alpha* adalah lebih kecil dari taraf signifikansi 70% atau 0,7 maka kuesioner tersebut tidak reliabel. Dari tabel 7 dapat dilihat bahwa koefisien variabel 1, 2, dan 3 memiliki *cronbach alpha* lebih besar dari 0,7 sehingga dapat dikatakan bahwa instrumen penelitian reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Tabel 9 Hasil Uji Asumsi Klasik

Normalitas	Signifikansi		
	0,200		
Heterokedastitas	Koefisien	Sig.	
	X1	0,809	
	X2	0,072	
Multikolinearitas	Koefisien	Tolerance	VIF
	X1	0,316	3,162
	X2	0,316	3,162

Sumber: Data diolah (2023)

Untuk melakukan uji normalitas, peneliti memakai uji *Kolmogorov-Smirnov*. Ketika nilai signifikan data lebih tinggi daripada alpha (0.05), berarti data bisa dikatakan normal. Berdasarkan table yang tertera bisa dilihat nilai signifikansi data (0.200) lebih tinggi dari alpha (0.05), mengindikasikan data berdistribusi normal. Untuk heterokedastitas, peneliti menggunakan uji *Glejser*. Dalam sebuah penelitian ada baiknya jika penelitian tersebut bersifat homokedastitas atau tidak memiliki masalah heterokedastitas. Saat melakukan uji heterokedastitas, ketika nilai signifikansi setiap koefisiennya melebihi nilai dari *p-value* (0.05), maka bisa dikatakan

masalah heterokedastitas tidak ada. Dari tabel di atas bisa kita lihat nilai signifikansi *self-leadership* (0.809) dan kematangan emosi (0.072) lebih tinggi dari nilai *p-value* (0.05), mengindikasikan masalah heterokedastitas tidak terjadi. Peneliti juga menggunakan uji multikolinearitas, agar peneliti tahu jika terjadi interkorelasi (hubungan yang kuat) antar variabel bebas. Ada baiknya untuk tidak memiliki gejala multikolieritas. Agar dapat melihat terjadi atau tidaknya gejala multikolinearitas, peneliti menggunakan metode *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Gejala dari multikolinearitas dapat diaktakan tidak ada apabila nilai dari *tolerance* itu sendiri lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih rendah dari 10. Dari 8 kita bisa melihat *tolerance self leadership* memiliki nilai 0,316 dan *tolerance* kematangan emosi memiliki nilai 0,316 lebih tinggi dari 0,10 yang memiliki arti tidak adanya multikolinearitas. Lalu nilai VIF *self leadership* dan kematangan emosi berupa 3,162 lebih rendah dari 10 yang mengindikasikan bahwa tidak adanya gejala multikolinearitas.

Hasil Pengujian Hipotesis

Moch. Nazir (2011), mengatakan bahwa analisis regresi ini digunakan agar dapat memperkirakan variabel bebas ketika dua variabel terikat dimanipulasi.

Tabel 10 Hasil Uji Parsial

Variabel	Unstardized B	t	Sig.
<i>(Constant)</i>	2,989		
X1	0,545	3,499	0,002
X2	0,278	2,315	0,028

Sumber: Data diolah (2023)

Dari tabel di atas, dapat ditulis persamaan regresi linear bergandar dengan model berikut:

$$Y = 2,989 + 0,545X_1 + 0,278X_2 + e$$

Dimana:

- Hasil konstan sebesar 2,989 menunjukkan pengaruh positif variabel bebas (variabel *self leadership* dan variabel kematangan emosi), yang dapat diartikan jika variabel bebas naik sebesar satu satuan, maka variabel terikat juga akan naik.

- b. Koefisien regresi X_1 memiliki nilai sebesar 0,545, menyatakan jika variabel *self leadership* meningkat sebanyak satu satuan, maka disiplin kerja karyawan BSI KC Pematangsiantar Perintis juga akan meningkat sebanyak 54,5%. Hal ini berarti variabel *self leadership* memiliki pengaruh yang signifikan.
- c. Koefisien regresi X_2 memiliki nilai sebesar 0,278, menyatakan jika variabel kematangan emosi meningkat sebanyak satu satuan, maka disiplin kerja karyawan BSI KC Pematangsiantar Perintis juga akan meningkat sebanyak 27,8%. Hal ini berarti variabel kematangan emosi memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.

Uji t perlu dilakukan agar melihat bagaimana variabel bebas memiliki dampak terhadap variabel dependen secara tersendiri. Sebuah regresi linear dapat dikatakan lulus uji t atau H1 diterima apabila t hitung lebih besar dan signifikansi lebih rendah dari alpha (0.05). Nilai t tabel didapat dari rumus $t(\alpha/2 ; n-k-1)$ dengan hasil 2.045. Dari tabel 4.7 di atas dapat dilihat bahwa hasil uji t pada variabel *self leadership* adalah $3.499 > 2.045$ (t tabel) dengan signifikansi $0.002 < 0.05$ (alpha). Tidak jauh bedanya dengan variabel kematangan emosi. Dengan melakukan uji pada SPSS versi 25, didapat $2.315 > 2.045$ sebagai hasil t hitung dengan signifikansi $0.028 < 0.05$ (alpha). Dari data-data tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *self leadership* mempengaruhi disiplin kerja dan variabel kematangan emosi juga mempengaruhi disiplin kerja secara individu.

Tabel 11 Hasil Uji F

Model	Df	F	Sig.
<i>Regression</i>	2	49.009	0,000
<i>Residual</i>	47		
Total	49		

Sumber: Data diolah (2023)

Uji F perlu agar kita bisa menilai bagaimana pengaruh variabel bebas kepada variabel dependen secara simultan. Sebuah regresi linear dapat dikatakan lulus uji F atau H1 diterima apabila F hitung lebih dari F tabel atau jika signifikansi F lebih kecil dari

alpha (0.05). Nilai F tabel didapat dengan rumus $F(k; n-k)$, dengan hasil 3.32. Uji hipotesis dilakukan dengan SPSS versi 25, memberikan hasil nilai F hitung sebagai $49.009 > 3.32$ (F tabel) dengan signifikansi $.000 < 0.05$ (alpha). Dari data tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *self leadership* dan kematangan emosi berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel disiplin kerja (H1 diterima).

Koefisien determinansi adalah koefisien yang dipakai untuk mengetahui seberapa besarkan variabel independen mampu menjelaskan variabel terikat. Ketika nilai koefisien determinansi (R^2) semakin dekat menuju 1, memiliki arti semakin besar pula variabel bebas dapat menerangkan variabel dependen, tetapi ketika nilai koefisien determinansi semakin dekat menuju nol, dapat kita katakan korelasi antara variabel bebas tidak dapat menjelaskan variabel dependen.

Tabel 12 Hasil Koefisien Determinansi

Koefisien Determinansi	R Square	Adjusted R Square
	0,772	0,756

Sumber: Data diolah (2023)

Pada 11 di atas, kita bisa melihat *adjusted R²* memiliki nilai 0,756 atau 75,6%. Dari data berikut dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel independen *self leadership* dan kematangan emosi dapat menjelaskan variabel dependen disiplin kerja sebanyak 75,6% dan sisanya atau 24,4% dapat dijelaskan oleh variabel lain.

PEMBAHASAN

Melalui hasil di atas, dapat kita tarik kesimpulan bahwa disiplin kerja dipengaruhi secara positif oleh *self leadership*. Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Marpaung, Suza, dan Arruum (2019), bahwa *self leadership* meningkatkan disiplin kerja perawat. Meningkatkan *self leadership*, baik disadari maupun tidak disadari akan meningkatkan kedisiplinan seseorang. Memang ada baiknya bagi karyawan untuk

memiliki visi ke depan yang akan mendorong karyawan untuk semakin tetap menjaga kedisiplinannya meskipun gratifikasi dari kedisiplinan mereka tidak dirasakan sekarang. Melalui *self leadership*, seseorang dapat menjaga kedisiplinannya dengan menekan perilaku yang negatif. Hasil serupa juga didapat oleh Mulyono (2012) dengan judul *Self Leadership* Sebagai Pendekatan. Kematangan emosi sendiri dapat berperan untuk menjaga kedisiplin karyawan meskipun keadaan karyawan secara internal maupun eksternal tidak mendukung. Ketika karyawan telah matang secara emosi maka ia akan dapat menempatkan dirinya pada posisi orang lain sehingga ia akan melihat pekerjaannya tidak hanya dari sudut pandangnya saja. Ia dapat memahami bagaimana perasaan rekan kerjanya, bawahannya, dan atasannya dalam perbuatannya sehingga ia akan menjaga kedisiplinan kerjanya agar tidak memberikan dampak-dampak yang tidak diinginkan terhadap dirinya maupun lingkungannya. Melalui hasil di atas dapat dikatakan bahwa kematangan emosi memiliki pengaruh positif terhadap disiplin kerja, dengan kata lain bahwa kematangan emosi dapat menekan keinginan untuk melakukan perilaku-perilaku negatif atau tidak sesuai dengan kedisiplinan yang tertulis maupun tidak tertulis. Penelitian yang dilakukan oleh Muawanah dan Pratikto (2012) juga memberikan hasil yang serupa, bahwa kematangan emosi seseorang menjauhkan mereka dari perilaku-perilaku negatif.

Self leadership dan kematangan emosi juga memiliki pengaruh positif secara bersama-sama, dapat dilihat dari uji F yang dilakukan. Ketika seseorang memiliki visi ke depan dan memiliki kematangan emosi yang baik, maka ia akan terdorong untuk terus menjaga kualitasnya sebagai karyawan meskipun keadaan sedang menekan. Ia akan tetap melangkah maju mengejar tujuan yang telah ia tentukan dengan menjaga kedisiplinannya bagaimanapun keadaan pada saat ia melangkah. Dengan meningkatnya kedisiplinan kerja, kinerja juga akan semakin

meningkat seperti pada penelitian Pandipa (2018), bahwa efektivitas kerja juga akan semakin meningkat. Itu sebabnya perusahaan dapat memberikan jaminan akan peningkatan tanggungjawab maupun gratifikasi untuk menjaga visi karyawan dan menguatkan karyawan ketika terjadi masalah baik dalam internal maupun eksternal lingkungan kerja.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian, pengujian, dan pengolahan data yang dilaksanakan, peneliti mengambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh simultan maupun parsial antara *self leadership* dan kematangan emosi terhadap disiplin kerja, serta *self leadership* dan kematangan emosi memiliki pengaruh positif terhadap disiplin kerja.

Saran

Melihat pentingnya *self leadership* dan kematangan emosi, ada baiknya bagi bank tersebut untuk melakukan pelatihan *self leadership* dan konseling untuk meningkatkan kematangan emosi. Lalu untuk meningkatkan kematangan emosi, bank tersebut dapat melakukan konseling. Konseling yang dipakai adalah konseling dengan model *client centered*. Konseling dengan model ini adalah model konseling yang lebih berfokus pada pribadi karyawan atau pribadi yang melakukan konseling. Konselor sendiri tidak memimpin melainkan membawa *client* untuk memimpin konseling dan mengantar karyawan untuk menentukan arah pembicaraan.

REFERENSI

- Ameneh, M., & Azzizadeh, F. (2013). International Public Management Review, 66-86.
- Ay, F. A., Karakaya, A., & Yilmaz, K. (2015). Relations Between Self-Leadership And Critical Thinking Skills. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 29-41.
- Chaijukul, Y. (2010). An Examination of Self-Leadership Performance Mechanism Model in Thai Private

- Organization. The Journal of Behavioral Science , 15-32.
- E., R. E. (2017). Influence Of Self Concept And Emotional Maturity On Leadership Behaviour Of Secondary Schools Heads In Kerala, India. European Journal of Education Studies, 295-312.
- Hakim, & Rahmat, A. (2020). Effect of motivation, leadership, and work discipline on . The Management Journal of BINANIAGA, 23-34.
- Hotijeh, S. (2020). Pengaruh Kematangan Emosi Terhadap Kedisiplinan Santri Mengikuti Kegiatan Pondok Pesantren Sabilurrosyad. Malang. Indonesia. (2008). Undang-Undang (UU) Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Indonesia. (1998). Undang-Undang (UU) Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1982 tentang Perbankan. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Musa, F. N., Tumbel, A., & Wullur, M. (2021). Discipline Analysis Of Work, Motivation And Loyalty Towards Discipline Analysis Of Work, Motivation And Loyalty Towards At Gorontalo State University). Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal, 449-452.
- Nduka, O. I. (2019). Workplace Discipline and Organizational Effectiveness : Evidence From Abia State Ploytechnic, ABA. Strategic Journal of Business and Social Science.
- Noel, F. R., Lopian, J., & Pandowo, M. (2017). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Pegawai (Studi Kasus Balai Kesehatan Mata Masyarakat Sulawesi Utara). International Business Administration (IBA) Management Program, 3528-3537.
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Alfabeta.
- Lufitasari, R. (2014). Pengaruh Motivasi Kerja, Disiplin Kerja dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan Dan Aset D.I Yogyakarta. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ameneh, M., & Azzizadeh, F. (2013). International Public Management Review, 66-86.
- Ay, F. A., Karakaya, A., & Yilmaz, K. (2015). Relations Between Self-Leadership And Critical Thinking Skills. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 29-41.
- Chaijukul, Y. (2010). An Examination of Self-Leadership Performance Mechanism Model in Thai Private Organization. The Journal of Behavioral Science , 15-32.
- E., R. E. (2017). Influence Of Self Concept And Emotional Maturity On Leadership Behaviour Of Secondary Schools Heads In Kerala, India. European Journal of Education Studies, 295-312.
- Hakim, & Rahmat, A. (2020). Effect of motivation, leadership, and work discipline on . The Management Journal of BINANIAGA, 23-34.
- Hotijeh, S. (2020). Pengaruh Kematangan Emosi Terhadap Kedisiplinan Santri Mengikuti Kegiatan Pondok Pesantren Sabilurrosyad. Malang. Indonesia. (2008). Undang-Undang (UU) Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Indonesia. (1998). Undang-Undang (UU) Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1982 tentang Perbankan. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Musa, F. N., Tumbel, A., & Wullur, M. (2021). Discipline Analysis Of Work, Motivation And Loyalty Towards Discipline Analysis Of Work, Motivation And Loyalty Towards At Gorontalo State University). Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal, 449-452.
- Nduka, O. I. (2019). Workplace Discipline and Organizational Effectiveness : Evidence From Abia State Ploytechnic, ABA. Strategic Journal of Business and Social Science.
- Noel, F. R., Lopian, J., & Pandowo, M. (2017). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Pegawai (Studi Kasus Balai Kesehatan Mata Masyarakat Sulawesi Utara). International Business Administration (IBA) Management Program, 3528-3537.
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Alfabeta.

Pengaruh *Good Corporate Governance* Dan *Firm Size* Terhadap Kinerja Keuangan (ROA)

(Studi Kasus Pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021)

Mohammad Iskak Elly^{1*}, Elok Dwi Vidiyastutik², Nurul Izzah³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Panca Marga

*e-mail : iskak.elly@upm.ac.id

Dikirim	Direvisi	Diterima
15 September 2023	27 September 2023	30 September 2023

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *good corporate governance* dan *firm size* terhadap kinerja keuangan (ROA). 84 perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021 adalah populasi dalam penelitian ini. Sampel penelitian ini ialah 18 perusahaan yang menggunakan metode *purposive sampling* dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dan total sampel yaitu 54 perusahaan *property* dan *real estate* yang akan dianalisis yakni diperoleh dari 3 periode. Hasil penelitian ini menunjukkan GCG yang terdiri oleh 5 indikator yaitu kepemilikan manajerial, dewan komisaris independen, dewan direksi secara parsial berpengaruh terhadap kinerja keuangan sedangkan kepemilikan institusional dan komite audit secara parsial tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. *Firm size* secara parsial berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Secara simultan variabel *good corporate governance* dan *firm size* memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan. Indikator *firm size* secara dominan memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan.

Kata kunci: *Firm Size*, *Good Corporate Governance*, Kinerja Keuangan (ROA)

Abstract:

This research aims to determine the influence of good corporate governance and firm size on financial performance (ROA). 84 property and real estate companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2019-2021 are the population in this study. The sample in this research was 18 companies using a purposive sampling technique method using multiple linear regression analysis and the total sample for 3 years was 54 property and real estate companies that would be analyzed. The results of this research show that GCG consists of 5 indicators, namely managerial ownership, independent board of commissioners, board of directors partially influence financial performance, while institutional ownership and the audit committee partially have no influence on financial performance. Firm size partially influences financial performance. Simultaneously, the variables good corporate governance and firm size have an influence on financial performance. Firm size indicators predominantly have an influence on financial performance.

Keywords: *Firm Size*, *Good Corporate Governance*, *Financial Performance (ROA)*

PENDAHULUAN

Indonesia dalam hal perkembangan perekonomiannya terus saja mengalami naik-turun dikarenakan faktor-faktor yang terjadi akhir-akhir ini. Adanya isu resesi ekonomi pada tahun 2023 ini karena perekonomian

secara global terjadi ketidakstabilan menurut pemaparan Menteri Keuangan Indonesia [1]. Hal ini akan berimbas pada perusahaan seperti sektor *property* dan *real estate* yang sedang kesusahan untuk mendapatkan

pendapatan karena keinginan membeli dari *public* terhadap properti pada Covid-19 kemarin menurun dan terus berlanjut sampai 2022 awal, saham *property* dan *real estate* secara year to date menurun hingga 4,85%. Ini berarti saham *property* dan *real estate* belum kembali pulih [2]. Hal ini terdapat beberapa emiten di sektor properti berstatus pailit di antaranya PT. Forza Land Indonesia Tbk. PT. Cowell Development Tbk dan PT Hanson Internasional Tbk Afriyadi, 2022 [3]. Pemimpin Corporate Real Estate atau CRE percaya diri akan memperbaiki keadaan bisnisnya dengan menyusun kembali sumber daya untuk menghadapi krisis ekonomi yang terus saja naik-turun ini [4].

Kondisi tersebut tentu tidak dapat dibiarkan begitu saja apapun permasalahan perekonomian yang sedang terjadi perusahaan seharusnya tetap melakukan beberapa langkah dan pembaruan untuk memperbaiki kinerja perusahaan. Hal ini dapat dimulai memperbaikinya dengan konsep GCG sebagai suatu cara untuk mengkondisikan seluruh pihak yang ada di perusahaan untuk dapat mencapai kinerja perusahaan yang baik dan tentu tidak merugikan pihak-pihak lain yang tidak berkepentingan [5]. "Lima indikator GCG yang baik antara lain seperti dewan direksi, kepemilikan institusional, dewan komisaris independen, Kepemilikan manajerial, dan komite audit yang disebut menurut *Organiization for Economic Co-Operation and development* (OECD)" . GCG memiliki peran yang penting penting dalam suatu oragnisasi untuk perkembangan ekonomi dan sosial yang baik [6]. Untuk itu peran seluruh pemangku kepentingan dalam sebuah perusahaan itu sangat penting juga untuk memberikan kepastian kepada manajemen agar bertindak dengan baik untuk kepentingan serta tujuan perusahaan. GCG bukan hanya keterkaitan antara perusahaan dengan pemegang saham namun dengan para *stakeholder* juga seperti karyawan,

pelanggan, pemasok dll. GCG memiliki prinsip-prinsip seperti : *accountability, transparency, independence, responsibility, and fairness and equality*. Tidak hanya GCG namun *firm size* akan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. *Firm size* merupakan ukuran dari sebuah perusahaan yang dapat di hitung dengan total aktiva, *sales*, dan kapitalisasi pasar [7]. Kecilnya nilai dari pengukurannya maka akan semakin kecil juga ukuran dari sebuah perusahaan tersebut begitupun sebaliknya. Penelitian ini memakai total asset sebagai indikator dikarenakan jika aset perusahaan meningkat akan memudahkan dalam hal pendanaan modal yang berdampak pada peningkatan kepercayaan investor karena dipercaya lebih stabil untuk memperbaiki kinerja keuangan perusahaan.

Suatu kegiatan yang sangat erat hubungannya dengan operasional perusahaan seperti *finance, marketing, collecting and distributing funds, technology and aspects of human resources* ialah kinerja keuangan [8]. Pengukuran kinerja keuangan umumnya yang selalu dilihat oleh pihak eksternal yaitu analisis rasio keuangan misalnya profitabilitas. Profitabilitas adalah seberapa besar dalam suatu periode tertentu perusahaan tersebut dalam mendapatkan laba atau memperoleh laba. Penelitian kali ini diprosikan oleh ROA (*Return On Assets*) yakni untuk mengukur bagaimana kemampuan dari sebuah perusahaan berdasarkan jumlah asset yang dimiliki agar mendapatkan laba [9]. Tingginya nilai ROA akan mempengaruhi kinerja keuangan sebuah perusahaan menjadi lebih baik.

Menurut penelitian Yuniwiansyah & Rahayu 2020 [10] menyatakan bahwa "indikator GCG seperti kepemilikan manajerial secara parsial tidak berpengaruh ke arah positif terhadap kinerja keuangan (ROA). Kepemilikan institusional secara parsial berpengaruh ke arah positif terhadap kinerja keuangan (ROA). Dewan komisaris

independen secara parsial berpengaruh ke arah negatif terhadap kinerja keuangan (ROA). Komite audit secara parsial tidak berpengaruh ke arah positif terhadap kinerja keuangan (ROA). *Firm size* secara parsial tidak berpengaruh ke arah positif terhadap kinerja keuangan (ROA)". Menurut Yunus & Tarigan 2020 [11] menyatakan bahwa "indikator GCG (dewan komisaris independen, dewan direksi) dan *firm size* secara simultan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan (ROA)". Menurut Rahayuningtyas & Hermanto 2022 [12] menyatakan bahwa "*Firm size* berpengaruh dominan terhadap kinerja keuangan (ROA) karena memiliki *standardized coefficient beta* sebesar 0,3830". Dari penelitian terdahulu tersebut tujuan penelitian untuk mengetahui hubungan parsial, simultan dan dominan *good corporate governance* dan *firm size* terhadap kinerja keuangan (ROA)

Dari penjelasan diatas peneliti akan melakukan penelitian terkait bagaimana pengaruh dari *good corporate governance* dan *firm size* terhadap kinerja keuangan perusahaan *property* dan *real estate* pada saat indonesia sedang mengalami banyak permasalahan perekonomian.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif tingkat eksplanasi asosiatif kausal. Menurut Sujarweni, 2020 [13] "Penelitian kuantitatif merupakan jenis metode penelitian yang menggunakan tata cara statistik atau perhitungan". Menurut Sugiyono, 2017 [14] "Asosiatif kausal yaitu menggambarkan dan menguji hipotesis hubungan antara dua variabel atau lebih yang bercirikan judulnya ada kata pengaruh atau korelasi. Maka dapat diartikan bahwa penelitian kuantitatif asosiatif kausal adalah metode pengukuran yang menggunakan prosedur statistik yang menguji antara 2 variabel dengan ciri judulnya memiliki kata pengaruh atau korelasi". Menurut Sujarweni,

2020 "Data yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan jenis data sekunder yaitu data yang didapatkan dari sebuah catatan, buku, artikel dan lain sebagainya. Data jenis ini tidak lagi perlu diolah dan narasumber tidak langsung memberikan datanya kepada si pengumpul data" [13]. Maka dapat diartikan bahwa data sekunder ini ialah seluruh data/informasi yang didapat dengan cara tidak langsung dan diberikan kepada pengumpul data yang berupa catatan, buku, artikel dll. Data sekunder penelitian ini didapat dari BEI yang dapat di akses secara mudah melalui link resmi idx.co.id. Data yang diperlukan ialah sebuah laporan keuangan tahunan perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di BEI selama 2019-2021. Sedangkan dalam teknik pengumpulan atau memperoleh datanya yaitu dokumentasi dan studi kepustakaan. 84 perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di BEI tahun 2019-2021 sebagai populasi dari penelitian ini dan sampelnnya dilakukan dengan teknik *purposive sampling* yang memperhatikan kriteria-kriteria yang disesuaikan dengan variabel penelitian ini yakni diperoleh 18 perusahaan dengan jumlah yaitu 54 perusahaan yang akan teliti oleh peneliti selama 3 periode. Berikut definisi operasional variabel :

Tabel 1
Definisi Operasional Variabel

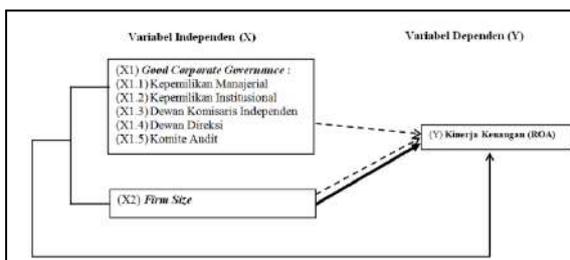
No.	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator
1	<i>Good Corporate Governance</i> (X1)	<i>Good Corporate Governance</i> merupakan sebuah tata kelola perusahaan untuk melindungi semua pihak yang berkepentingan (Manossoh, 2016)	-Kepemilikan Manajerial
			-Kepemilikan Institusional
			-Dewan Komisaris Independen
			-Dewan Direksi
			-Komite Audit
-Kepemilikan Manajerial (X1.1)	Kepemilikan manajerial merupakan keseluruhan kepemilikan saham yang dimiliki oleh dewan direksi dan komisaris (Hanafi & Breliastiti, 2016)	$\frac{\text{Jumlah saham yang dimiliki pihak manajemen}}{\text{Total saham yang beredar}}$	
-Kepemilikan Institusional (X1.2)	Kepemilikan institusional adalah kepemilikan jumlah saham yang dimiliki institusi dibagi dengan jumlah saham beredar (Putra & Muslih, 2019)	$\frac{\text{Jumlah saham yang dimiliki institusi}}{\text{Total saham yang beredar}}$	

2	FirmSize (X2)	Ukuran perusahaan merupakan pengelompokan besar atau kecilnya sebuah perusahaan berdasarkan jumlah aset dan lainnya. (Effendi & Ulhaq, 2021: 21)	FirmSize = Ln (Total aset)
3	Kinerja Keuangan (ROA) (Y)	Kinerja keuangan adalah pengukuran yang selalu dilihat oleh pihak eksternal salah satunya rasio keuangan profitabilitas. Rasio profitabilitas dapat diprosikan dengan ROA (Dangnga & Haeruddin, 2018)	ROA = Laba bersih setelah pajak/total aset

Sumber : [5], [15], [16], [17], [15], [17], [18], [9]

Pengujian deskriptif statistik, yang diikuti uji asumsi klasik setelah itu dilakukannya analisis regresi linier berganda yakni untuk menganalisis data yang menggunakan software SPSS 25 dengan persamaan *multiple linear regression* ialah $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$.

Kerangka Berpikir



Gambar 1 : Kerangka Berpikir
 Sumber : Diolah peneliti (2023)

Keterangan :

- \longrightarrow = Uji Dominan
- $- - - \longrightarrow$ = Uji Parsial
- \longrightarrow = Uji Simultan

Hipotesis Penelitian :

Hipotesis 1 : Diduga *good corporate governance* dan *Firm Size* berpengaruh ke arah positif secara parsial terhadap Kinerja Keuangan (ROA).

Hipotesis 2 : Diduga *good corporate governance* dan *firm size* berpengaruh secara simultan terhadap Kinerja Keuangan (ROA).

Hipotesis 3 : Diduga *firm size* berpengaruh secara dominan terhadap Kinerja Keuangan (ROA).

HASIL
Statistik Deskriptif

Tabel 2. Statistik Deskriptif

Variabel	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1 Kepemilikan Manajerial	0	1	0,46	0,503
X1.2 Kepemilikan Instiusional	0	1	0,83	0,376
X1.3 Dewan Komisaris Independen	0,25	0,80	0,4292	0,10932
X1.4 Dewan Direksi	2	9	3,87	1,660
X1.5 Komite Audit	2	4	3,02	0,307
X2 Firm Size	24,971	31,640	28,33857	1,692619
Y Financial Distress	-0,171	0,276	-0,01806	0,0709329

Sumber : Data diolah (2023)

Tabel 2 menunjukkan Kepemilikan Manajerial dengan nilai min. bernilai 0 dan nilai maks. 1 dengan *mean* senilai 0,46 dan standar deviasi 0,503. Kepemilikan Instiusional dengan nilai min. bernilai 0 dan nilai maks.. 1 dengan *mean* bernilai 0,83 dan standar deviasi 0,376. Dewan Komisaris Independen dengan nilai min. bernilai 0,250 dan nilai maks. 0,800 dengan *mean* bernilai 0,42920 dan standar deviasi 0,109324. Dewan Direksi dengan nilai min. bernilai 2 dan nilai maks. 9 dengan *mean* sebesar 3,87 dan standar deviasi 1,660. Komite Audit dengan nilai min. bernialai 2 dan nilai mak. 4 dengan *mean* bernilai 3,02 dan standar deviasi 0,307. Sedangkan *Firm Size* memperoleh 24, 971 untuk nilai min. dan nilai maks. 31,640 dengan *mean* bernilai 28,33857 dan standar deviasi 1,692619. Kinerja keuangan yang memiliki nilai min. bernilai -0,171 dan nilai maks. 0,276 dengn rata-rata bernilai -0,01806 dan standar deviasi 0,079329.

Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas

Model	Asymp. Sig. (2-tailed)	Ketentuan	Keterangan
Kolmogrov-Smirnov	0,195	>0,05	Berdistribusi Normal

Sumber : Data diolah (2023)

Tabel 3 diatas memiliki nilai Sig. 0,195 > 0,05. Maka dapat dinyatakan penelitian yang dilakukan ini berdistribusi normal.

Uji Multikolineritas

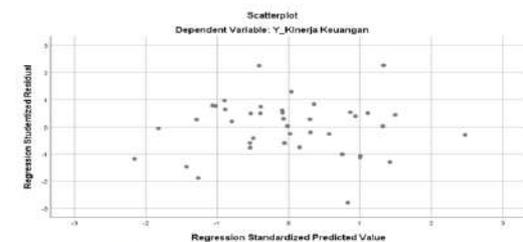
Tabel 4. Hasil Uji Multikolineritas

Variabel	VIF	Ketentuan VIF	Tolerance	Ketentuan Tolerance	Keterangan
X1.1 Kepemilikan Manajerial	1,533	< 10	0,652	>0,1	Tidak Multikolineritas
X1.2 Kepemilikan Institusional	1,826	< 10	0,548	>0,1	Tidak Multikolineritas
X1.3 Dewan Komisaris Independen	1,704	< 10	0,587	>0,1	Tidak Multikolineritas
X1.4 Dewan Direksi	2,221	< 10	0,450	>0,1	Tidak Multikolineritas
X1.5 Komite Audit	1,135	< 10	0,881	>0,1	Tidak Multikolineritas
X2 Firm Size	2,028	< 10	0,493	>0,1	Tidak Multikolineritas

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasar tabel 4 tersebut dapat mengetahui ada dan tidaknya suatu multikolineritas dengan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Dari hasil diatas nilai *tolerance* 0,652 kepemilikan manajerial, 0,548 kepemilikan institusional, 0,587 dewan komisaris independen, 0,450 dewan direksi, 0,881 komite audit, dan 0,493 *firm size* maka dari nilai-nilai tersebut menunjukkan > dari 0,1. Sedangkan nilai VIF-nya kepemilikan manajerial 1,533, kepemilikan institusional 1,826, dewan komisaris independen 1,704, dewan direksi 2,221, komite audit 1,135 dan *firm size* 2,028 artinya nilai-nilai tersebut < 10. Jadi, data penelitian ini tidak ada terjadi multikolineritas.

Uji Heterokedastisitas



Gambar 2 : Hasil Uji Heterokedastisitas
Sumber : Data diolah (2023)

Gambar 2 diatas uji heterokedastisitas yang ditunjukkan oleh *scatter plot*. Gambar tersebut tidak berbentuk pola dengan adanya titik menyebar dan sumbu dibawah angka 0 artinya tidak terdapat heterokedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

Model	Asymp Sig. (2-tailed)	Ketentuan	Keterangan
Runs Test	0,344	0,05	Tidak Autokorelasi

Sumber : Data diolah (2023)

Tabel 5 diatas menunjukkan uji autokorelasi dengan menggunakan model run test dan nilai dari Asymp. Sig. (2-tailed) 0,344 > 0,05 artinya tidak terjadi adanya autokorelasi.

Analisis RegresiLinier Berganda

Tabel 6. Hasil Regresi Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficient B	Keterangan
(Constant)	-0,263	
X1.1 Kepemilikan Manajerial	0,013	Hubungan Positif
X1.2 Kepemilikan Institusional	-0,014	Hubungan Negatif
X1.3 Dewan Komisaris Independen	0,065	Hubungan Positif
X1.4 Dewan Direksi	-0,006	Hubungan Negatif
X1.5 Komite Audit	0,002	Hubungan Positif
X2 Firm Size	0,008	Hubungan Positif

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan dari tabel 6 tersebut persamaan dari *multiple linear regression* ialah $Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$. Persamaan ini dapat dijabarkan dari data tabel 5 diatas yakni seperti berikut :

$$Y = a + b_{1.1}X_{1.1} + b_{1.2}X_{1.2} + b_{1.3}X_{1.3} + b_{1.4}X_{1.4} + b_{1.5}X_{1.5} + b_2X_2 + e$$

$$Y = -0,263 + 0,013 - 0,014 + 0,065 - 0,006 + 0,002 + 0,008 + e$$

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 7. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	Sig.	Ketentuan	T Hitung	T Tabel	Keterangan
X1.1 Kepemilikan Manajerial	0,014	< 0,05	2,601	2,012	Tidak berpengaruh positif
X1.2 Kepemilikan Institusional	0,099	< 0,05	-1,699	2,012	Berpengaruh Negatif
X1.3 Dewan Komisaris Independen	0,005	< 0,05	3,024	2,012	Tidak berpengaruh positif
X1.4 Dewan Direksi	0,006	< 0,05	-2,938	2,012	Berpengaruh Negatif
X1.5 Komite Audit	0,800	< 0,05	0,256	2,012	Tidak berpengaruh positif
X2 Firm Size	0,000	< 0,05	-4,572	2,012	Berpengaruh Positif

Sumber : Data diolah (2023)

dengan indikator pertama (X1.1) kepemilikan manajerial Sig. senilai 0,014 < 0,05 dan t hitung 2,601 ke arah positif > t tabel 2,012 berarti kepemilikan manajerial berpengaruh dengan arah positif terhadap kinerja keuangan. Indikator kedua (X1.2) kepemilikan institusional Sig. senilai 0,099 > 0,05 dan nilai t hitung -1,699 ke arah negatif < t tabel 2,012 artinya kepemilikan institusional tidak mempunyai pengaruh ke arah negatif terhadap kinerja keuangan. Indikator ketiga (X1.3) dewan komisaris independenn Sig. senilai 0,005 < 0,05 dan t hitung 3,024 ke

arah positif > t tabel 2,012 artinya dewan komisaris independen memiliki pengaruh ke arah positif terhadap kinerja keuangan. Indikator keempat (X1.4) dewan direksi Sig. senilai $0,006 < 0,05$ dan t hitung $-2,939$ ke arah negatif > t tabel 2,012 artinya dewan direksi berpengaruh ke arah negatif terhadap kinerja keuangan. Indikator kelima (X1.5) komite audit Sig. $0,800 > 0,05$ dan t hitung $0,256$ ke arah positif < t tabel 2,012 artinya komite audit tidak pengaruh ke arah positif terhadap kinerja keuangan. *Firm size* (X2) Sig. $0,000 < 0,05$ dengan t hitung $4,572$ ke arah positif > t tabel 2,012 artinya *firm size* memiliki pengaruh dengan arah positif terhadap kinerja keuangan.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 8. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	F	Sig.	Ketentuan	Keterangan
1	8,018	0,000	<0,05	Berpengaruh

Sumber : Data diolah (2023)

Tabel 8 diatas menunjukkan nilai Sig. F sebesar $0,000 < 0,05$ dengan F hitung $8,018 > F$ tabel 2,30 berarti *good corporate governance* dan *firm size* mempunyai pengaruh yang secara bersama-sama atau simultan terhadap kinerja keuangan.

Uji Dominan

Tabel 9. Hasil Uji Dominan

Variabel	Standardized Coefficients Beta
X1.1 Kepemilikan Manajerial	0,355
X1.2 Kepemilikan Institusional	-0,253
X1.3 Dewan Komisaris Independen	0,436
X1.4 Dewan Direksi	-0,483
X1.5 Komite Audit	0,030
X2 Firm Size	0,718

Sumber : Data diolah (2023)

Tabel 9 diatas menunjukkan bahwa setiap variabel yang memiliki nilai *standardized coefficient beta* terbesar artinya yang paling dominan. Variabel independen *Good corporate governance* atau GCG (X1) yang dengan indikator kepemilikan manajerial (X1.1) bernilai $0,355$, (X1.2) kepemilikan institusional bernilai $-0,253$, (X1.3) dewan komisaris independen bernilai $0,436$, (X1.4) dewan direksi bernilai $-0,483$, (X1.5) komite audit bernilai $0,030$. Sedangkan *firm size* (X2) bernilai $0,718$. Dari uraian tersebut yang

mempunyai *standardized coefficient beta* paling besar adalah *firm size* artinya *firm size* berpengaruh dominan terhadap kinerja keuangan.

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 10. Koefisien Determinasi

Model	Adjusted R Square	Keterangan
1	0,513	51,3% Berpengaruh

Sumber : Data diolah (2023)

Tabel 10 dapat mengetahui koefisien determinasi yang didapat dari *Adjusted R Square* yang mempunyai nilai $0,513$ atau $51,3\%$ yang artinya ialah variabel bebas yang dapat mempengaruhi variabel terikatnya hanyalah sebesar $51,3\%$ sedang sisanya sebanyak $48,7\%$ dipengaruhi oleh variabel lain.

PEMBAHASAN

Berdasarkan uraian hasil diatas adanya pengaruh atau tidak antara *good corporate governance* dan *firm size* terhadap kinerja keuangan dapat dilihat dalam uraian dibawah ini :

1. Pengaruh secara parsial

Dari hasil uji t yang telah dijelaskan diatas variabel independen *good corporate governance* atau GCG (X1) yakni dengan indikator (X1.1) kepemilikan manajerial berpengaruh ke arah positif terhadap kinerja keuangan pada perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021 yang berarti tingginya kepemilikan manajerial ini akan dapat membuat kinerja keuangan perusahaan meningkat karena peran manajemen yang dapat bertanggung jawab untuk mengurangi resiko keuangan perusahaan demi memperoleh keuntungan yang berdampak pada pencapaian kinerja keuangan perusahaan semakin bagus nantinya. Hal ini selaras dengan penelitian Subiyanti & Zannati 2019 [19]. Kepemilikan Intitusional (X1.2) tidak berpengaruh ke arah negatif terhadap kinerja keuangan pada perusahaan

property dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021 artinya sebesar apapun kepemilikan manajerial tidak mampu mempengaruhi penurunan atau peningkatan kinerja keuangan perusahaan karena sedikitnya investor yang berasal dari institusi tidak menjamin pengendalian terhadap perusahaan dalam hal untuk meningkatkan kinerja keuangan begipun sebaliknya. Hal ini sesuai dengan penelitian Situmorang & Simanjuntak 2019 [20]. Dewan komisaris independen (X1.3) mempunyai pengaruh ke arah positif terhadap kinerja keuangan pada perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021 yang memiliki arti bahwa besarnya total dewan komisaris independen akan mempengaruhi peningkatan kinerja keuangan perusahaan karena banyaknya pemegang saham yang asalnya dari luar perusahaan yang tentu memiliki skill dan pengalaman yang bermacam-macam akan dapat meningkatkan pengawasan seperti menjaga *fairness* dan perlindungan kepada pemegang saham dan stakeholder lainnya. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Setiawan & Setiadi 2020 [21]. Dewan direksi (X1.4) mempunyai pengaruh dengan arah negatif terhadap kinerja keuangan pada perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021 artinya seberapa banyaknya jumlah dewan direksi yang dapat menurunkan kinerja keuangan perusahaan karena penambahan jumlah dewan direksi yang tidak sesuai dengan proporsi akan mengakibatkan perbedaan opini terkait kebijakan yang akan ditentukan sehingga akan sulit untuk hal koordinasi dan pengambilan keputusan yang dimana akan berdampak pada kinerja keuangan. Hal tersebut selaras dengan penelitian

Wulandari et al, 2023 [22]. Komite audit (X1.5) tidak berpengaruh ke arah positif terhadap kinerja keuangan pada perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021 artinya sebesar apapun dari jumlah komite audit tidak akan mempengaruhi peningkatan kinerja keuangan perusahaan karena banyaknya komite audit tidak akan menjamin bahawasanya kinerja yang dilakukan oleh para komite audit dalam mengawasi kinerja keuangannya berjalan dengan baik. Hal tersebut selaras dengan penelitian Yuniwiansyah & Rahayu 2020 [10]. *Firm size* (X2) berpengaruh ke arah positif terhadap kinerja keuangan pada perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021 artinya besarnya ukuran perusahaan akan meningkatkan kinerja keuangan dikarenakan kecenderungan investor dalam investasi akan melihat besarnya ukuran perusahaan. Hal tersebut sesuai dengan penelitian Rahayuningtyas & Hermanto 2022 [12].

Dari uraian diatas ditarik kesimpulan bahwa secara parsial (X1) *good corporate governance* dan (X2) *firm size* terhadap (Y) kinerja keuangan pada perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021 yang memiliki pengaruh positif yakni terdiri dari kepemilikan manajerial, dewan komisaris independen, dewan direksi dan *firm size* artinya H1 diterima sedangkan untuk kepemilikan institusional dan komite audit tidak berpengaruh artinya H1 ditolak.

2. Pengaruh secara simultan

Dari hasil uji simultan atau uji F menyatakan bahwa variabel independen *good corporate governance* dan *firm size* mempunyai pengaruh simultan terhadap kinerja keuangan pada perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di

Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021 artinya secara bersama-sama variabel *good corporate governance* akan berguna untuk peningkatan pengawasan manajemen dan dengan adanya *firm size* yang diukur dengan Ln total aktiva juga dapat meningkatkan pengaruh dari kinerja keuangan (ROA). Hal ini juga selaras dengan penelitian Rahayuningtyas & Hermanto 2022 [12]. Seberapa besar hubungan pengaruh antara *good corporate governance* dan *firm size* terhadap kinerja keuangan adalah 51,3% atau 0,513 yakni dapat diketahui yakni dengan melihat nilai *Adjusted R Square* artinya variabel independen dapat memberikan pengaruh sebesar 51,3% terhadap variabel dependennya sedangkan 48,7% dipengaruhi variabel-variabel lain yang tidak dilakukan peneliti dalam penelitian ini.

Dari uraian diatas ditarik kesimpulan bahwa *good corporate governance* dan *firm size* secara simultan berpengaruh terhadap kinerja keuangan pada perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021 artinya H2 diterima.

3. Pengaruh secara dominan

Dari hasil pengujian hipotesis diatas menyatakan variabel (X2) *firm size* yang memiliki pengaruh yang dominan terhadap kinerja keuangan pada perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021. Artinya besaran ukuran dari sebuah perusahaan akan menyebabkan kinerja keuangan perusahaan tersebut semakin mengalami adanya peningkatan karena ketertarikan investor dengan perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan yang lebih besar. Hal ini selaras dengan penelitian Rahayuningtyas & Hermanto 2022 [12].

Dari uraian diatas ditarik kesimpulan bahwa secara dominan *firm*

size mempunyai pengaruh terhadap kinerja keuangan pada perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021 artinya H3 diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Simpulan dari hasil uji parsial variabel independen *good corporate governance* dan *firm size* terhadap kinerja keuangan pada perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021 bahwasanya yang memiliki pengaruh positif adalah dewan komisaris independen, dewan direksi, kepemilikan manajerial, dan *firm size* artinya H1 diterima. Sedangkan untuk kepemilikan institusional dan komite audit tidak mempunyai pengaruh artinya H1 ditolak. *Good corporate governance* dan *firm size* secara simultan berpengaruh terhadap kinerja keuangan pada perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021 artinya H2 diterima. Secara dominan *firm size* mempunyai pengaruh terhadap kinerja keuangan pada perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021 artinya H3 diterima.

Saran

Saran bagi investor agar dapat dimanfaatkan sebagai alat pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan bagi peneliti yang akan penelitian dengan variabel yang sama seperti penelitian ini dapat memikirkan lagi terkait variabel lainnya yang akan lebih mempunyai hubungan yang signifikan lagi atau memberikan teori-teori baru yang dapat menunjang penelitian terhadap kinerja keuangan.

REFERENSI

- [1] C. Indonesia, "RI Kebal dari Resesi 2023, Kata Siapa? Ini Bukti Ngerinya," *Market*, 2022. <https://www.cnbcindonesia.com/> (accessed Nov. 12, 2022).

- [2] Handoyo, "Sektor Properti dan Real Estate Lesu Sejak Awal Tahun, Ini yang Jadi Pembedanya," *Kontan.co.id*, 2022. <https://investasi.kontan.co.id> (accessed Nov. 09, 2022).
- [3] A. D. Afriyadi, "Sejumlah Perusahaan Properti RI 'Tumbang' Nasib Investor Gimana?," *deticFinance*, 2022. <https://finance.detik.com/> (accessed Nov. 10, 2022).
- [4] S. Bahfein, "93 Persen Perusahaan Real Estat Optimistis Bisnis Akan Pulih," *Kompas.com*, 2020. <https://properti.kompas.com/> (accessed Nov. 12, 2022).
- [5] H. Manossoh, *Good Corporate Governance untuk Meningkatkan Kualitas Laporan Keuangan*. Jakarta Selatan: PT. Norlive Kharisma Indonesia, 2016.
- [6] I. Bastian, *Sistem Pengendalian Manajemen Sektor Publik Mempertahankan Kepentingan Masyarakat*. Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- [7] Hery, *Kajian Riset Akuntansi*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2017.
- [8] C. Pahlevi and V. Anwar, *Kinerja Keuangan Dalam Pendekatan Modal Intelektual Kapital dan Struktur Modal*. Pascal Books, 2022.
- [9] M. T. Dangnga and M. I. M. Haeruddin, *Kinerja Keuangan Perbankan: Upaya Untuk Menciptakan Sistem Perbankan Yang Sehat*, 1st ed. Makassar: CV. Nur Lina, 2018.
- [10] M. Yuniwiansyah and Y. Rahayu, "Pengaruh Good Corporate Governance Dan Firm Size Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan," *J. Ilmu dan Ris. Akunt.*, vol. 11, no. 10, 2020.
- [11] R. N. Yunus and W. Tarigan, "Pengaruh Good Corporate Governance dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Property dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bei," *J. Akunt. Bisnis Publik*, vol. 11, no. 1, 2020.
- [12] R. T. Rahayuningtyas and S. B. Hermanto, "Pengaruh Corporate Governance Mechanism Dan Firm Size Terhadap Kinerja Keuangan," *Ilmu dan Ris. Akunt.*, vol. 11, no. 9, 2022.
- [13] V. W. Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2020.
- [14] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- [15] J. Hanafi and R. Breliastiti, "Peran Mekanisme Good Corporate Governance dalam Mencegah Perusahaan Mengalami Financial Distress," *J. Online Insa. Akuntan*, vol. 1, no. 1, pp. 195–220, 2016.
- [16] M. D. Putra and M. Muslih, "Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, Dewan Komisaris Independen, dan Komite Audit Terhadap Financial Distress," *e-Proceeding Manag.*, vol. 6, no. 2, pp. 3289–3299, 2019.
- [17] Hamdani, *Good Corporate Governance Tinjauan Etika dalam Praktik Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2018.
- [18] E. Effendi and R. D. Ulhaq, *Pengaruh Audit tenur, Reputasi Auditor, Ukuran Perusahaan dan Komite Audit*. Indramayu: Penerbit Adab, 2021.
- [19] S. Subiyanti and R. Zannati, "Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Profitabilitas Kinerja Perbankan," *J. Manaj. Strateg. dan Apl. Bisnis*, vol. 2, no. 3, 2019, [Online]. Available: <https://ejournal.imperiuminstitute.org/index.php/JMSAB>.
- [20] C. V. Situmorang and A. Simanjuntak, "Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek

-
- Indonesia,” *J. Akunt. dan Bisnis J. Progr. Stud. Akunt.*, vol. 5, no. 2, 2019.
- [21] O. Setiawan and I. Setiadi, “Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan Pada Sektor Barang Konsumsi di BEI,” *Kompartemen J. Ilm. Akunt.*, vol. 18, no. 1, 2020.
- [22] E. Wulandari, E. Tan, P. S. Manajemen, F. Ekonomi, and U. P. Bangsa, “Pengaruh Good Corporate Governance , Company Size , BOPO , Leverage Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Kimia di BEI (2017-2021,” *J. Ilm. Manaj. dan bisnis*, vol. 4, no. 1, 2023.

Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Tahu Di Desa Air Teluk Kiri Kecamatan Teluk Dalam Kabupaten Asahan

Tari Fhon Na Arifin^{1*}, Sugianto², Siti Aisyah³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

*e-mail : tariarifin280@gmail.com

Dikirim	Direvisi	Diterima
21 September 2023	28 September 2023	30 September 2023

Abstrak:

Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal strategi pemasaran, menganalisis strategi pemasaran, dan menganalisis strategi yang mana yang menjadi prioritas. Penelitian ini dilakukan pada Pabrik Tahu Ibu lir yang berlokasi di Desa Air Teluk Kiri, Kecamatan Teluk Dalam, Kabupaten Asahan, Provinsi Sumatera Utara. Manfaat dilakukannya penelitian ini adalah perusahaan dapat mengetahui strategi pemasaran yang akan dilakukan untuk kedepannya, kemudian menerapkan hasil penelitian ini di perusahaan. Agar kedepannya perusahaan mampu meningkatkan volume penjualan sesuai dengan yang di inginkan. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini berupa wawancara, observasi, studi dokumen, dan kuesioner. Hasil analisis SWOT, Pabrik Tahu Ibu lir berada pada posisi kuadran I dan strategi yang digunakan adalah Progresif. Sedangkan hasil analisis matriks QSPM strategi yang terpilih adalah strategi *Strenght-Opportunity* dengan hasil TAS sebesar 6,28.

Kata kunci: Penjualan, Strategi Pemasaran, SWOT, QSPM.

Abstract:

The research conducted aims to analyze the internal and external factors of marketing strategies, analyze marketing strategies, and analyze which strategies are prioritized. This research was conducted at Ibu lir's Tofu Factory located in Air Teluk Kiri Village, Teluk Dalam District, Asahan Regency, North Sumatra Province. The benefit of doing this research is that the company can find out the marketing strategy that will be carried out in the future, then apply the results of this research in the company. So that in the future the company is able to increase sales volume as desired. This research is a qualitative descriptive research. The data collection techniques used in this research are interviews, observations, document studies, and questionnaires. The results of the SWOT analysis, Mrs. lir's Tofu Factory is in quadrant I position and the strategy used is Progressive. While the results of the QSPM matrix analysis the selected strategy is the Strenght-Opportunity strategy with a TAS result of 6.28.

Keyword: Sales, Marketing Strategy, SWOT, QSPM.

PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan industri di Indonesia berkembang sangat pesat. Di era globalisasi ini, perusahaan berusaha untuk meningkatkan penjualan secara bertahap dan berkelanjutan agar mampu bersaing dengan perusahaan sejenisnya. Namun, dalam membangun usaha tidak lepas dari masalah

atau kendala yang akan muncul, maka dari itu sangat dibutuhkan strategi pemasaran yang baik. Strategi pemasaran yang baik dapat meningkatkan penjualan. Sebaliknya, jika perusahaan tidak menggunakan strategi pemasaran yang baik maka akan berdampak pada menurunnya penjualan dan berdampak pada keberlangsungan hidup perusahaan.

Usaha di bidang pemasaran terus berkembang, banyak usaha kecil dan menengah ke atas bermunculan sehingga memicu persaingan pemasaran yang begitu ketat. Akibat persaingan dengan usaha-usaha menengah ke atas, tidak jarang pula usaha kecil yang gulung tikar karena kurangnya pengelola perusahaan memilih strategi pemasaran yang tepat. Hal ini tidak akan terjadi apabila penyusunan strategi pemasaran dilakukan secara efektif.

Fandy Tjiptono berpendapat bahwa pemasaran merupakan fungsi yang memiliki kontak paling besar dengan lingkungan eksternal, padahal perusahaan hanya memiliki kendali yang terbatas terhadap lingkungan eksternal. Tujuan pemasaran yaitu untuk menarik perhatian pembeli dalam mengkonsumsi produk yang telah ditawarkan. Oleh karena itu, pemasaran mempunyai peranan penting untuk mengembangkan strategi.

Inti dari kegiatan pemasaran diantaranya yaitu memfokuskan diri pada produk, penetapan harga, pendistribusian, dan cara promosi, dalam hal ini dikenal dengan bauran pemasaran. Bauran pemasaran merupakan unsur-unsur pemasaran yang saling terkait, dibaurkan, diorganisir dan digunakan dengan tepat sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan pemasaran dengan efektif sekaligus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen (Kaligis et al., 2021). Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan salah satu alat strategi pemasaran yang penggunaannya memerlukan pemahaman mendalam dari perusahaan untuk mengkombinasikan faktor-faktor tersebut untuk memaksimalkan kesuksesan aktivitas pemasaran perusahaan (Utami & Firdaus, 2018, p. 138). Yang menjadi faktor-faktor dari bauran pemasaran (*marketing mix*) 5P adalah *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (lokasi), *Promotion* (promosi), dan *People* (orang) (Sriyanto & Harimurti, 2023).

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh (Tenda et al., 2022) untuk memperkuat gagasan pentingnya bauran pemasaran dalam meningkatkan

penjualan produk, salah satunya dilakukan oleh UD. Virgin Kawangkoan. Penggunaan strategi bauran pemasara sangat mempengaruhi peningkatan penjualan produk. Hal ini ditunjukkan dengan berperannya produk, harga, lokasi, promosi dalam peningkatan penjualan produk pada usaha penjualan kacang. Harga, promosi, dan lokasi menjadi bagian paling penting demi meningkatkan penjualan dan pendapatan.

Salah satu jenis makanan khas Indonesia yang banyak dikenal masyarakat adalah tahu. Tahu merupakan makanan yang bahan bakunya berasal dari kedelai (Rossitasari & Maria, 2022). Salah satu usaha industri tahu di Desa Air Teluk Kiri, Kecamatan Teluk Dalam, Kabupaten Asahan adalah Pabrik Tahu Ibu lir. Pabrik Tahu Ibu lir berdiri pada tahun 1997. Produk yang dihasilkan oleh Pabrik Tahu Ibu lir ini adalah tahu Medan dan tahu kopong. Saat ini harga setiap produk tahu kopong dijual dengan harga Rp 250, sedangkan untuk tahu Medan dijual dengan harga Rp 650. Bahan baku utama yang digunakan untuk membuat tahu adalah kedelai impor. Jumlah karyawan pada Pabrik Tahu Ibu lir sebanyak 4 orang dan untuk pemasarnya berjumlah 7 orang.

Seperti usaha industri kecil dan menengah pada umumnya, dalam pengelolaannya Pabrik Tahu Ibu lir tidak menggunakan strategi pemasaran yang baik. Pada Pabrik Tahu Ibu lir sebagaimana dinyatakan pemiliknya (Iriani, 2022) kepada penulis bahwa Pabrik Tahu Ibu lir mengalami beberapa permasalahan dalam proses pemasaran tahu yang dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah penjualan tahu yang hanya dilakukan sebatas pesanan konsumen saja dan proses pendistribusian tahu di beberapa daerah terkendala karena adanya pesaing dari produk tahu lainnya. Selain itu, masalah yang dihadapi oleh Pabrik Tahu Ibu lir yaitu kurangnya informasi pasar terkait pola permintaan konsumen dan selera konsumen.

Produksi dan penjualan tahu dari Pabrik Tahu Ibu lir dapat dilihat pada tabel 1.1 di bawah ini:

Tabel 1. Produksi dan Penjualan Tahu Pabrik Tahu Ibu lir

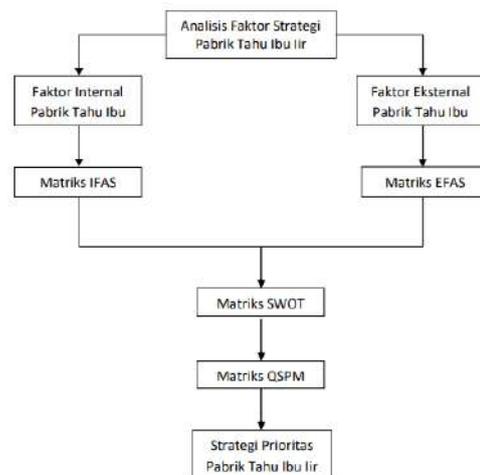
Tahun	Produksi Tahu Kopong (per potong)	Produksi Tahu Medan (per potong)	Penjualan (dalam Rupiah)
2020	7.862.400	1.123.200	2.695.680.000
2021	6.420.120	582.400	1.983.590.000
2022	6.289.920	561.600	1.937.520.000

Sumber: data diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas, produk tahu di Pabrik Tahu Ibu lir ini mengalami penurunan penjualan. Terlihat pada tahun 2020, penjualan pada Pabrik Tahu Ibu lir sebesar Rp 2.695.680.000 dengan produksi tahu kopong sebanyak 7.862.400 potong dan tahu Medan sebanyak 1.123.200. Kemudian, pada tahun 2021 penjualan pada Pabrik Tahu Ibu lir sebesar Rp 1.983.590.000 dengan produksi tahu kopong sebanyak 6.420.120 dan tahu Medan sebanyak 582.400. Namun, pada tahun 2022 kembali mengalami penurunan penjualan sebesar 1.937.520.000 dan produksi tahu menurun menjadi 6.289.920 potong tahu kopong dan 561.600 potong tahu Medan. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan tidak mampu meningkatkan penjualan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Afandi et al., 2022), pemasaran memiliki pengaruh yang positif terhadap peningkatan penjualan tahu Sumedang dengan menggunakan metode 4P pada UD. Tahu Sumedang 5 Bersaudara. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Suryani & Erlina, 2022) menyatakan bahwa pemasaran tidak terlalu kuat dalam mempengaruhi volume penjualan pada usaha tahu tempe.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Tahu di Desa Air Teluk Kiri, Kecamatan Teluk Dalam, Kabupaten Asahan menarik dilakukan.



Gambar 1. Model Pemikiran

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah faktor-faktor internal dan eksternal strategi pemasaran Pabrik Tahu Ibu lir?
2. Bagaimana strategi pemasaran Pabrik Tahu Ibu lir?
3. Strategi pemasaran yang manakah yang menjadi prioritas Pabrik Tahu Ibu lir?

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal strategi pemasaran Pabrik Tahu Ibu lir.
2. Untuk menganalisis strategi pemasaran Pabrik Tahu Ibu lir.
3. Untuk menganalisis strategi yang mana yang menjadi prioritas Pabrik Tahu Ibu lir.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT dan QSPM. Analisis SWOT (*Strength Weakness Opportunity Threat*) analisis yang merupakan salah satu metode pengolahan data yang populer untuk menentukan strategi pengembangan (Rudiyanto & Dina, 2021). Sedangkan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) menurut David dalam (Widian Sari, 2019) merupakan sebuah strategi yang digunakan untuk mengevaluasi alternatif strategi secara objektif berdasarkan

faktor-faktor internal dan eksternal yang sebelumnya sudah diidentifikasi. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Yang menjadi sumber data yaitu pemilik Pabrik Tahu Ibu lir, 4 orang karyawan, dan 7 orang pemasar. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini berupa wawancara, observasi, studi dokumen, dan kuesioner. Penelitian ini dilakukan pada Pabrik Tahu Ibu lir yang berlokasi di Desa Air Teluk Kiri, Kecamatan Teluk Dalam, Kabupaten Asahan, Provinsi Sumatera Utara, Kode pos 21271.

HASIL

Matriks IFAS dan EFAS Pabrik Tahu Ibu lir

Setelah dilakukan diskusi dan pemberian kuesioner maka dihasilkan pembobotan dan penilaian rating untuk matriks IFAS pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Hasil Matriks IFAS Pabrik Tahu Ibu lir

No.	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (Strengths)				
1	Bahan baku yang digunakan untuk membuat tahu merupakan bahan alami dan tidak mengandung pengawet.	0,14	4,67	0,667
2	Rasa tahu tidak asam.	0,12	4,58	0,545
3	Harga tahu terjangkau.	0,05	4,42	0,210
4	Melayani pelanggan dengan baik dan sopan.	0,10	4,50	0,429
5	Lokasi yang strategis.	0,07	3,92	0,280
6	Karyawan memiliki skill dan pengalaman dalam membuat tahu.	0,02	4,27	0,102
Jumlah		0,50		2,233
Kelemahan (Weakness)				
1	Tekstur tahu yang lembut sehingga mudah hancur.	0,14	1,00	0,143
2	Perusahaan tidak mau berekspansi atau membuka cabang.	0,10	2,00	0,190
3	Kurangnya promosi untuk menarik pelanggan.	0,05	1,58	0,075
4	Produk yang diproduksi kurang beranekaragam.	0,02	1,50	0,036
5	Produksi tahu yang hanya sebatas permintaan konsumen.	0,12	1,25	0,149
6	Kurang memahami selera konsumen.	0,07	1,67	0,119
Jumlah		0,50		0,712
Total				2,945

Sumber: data diolah Excel (2023)

Hasil analisis matriks internal Pabrik Tahu Ibu lir pada tabel di atas menunjukkan bahwa hasil skor total kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan sebesar 2,233 dan ini dapat diartikan kekuatan yang dimiliki oleh Pabrik Tahu Ibu lir cukup baik. Setelah itu dilakukan pembobotan dan penilaian matriks EFAS yang ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. Matriks EFAS Pabrik Tahu Ibu lir

No.	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (Opportunities)				
1	Konsumen selalu mempunyai keinginan untuk membeli tahu.	0,06	4,17	0,232
2	Masyarakat sudah sangat mengenal produk tahu.	0,14	4,83	0,671
3	Mengatur strategi kerja sama dengan berbagai pihak.	0,03	4,25	0,118
4	Menciptakan varian tahu baru.	0,11	4,67	0,519
5	Pedagang membantu memperluas pemasaran.	0,17	5,00	0,833
6	Adanya kepercayaan dari konsumen.	0,08	4,50	0,375
Jumlah		0,58		2,748
Ancaman (Threats)				
1	Persaingan kualitas tahu dengan pabrik lain.	0,14	1,00	0,139
2	Persaingan harga tahu dengan pabrik lain.	0,06	1,42	0,079
3	Pabrik tahu lain memiliki produk tahu yang lebih bervariasi.	0,03	2,42	0,067
4	Pesaing pabrik tahu semakin banyak.	0,11	1,17	0,130
5	Harga bahan baku yang menaik sewaktu-waktu.	0,08	1,25	0,104
Jumlah		0,42		0,519
Total				3,267

Sumber: data diolah Excel (2023)

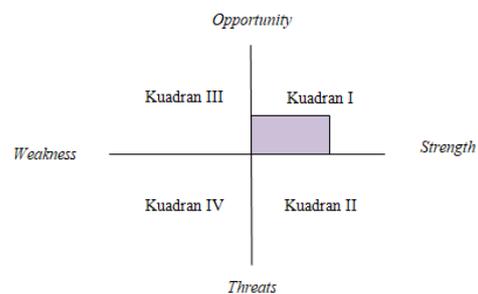
Hasil analisis matriks eksternal Pabrik Tahu Ibu lir pada tabel di atas menunjukkan bahwa hasil skor total peluang yang dimiliki oleh perusahaan sebesar 2,748 dan ini dapat diartikan peluang yang dimiliki oleh Pabrik Tahu Ibu lir cukup baik.

Kuadran SWOT Pabrik Tahu Ibu lir

Berdasarkan analisis dengan menggunakan SWOT dan kuesioner sebagai instrumen penelitian, maka didapatkan hasil perhitungan:

- Nilai IFAS (Skor Kekuatan-Skor Kelemahan) = $2,233 - 0,712 = 1,521$
- Nilai EFAS (Skor Peluang-Skor Ancaman) = $2,748 - 0,519 = 2,229$

Berdasarkan perhitungan IFAS dengan hasil 1,521 dan EFAS dengan hasil 2,229. Dapat disimpulkan bahwa posisi analisis SWOT berada pada **kuadran I** seperti yang tertera pada gambar di bawah ini.



Gambar 2. Kuadran SWOT Pabrik Tahu Ibu lir
Sumber: data diolah (2023)

Matriks SWOT Pabrik Tahu Ibu lir
Tabel 4. Matriks SWOT Pabrik Tahu Ibu lir

Faktor Internal	Kekuatan (Strength) (S)	Kelemahan (Weakness) (W)
Faktor Eksternal		
Peluang (Opportunities) (O)	(S-O)	(W-O)
1. Loyalitas Konsumen 2. Merek dagang 3. Kerjasama 4. Inovasi Varian 5. Pemasaran 6. Kepercayaan Konsumen	1. Pengembangan cita rasa yang lezat dengan harga yang terjangkau sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan kepercayaan konsumen. (S2, S3, O1, O6) 2. Pemanfaatan lokasi yang strategis, harga yang terjangkau, dan pelayanan yang baik untuk meningkatkan peluang kerjasama usaha dengan berbagai pihak, menjaga kepercayaan konsumen, dan meningkatkan pemasaran. (S3, S4, S5, O3, O5, O6) 3. Pemanfaatan kualitas bahan baku dan pelayanan yang baik untuk memperoleh kepercayaan konsumen. (S1, S4, O6) 4. Pemanfaatan skill karyawan untuk menghasilkan inovasi varian produk yang beranekaragam. (S6, O4)	1. Memperluas ekspansi usaha dan promosi produk untuk mempermudah proses pemasaran dan memperoleh kerjasama dengan berbagai pihak. (W2, W3, O3, O5) 2. Memperbaiki tekstur produk untuk memperoleh loyalitas konsumen dan kepercayaan konsumen. (W1, O1, O6) 3. Meningkatkan varian produk dengan mengembangkan inovasi produk usaha. (W4, O4) 4. Meningkatkan kuantitas produksi sehingga dapat meningkatkan pemasaran. (W5, S5)
Ancaman (Threats) (T)	(S-T)	(W-T)
1. Persaingan Kualitas 2. Persaingan Harga 3. Varian Produk 4. Persaingan Usaha 5. Harga Bahan Baku	1. Penetapan kualitas bahan baku dan penetapan lokasi yang strategis sehingga dapat bersaing dari segi kualitas dan dapat bersaing dengan usaha sejenis lainnya. (S1, S5, T1, T4) 2. Meningkatkan cita rasa dan pelayanan sehingga dapat bersaing secara kualitas dengan usaha lain sejenis. (S2, S4, T1) 3. Penetapan harga yang terjangkau agar dapat bersaing dari segi harga (competition based pricing) dan dapat menetapkan harga bahan baku dengan stabil (dynamic pricing). (S3, T2, T5) 4. Meningkatkan skill karyawan sehingga dapat membuat berbagai macam varian produk. (S6, T3)	1. Memperluas ekspansi usaha sehingga dapat meningkatkan persaingan usaha dengan usaha sejenis lainnya. (W2, T4) 2. Meningkatkan produksi dan memperbanyak varian produk sehingga dapat bersaing dengan usaha lain yang mempunyai banyak varian produk. (W3, W5, T3) 3. Memperbaiki tekstur produk sehingga dapat bersaing secara kualitas dengan usaha sejenis lainnya. (W1, T1) 4. Memperluas promosi usaha sehingga dapat bersaing dengan usaha lain sejenis. (W3, T4)

Sumber: data diolah (2023)

Setelah menemukan matriks SWOT, temuan yang didapatkan peneliti mengenai strategi alternatif yang akan digunakan oleh Pabrik Tahu Ibu lir dan juga digunakan untuk melakukan analisis QSPM adalah strategi S-O.

Matriks QSPM berdasarkan Hasil Analisis SWOT

Tabel 5. Matriks QSPM

Key Factor	Weight	S1		S2		S3		S4	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Peluang/Opportunities									
Loyalitas Konsumen (O1)	0,06	3	0,17	3	0,17	2	0,11	1	0,06
Merek Dagang (O2)	0,14	2	0,28	3	0,42	2	0,28	2	0,28
Kerjasama (O3)	0,03	4	0,11	4	0,11	4	0,11	3	0,08
Inovasi Varian (O4)	0,11	3	0,33	3	0,33	2	0,22	3	0,33
Pemasaran (O5)	0,17	3	0,50	4	0,67	4	0,67	4	0,67
Kepercayaan Konsumen (O6)	0,08	3	0,25	4	0,33	3	0,17	2	0,17
Ancaman/Threatness									
Kualitas (T1)	0,14	3	0,42	3	0,42	3	0,42	3	0,42
Harga (T2)	0,06	4	0,22	3	0,17	2	0,11	3	0,17
Varian Produk (T3)	0,03	3	0,08	3	0,08	3	0,08	2	0,06
Persaingan Usaha (T4)	0,11	3	0,33	3	0,33	2	0,22	3	0,33
Harga Bahan Baku (T5)	0,08	3	0,25	3	0,25	3	0,25	2	0,17
Kekuatan/Strength									
Bahan Baku (S1)	0,14	3	0,42	3	0,42	2	0,28	3	0,43
Cita Rasa (S2)	0,12	4	0,48	3	0,36	3	0,36	2	0,24
Harga Terjangkau (S3)	0,05	4	0,19	4	0,19	3	0,14	3	0,14
Pelayanan (S4)	0,10	3	0,30	4	0,28	2	0,19	2	0,19
Lokasi Strategis (S5)	0,07	2	0,14	4	0,29	3	0,21	4	0,29
Skill Karyawan (S6)	0,02	3	0,07	2	0,05	3	0,07	2	0,05
Kelemahan/Weakness									
Tektur (W1)	0,14	2	0,29	3	0,43	2	0,29	2	0,29
Ekspansi Usaha (W2)	0,10	3	0,29	2	0,19	4	0,38	3	0,29
Promosi (W3)	0,05	2	0,10	3	0,14	4	0,19	3	0,14
Varian Produk (W4)	0,02	2	0,05	2	0,05	2	0,05	2	0,05
Kuantitas Produksi (W5)	0,12	2	0,24	3	0,36	3	0,36	4	0,48
Selera (W6)	0,07	3	0,21	2	0,14	2	0,14	2	0,14
Total			5,71		6,28		5,31		5,44

Sumber: data diolah Excel (2023)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui strategi-strategi yang telah dirumuskan, jenis strategi yang cocok

dilakukan untuk kedepannya oleh Pabrik Tahu Ibu lir adalah strategi pertama yaitu pemanfaatan lokasi yang strategis, harga yang terjangkau, dan pelayanan yang baik untuk meningkatkan peluang kerjasama usaha dengan berbagai pihak, menjaga kepercayaan konsumen, dan meningkatkan pemasaran. Hal ini ditunjukkan dengan hasil *Total Attractive Score (TAS)* sebesar 6,28. Dimana hasil tersebut lebih tinggi dari pada strategi kedua yaitu pengembangan cita rasa yang lezat dengan harga yang terjangkau sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan kepercayaan konsumen dengan nilai *TAS* sebesar 5,71. Dan pada strategi ketiga yaitu pemanfaatan *skill* karyawan untuk menghasilkan inovasi varian produk yang beranekaragam dengan hasil *TAS* sebesar 5,44. Sedangkan pada strategi keempat yaitu Pemanfaatan kualitas bahan baku dan pelayanan yang baik untuk memperoleh kepercayaan konsumen, dengan hasil *TAS* sebesar 5,31.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pabrik Tahu Ibu lir berada pada kuadran I dengan nilai IFAS 1,521 dan nilai EFAS 2,229. Dimana pada posisi kuadran I merupakan posisi yang kuat dan berpeluang. Strategi yang tepat pada kuadran ini merupakan Progresif dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada.

Unuk memanfaatkan kekuatan dan peluang sesuai dengan teori *marketing mix* (bauran pemasaran) 5P, Pabrik Tahu Ibu lir dapat melakukan strategi berikut ini:

- Product (prduk)**
Pabrik Tahu Ibu lir dapat memanfaatkan kualitas bahan baku untuk mengembangkan cita rasa tahu.
- Price (harga)**
Pabrik Tahu lir dapat menetapkan harga produk yang terjangkau.
- Place (tempat)**
Pabrik Tahu Ibu lir dapat memanfaatkan lokasinya yang strategis. Lokasi Pabrik Tahu Ibu lir sebagai tempat produksi dan

penjualan yang cukup luas dan mudah untuk dijangkau.

4. *Promotion* (Promosi)

Pabrik Tahu Ibu lir harus meningkatkan promosinya salah satunya dengan kerjasama dengan berbagai pihak.

5. *People* (orang)

Pabrik Tahu Ibu lir dapat meningkatkan pelayanannya dan memanfaatkan *skill* karyawan untuk menghasilkan varian produk yang beraneka ragam.

Untuk menemukan strategi prioritas utama pada Pabrik Tahu Ibu lir, dibutuhkan pengolahan data lebih lanjut yaitu dengan menggunakan metode QSPM. Pada penelitian ini, telah ditemukan 4 alternatif yang diprediksi bisa dilaksanakan dan berpengaruh pada peningkatan kemampuan dalam bersaing. Adapun 4 strategi alternatif tersebut adalah pengembangan cita rasa yang lezat dengan harga yang terjangkau sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan kepercayaan konsumen; pemanfaatan lokasi yang strategis, harga yang terjangkau, dan pelayanan yang baik untuk meningkatkan peluang kerjasama usaha dengan berbagai pihak, menjaga kepercayaan konsumen, dan meningkatkan pemasaran; pemanfaatan kualitas bahan baku dan pelayanan yang baik untuk memperoleh kepercayaan konsumen; serta pemanfaatan *skill* karyawan untuk menghasilkan inovasi varian produk yang beranekaragam.

Dari hasil olah data QSPM, dapat dinyatakan bahwa strategi prioritas utama yang perlu diterapkan adalah pemanfaatan lokasi yang strategis, harga yang terjangkau, dan pelayanan yang baik untuk meningkatkan peluang kerjasama usaha dengan berbagai pihak, menjaga kepercayaan konsumen, dan meningkatkan pemasaran.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Riyanto & Paramansyah, 2020) dimana strategi yang paling tepat digunakan oleh PT.Semen Indogreen Sentosa agar tetap meningkatkan penjualan strategi S-O yaitu strategi dengan menggunakan

Strength untuk memanfaatkan *Opportunities* yang dimiliki perusahaan. Posisi ini sangat menguntungkan perusahaan dengan memperbaiki kondisi diatas rata-rata kemampuan sehinggalah PT. Semen Indogreen Sentosa dapat mengendalikan para pesaing yang ada maupun pesaing yang terbilang kuat.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan analisis penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis SWOT dapat disimpulkan bahwa Pabrik Tahu Ibu lir berada pada kuadran I yang berarti Pabrik Tahu Ibu lir memiliki strategi yang kuat dan berpotensi. Strategi yang layak diterapkan oleh Pabrik Tahu Ibu lir adalah Progresif.
2. Hasil analisis matriks QSPM diperoleh alternatif strategi Pabrik Tahu Ibu lir yaitu S-O (*Strenght-Opportunity*) dengan memanfaatkan lokasi usaha dan harga yang terjangkau disertai dengan pelayanan yang maksimal untuk meningkatkan peluang kerjasama usaha dengan berbagai pihak sehingga dapat memperluas pemasaran produk, dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

Saran

Agar perusahaan dapat menjalankan bisnisnya dengan maksimal, Pabrik Tahu Ibu lir harus menjalankan:

1. Pabrik Tahu Ibu lir harus menjalankan bisnisnya dengan mengacu pada analisis SWOT dan QSPM.
2. Memanfaatkan lokasinya yang strategis untuk mengembangkan usahanya.
3. Menambah varian baru pada produk tahu tersebut.
4. Bagi pemerintah agar dapat membantu para pengusaha kecil untuk mengembangkan dan memperkenalkan usaha mereka kepada masyarakat luas.

REFERENSI

- [1] Afandi, R., Sibuea, S. R., Novarika, W., & Nasution, S. P. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Tahu Sumedang dengan Menggunakan Metode 4P Guna Meningkatkan Penjualan di UD Tahu Sumedang 5 Bersaudara. *Factory Jurnal Industri, Manajemen Dan Rekayasa Sistem Industri*, 1(2).
- [2] Kaligis, T. I., Mandey, S. L., & Roring, F. (2021). Evaluasi Strategi Bauran Pemasaran Pada Rumah Makan Box Weal Manado. *Jurnal EMBA*, 9(3).
- [3] Riyanto, & Paramansyah, A. (2020). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Beton Siap Pakai (*Ready Mix Concrete*) pada PT. Semen Indogreen Sentosa Plant Cikarang. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 2(2).
- [4] Rossitasari, & Maria. (2022). Strategi Pemasaran Industri Tahu Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Omah Tahu Asri Serasi Bandungan). *Jurnal Manajemen Agribisnis (Journal Of Agribusiness Management)*, 10(1).
- [5] Rudiyanto, R., & Dina, F. (2021). Analisis SWOT IFAS-EFAS untuk Strategi Pengembangan Berkelanjutan di Manggarai Barat. *Jurnal Tourism*, 4(02).
- [6] Sriyanto, & Harimurti, F. (2023). Pelatihan Pengembangan Strategi Pemasaran Jamur Tiram Putih Desa Ngijo Kecamatan Tasikmadu Kabupaten Karanganyar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(1).
- [7] Suryani, A. N., & Erlina, N. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Usaha Tahu Tempe Pak Pendi Di Desa Cinta Karya Kecamatan Plakat Tinggi. *Jurnal Adminika*, 8(2).
- [8] Tenda, Y. J., Kalangi, J. A. F., & Mukuan, D. D. S. (2022). Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Kacang Shangrai di UD Virgin Kawangkoan. *Productivity*, 3(3).
- [9] Utami, H. N., & Firdaus, I. F. A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 2(1).
- [10] Widian Sari, M. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) (Studi Kasus pada Roman Indah UKM di Padang). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(1).

PENGARUH KUALITAS MAKANAN DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP NIAT BERKUNJUNG ULANG WISATAWAN DI OBJEK WISATA KEBUN TEH WONOSARI MALANG

Raihan Wishal Nafis^{1*}, Junaidi², Putri Damayanti³, M.Hizam Fikri⁴, Regita Febriyanti⁵
^{1,2,3,4,5} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Panca Marga
 *e-mail : raihannafis27@gmail.com

Dikirim	Direvisi	Diterima
22 September 2023	29 September 2023	30 September 2023

Abstrak:

Tingkat kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Malang tiap tahunnya diyakini semakin meningkat hal ini membuat pemerintah Kabupaten Malang dituntut selalu berbenah untuk memperbaiki objek wisata Kebun Teh Wonosari. Tujuan dari penelitian ini adalah menilai pengaruh kualitas makanan serta persepsi risiko terhadap niat berkunjung kembali ke destinasi Kebun Teh Wonosari. Jenis penelitian yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini adalah penelitian jenis penelitian kuantitatif yang mana menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dengan teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Penelitian ini dilakukan di lokasi Kebun Teh Wonosari Malang dan waktu pelaksanaan pada bulan Oktober 2022. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling. Penelitian ini menggunakan 100 responden. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Makanan terhadap Niat Berkunjung Ulang. Terdapat pula pengaruh yang signifikan juga antara Persepsi Resiko terhadap Niat Berkunjung Ulang yang mana hasil dari penelitian ini bisa dimanfaatkan untuk pengembangan wisata Kebun Teh Wonosari Malang di masa yang akan datang

Kata kunci: Kualitas Makanan, Persepsi Resiko, Niat Berkunjung Ulang

Abstract:

Today it is believed that the level of tourist arrivals visiting Malang each year is increasing, this means that the Malang government is required to always improve Wonosari Tea Garden tourist attraction. The type of research that the author will use in this research is quantitative research which uses multiple linear regression analysis techniques with data collection techniques using the questionnaire method. The aim of this research is to assess the influence of food quality and perceived risk on intention to return to the Wonosari Tea Garden destination. This research was conducted at the Wonosari Malang Tea Garden location and was carried out in October 2022. Sample collection in this research used a non-probability sampling technique. This research used 100 respondents. There is a significant influence between the Food Quality variable on revisit intention. There is also a significant influence between Risk Perception on revisit intention, the results of this research can be used to develop Wonosari Malang Tea Garden tourism in the future

Keyword: Food Quality, Risk Perceived, Revisit Intention

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki keindahan alam yang menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk datang berkunjung, provinsi yang ada di Indonesia memiliki kekayaan alam tersendiri dan menjadi daya tarik bagi wisatawan yang datang berkunjung ke provinsi tersebut. Jawa Timur adalah

sebuah provinsi di Indonesia yang terletak di Pulau Jawa dengan salah satu wilayah yang terkenal dengan tempat wisatanya adalah Kabupaten Malang. Lokasi Malang yang berada di dataran tinggi membuat Malang memiliki beberapa destinasi wisata menarik, salah satunya adalah Kebun Teh Wonosari yang selalu ramai dikunjungi oleh wisatawan, para wisatawan menikmati

pemandangan kebun teh yang asri ditunjang dengan beragam makanan yang disajikan di kawasan wisata tersebut.

Dalimunthe et al (2020) meyakini bahwa kualitas produk makanan merupakan salah satu unsur yang tidak dapat dipisahkan dari produk wisata yang bisa dinikmati oleh wisatawan, kualitas produk makanan diyakini bisa mempengaruhi kepuasan dan salah satu faktor yang membuat wisatawan untuk datang dan berkunjung kembali serta merekomendasikannya kepada orang lain. Hal tersebut juga didukung pendapat dari Manurung & Suriono (2020), Mangifera et al (2018), dan Farachatus et al (2020). Seiring berkembang pesatnya kegiatan pariwisata, aspek keamanan makanan tampaknya masih sering terabaikan. Padahal pasokan makanan semestinya terjadi secara berkelanjutan dan kegiatan ini harus bebas risiko keamanan makanan. Adapun peluang tingkat konsumsi makanan di tempat wisata tergolong tinggi. Sehingga hal ini berpotensi menjadi penyebab masalah kesehatan akibat mengonsumsi makanan di tempat wisata. Secara khusus, wisatawan lebih cenderung mengeluh tentang ancaman keracunan makanan dan kurangnya sanitasi makanan. Adanya risiko kesehatan bagi wisatawan paling sering terkait dengan tingkat penanganan keamanan makanan atau minuman yang buruk.

Tavitiyaman & Qu (2013) menjelaskan pada pariwisata, tidak hanya kualitas makanan yang dapat mempengaruhi pertimbangan wisatawan, faktor persepsi risiko juga merupakan kunci pertimbangan. Chew & Jahari (2014) menambahkan bahwa tempat wisata yang tidak mempertimbangkan risiko kecelakaan bagi pengunjungnya cenderung akan mendapatkan respon yang negatif dari pengunjungnya. Sehingga penelitian ini juga akan menganalisis bagaimana persepsi risiko dari wisatawan Kebun Teh Wonosari pada niat berkunjung kembali.

Tingkat kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Malang tiap tahunnya diyakini semakin meningkat hal ini membuat pemerintah Kabupaten Malang dituntut selalu berbenah untuk

memperbaiki objek wisata Kebun The Wonosari, namun kebanyakan wisatawan masih memberikan penilaian kurang baik terhadap kualitas makanan yang tersedia, mulai dari pelayanannya hingga kebersihan makanan menjadi salah satu faktor penting yang dinilai oleh wisatawan masih kurang baik, masyarakat yang menjual makanan di Kebun Teh Wonosari pada umumnya kurang memperhatikan aspek pelayanan dan kebersihan dari makanan yang dijual tersebut.

Tujuan dari penelitian ini adalah menilai pengaruh kualitas makanan serta persepsi risiko terhadap niat berkunjung kembali ke destinasi Kebun Teh Wonosari. Dengan memahami kualitas makanan dan persepsi resiko faktor yang memberikan pengaruh terhadap perilaku wisatawan untuk berkunjung kembali ke sebuah destinasi, diharapkan para pengelola dapat menggunakannya sebagai upaya pemasaran yang efektif dengan memaksimalkan potensi sumber daya yang ada, serta dapat meningkatkan kenyamanan di Kebun Teh Wonosari. Maka dari itu, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Makanan dan Persepsi Risiko terhadap Niat Berkunjung Kembali di Kebun Teh Wonosari, Malang."

METODE

Jenis penelitian yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini adalah penelitian jenis penelitian kuantitatif yang mana menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dengan teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner

Penelitian ini dilakukan di lokasi Kebun Teh Wonosari Malang dan waktu pelaksanaan pada bulan Oktober 2022. Data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua jenis, yakni data kuantitatif serta data kualitatif. Data primer dalam penelitian ini bisa berupa hasil wawancara mendalam dan kuesioner yang dilakukan serta diajukan peneliti kepada responden. Populasi dari penelitian ini adalah wisatawan yang

berkunjung di Kebun Teh Wonosari Malang, dimana untuk jenis populasi dalam penelitian ini adalah infinite population karena tidak dapat ditentukan dengan pasti jumlah yang akan dijadikan sampel. Hal ini dilakukan karena pengukuran jumlah kunjungan wisatawan yang didapatkan dari jumlah penjualan tiket tidak dapat menjadi acuan pengajuan sampel. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling, yakni penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Penelitian ini menggunakan 100 responden. Skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur indikator-indikator pada variabel dependen dan variabel independen tersebut adalah dengan menggunakan Skala Likert (1-4) yang mempunyai empat tingkat preferensi jawaban masing-masing mempunyai skor 1-4 yaitu skor 4 untuk jawaban sangat setuju dan skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju. Adapun indikator-indikator tiap variabel ditunjukkan sebagai berikut :

Tabel 1 Indikator Penelitian

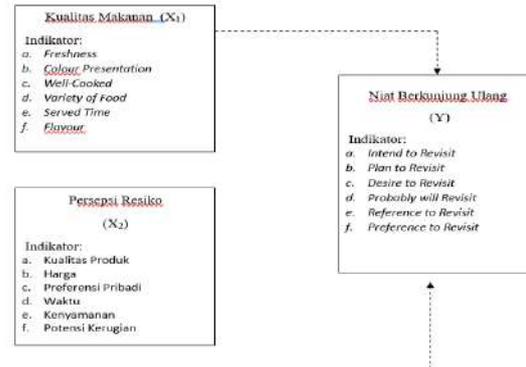
No.	Variabel	Indikator
1.	Kualitas Makanan (X ₁)	a. Freshness b. Colour Presentation c. Well-Cooked d. Variety of Food e. Served Time f. Flavour
2.	Persepsi Resiko (X ₂)	a. Kualitas Produk b. Harga c. Preferensi Pribadi d. Waktu e. Kenyamanan f. Potensi Kerugian
3.	Niat Berkunjung Ulang (Y)	a. Intend to Revisit b. Plan to Revisit c. Desire to Revisit d. Probably will Revisit e. Reference to Revisit f. Preference to Revisit

Sumber: Data Diolah Peneliti

Kerangka Pemikiran

Variabel independent (variabel bebas) variabel mempengaruhi variabel lain, dalam penelitian ini variabel independent yaitu kualitas makanan (X₁) dan persepsi resiko (X₂). Variabel dependent (variabel terikat): variabel yang dipengaruhi variabel

lain, dalam penelitian ini variabel dependent yaitu niat berkunjung ulang (Y)



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Data Diolah Peneliti

Dasar pengajuan hipotesis berdasarkan studi terdahulu dengan detail berikut ini:

H1: Kualitas Makanan diduga berpengaruh secara signifikan terhadap Niat Berkunjung Ulang wisatawan Kebun Teh Wonosari Malang (Ummah, 2021; Laela, 2021; Putra, 2018);

H2: Persepsi Risiko diduga berpengaruh secara signifikan terhadap Niat Berkunjung Kembali wisatawan Kebun Teh Wonosari Malang (Niininen & Riley., 2004; Hampson et al, 2006)

HASIL

Karakteristik Responden

Diperoleh hasil karakteristik umum responden dengan rincian sebagai berikut. Jenis kelamin: laki-laki (78%) dan perempuan (22%). Usia: 26 –35 Tahun (36%); 36 –45 Tahun (32%); 46 –55 Tahun (9%); 15 –25 Tahun (19%); dan usia 56 –60 Tahun (4%). Daerah asal responden: berasal dari Kabupaten Malang (58%); luar Kabupaten Malang namun masih satu provinsi (34%); dan luar provinsi Jawa Timur (8%).

Uji Validitas

Tabel 2 Uji Validitas Variabel Kualitas Makanan

Item Pertanyaan	r hitung	r table	Keterangan
Kualitas Makanan X1.1	0,373	0,195	Valid
Kualitas Makanan X1.2	0,797	0,195	Valid
Kualitas Makanan X1.3	0,482	0,195	Valid
Kualitas Makanan X1.4	0,762	0,195	Valid
Kualitas Makanan X1.5	0,556	0,195	Valid
Kualitas Makanan X1.6	0,683	0,195	Valid

Sumber: Data Diolah Peneliti

Tabel 3 Uji Validitas Variabel Persepsi Resiko

Item Pertanyaan	r hitung	r table	Keterangan
Persepsi Resiko X2.1	0,416	0,195	Valid
Persepsi Resiko X2.2	0,514	0,195	Valid
Persepsi Resiko X2.3	0,745	0,195	Valid
Persepsi Resiko X2.4	0,695	0,195	Valid
Persepsi Resiko X2.5	0,825	0,195	Valid
Persepsi Resiko X2.6	0,468	0,195	Valid

Sumber: Data Diolah Peneliti

Tabel 4 Uji Validitas Variabel Niat Berkunjung Ulang

Item Pertanyaan	r hitung	r table	Keterangan
Niat Berkunjung Ulang Y1.1	0,491	0,195	Valid
Niat Berkunjung Ulang Y1.2	0,749	0,195	Valid
Niat Berkunjung Ulang Y1.3	0,569	0,195	Valid
Niat Berkunjung Ulang Y1.4	0,697	0,195	Valid
Niat Berkunjung Ulang Y1.5	0,420	0,195	Valid
Niat Berkunjung Ulang Y1.6	0,464	0,195	Valid

Sumber: Data Diolah Peneliti

Berdasarkan Tabel diatas menunjukkan bahwa r hitung lebih besar dari r tabel, sehingga dapat dikatakan bahwa semua konsep pengukur variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid. (Nafis, 2021)

Uji Reliabilitas

Tabel 5 Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	N of Items	Keterangan
Kualitas Makanan (X1)	0,944	6	Reliabel
Persepsi Resiko (X2)	0,707	6	Reliabel
Niat Berkunjung Ulang (Y)	0,896	6	Reliabel

Sumber: Data Diolah Peneliti

Dari keseluruhan angka *Nilai Cronbach Alpha* > 0,60 dinyatakan bahwa seluruh variabel pada uji penelitian reliabilitas dinyatakan reliabel. (Pilipus et al, 2021)

Uji Multikolinieritas

Tabel 6 Uji Multikolinieritas Data

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,109	2,442		,864	,390		
Kualitas Makanan	,577	,084	,540	6,838	,000	,820	1,219
Persepsi Resiko	,333	,091	,287	3,636	,000	,820	1,219

a. Dependent Variable: Niat Berkunjung Ulang

Sumber: Data Diolah Peneliti

Dari Tabel 6 menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas jika nilai VIF < 10. Hasil perhitungan menghasilkan nilai dibawah angka 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi tersebut. (Labesi, 2019)

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	2,109	2,442		,864	,390
Kualitas Makanan	,688	,084	,540	6,838	,000
Persepsi Resiko	,222	,091	,287	3,636	,000

a. Dependent Variable: Niat Berkunjung Ulang

Sumber: Data Diolah Peneliti

Berdasarkan hasil olah data menggunakan SPSS, diperoleh nilai koefisien konstanta sebesar 2,109, koefisien Kualitas Makanan 0,688, koefisien Persepsi Resiko 0,222. Persamaan koefisien regresi berganda untuk hasil Tabel 7 diatas adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2$$

$$Y = 2,109 + 0,688X_1 + 0,222X_2$$

Uji Hipotesis

Tabel 8 Uji Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	2,109	2,442		,864	,390
Kualitas Makanan	,688	,084	,540	6,838	,000
Persepsi Resiko	,222	,091	,287	3,636	,000

a. Dependent Variable: Niat Berkunjung Ulang

Sumber: Data Diolah Peneliti

Pengujian koefisien regresi variabel Kualitas Makanan

Dari output regresi pada SPSS telah didapatkan nilai t_{hitung} variabel bebas Kualitas Makanan (X_1) adalah 6,838 dengan taraf signifikansi 0,000. Karena nilai t_{hitung} (1,598) > t_{tabel} (1,984) dan nilai signifikansi 0,000 < 0,025, maka dapat ditentukan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas X_1 (Kualitas

Makanan) dan variabel terikat Y (Niat Berkunjung Ulang).

Pengujian koefisien regresi variabel Persepsi Resiko

Dari output regresi pada SPSS telah didapatkan nilai t_{hitung} variabel bebas Persepsi Resiko (X_2) adalah 3,636 dengan taraf signifikansi 0,000. Karena nilai t_{hitung} ($3,636 > t_{tabel}$ ($1,984$)) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,025$, maka dapat ditentukan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas X_2 (Persepsi Resiko) dan variabel terikat Y (Niat Berkunjung Ulang).

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Makanan terhadap Niat Berkunjung Ulang

Berdasarkan pada Tabel 8 yang telah disajikan, menunjukkan bahwa variable Kualitas Makanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Niat Berkunjung Ulang. Hal ini juga didukung oleh pendapat dari Mawarsari (2018), Harfania (2018), dan Dewantara (2022). Hal ini juga memiliki arti bahwa jika pengelola wisata Kebun Teh Wonosari Malang bisa mempertahankan kualitas dari indicator yang membentuk kualitas makanan yang dijual di kebun Teh Wonosari Malang seperti kesegaran makanan yang dijual, presentasi warna makanan yang menarik, kematangan makanan, variasi makanan yang dijual, dan juga kecepatan penghidangan makanan, maka peluang untuk meningkatkan kunjungan ulang dari wisatawan juga akan semakin meningkat

Pengaruh Persepsi Resiko terhadap Niat Berkunjung Ulang

Berdasarkan pada Tabel 8 yang telah disajikan, menunjukkan bahwa variable Persepsi Resiko mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Niat Berkunjung Ulang. Hal ini juga didukung oleh pendapat dari Darajat et al (2021), Anugrah et al (2022), dan Santoso (2021).

Hal ini juga memiliki arti bahwa jika pengelola wisata Kebun Teh Wonosari Malang bisa mempertahankan kualitas dari

indicator yang membentuk persepsi resiko dari wisatawan yang berkunjung maka peluang untuk meningkatkan kunjungan ulang dari wisatawan tersebut juga akan semakin meningkat di masa yang akan mendatang.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Makanan terhadap Niat Berkunjung Ulang. Kualitas Makanan yang ditawarkan oleh pengelola Kebun Teh Wonosari yang meliputi kesegaran makanan yang dijual, presentasi warna makanan yang menarik, kematangan makanan, variasi makanan yang dijual, dan juga kecepatan penghidangan makanan mampu untuk membuat pengunjung Kebun Teh Wonosari memiliki Niat Untuk Berkunjung Ulang karena kualitas makanan yang disajikan tersebut telah meminimalisir peluang terjadinya resiko yang membahayakan bagi wisatawan.

Terdapat pengaruh yang signifikan juga antara Persepsi Resiko terhadap Niat Berkunjung Ulang. Persepsi Resiko yang dibentuk oleh pengelola wisata Kebun Teh Wonosari juga telah membuat pengunjungnya muncul Niat untuk Berkunjung Ulang.

Saran

Saran bagi pengelola wisata Kebun Tea Wonosari Malang agar dapat dimanfaatkan sebagai alat pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan kunjungan ulang wisatawan di masa yang akan mendatang, dan bagi peneliti yang akan melakukan penelitian dengan variabel yang sama seperti penelitian ini dapat memikirkan lagi terkait variabel lainnya yang akan lebih mempunyai hubungan yang signifikan lagi atau memberikan teori-teori baru yang dapat menunjang penelitian terhadap pengembangan pariwisata di Indonesia.

REFERENSI

- [1] Anugrah, A. M., Antara, M., & Mahendra, M. S. (2022). Pengaruh Citra Destinasi, Motivasi dan Persepsi Risiko terhadap Kepuasan Wisatawan Sepeda Gunung dan Niat Berkunjung Kembali: di Cacing Fun Track, Lombok Barat. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas dan Perjalanan*, 6(02), 152-165.
- [2] Chew, E. Y. T., & Jahari, S. A. (2014). Destination image as a mediator between perceived risks and revisit intention: A case of post-disaster Japan. *Tourism management*, 40, 382-393.
- [3] Dalimunthe, F. I., Masatip, A., Liyushiana, L., & Rosari, D. (2020). Strategi Pengembangan Pasar Keramik Belawan Sebagai Daya Tarik Wisata Belanja di Kota Medan. *Tourism Scientific Journal*, 5(2), 172-182.
- [4] Darajat, M. N. A., Rahmafritria, F., & Wirakusuma, R. M. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko Bencana Tsunami dan Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Kembali Wisatawan ke Pantai Anyer Banten. *Tourism Scientific Journal*, 6(2), 281-290.
- [5] Dewantara, Y. F. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG DI UNION DELI GRAND INDONESIA. *Journal FAME: Journal Food and Beverage, Product and Services, Accomodation Industry, Entertainment Services*, 4(2).
- [6] Farachatus, S., Purna, S. P., Nyoman, I., Sudiadnyana, S. K. M., & Wayan, I. (2020). LITERATURE REVIEW: HUBUNGAN KEADAAN SANITASI LINGKUNGAN DENGAN KUALITAS MAKANAN DI KAWASAN TEMPAT WISATA.
- [7] Hampson, S. E., Andrews, J. A., Barckley, M., Lichtenstein, E., & Lee, M. E. (2006). Personality traits, perceived risk, and risk-reduction behaviors: a further study of smoking and radon. *Health Psychology*, 25(4), 530.
- [8] Harfania, F. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan, Experiential Marketing, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Restoran Ayam Geprek Sa'I Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 7(6), 581-591.
- [9] Labesi, S. C. (2019). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian Mobil Pajero pada PT. Makassar Mandiri Putra Utama. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(3).
- [10] Laela, E. (2021). Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Rumah Makan Ciganea Purwakarta. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 180-186.
- [11] Mangifera, L., Isa, M., & Wajdi, M. F. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pemilihan Kuliner di Kawasan Wisata Alam Kemuning. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 20(1).
- [12] Manurung, H. P., & Suriono, H. (2020, October). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Inovasi Dan Cita Rasa Makanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Danau Buatan Kelapa Gading Kisaran. In *Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu Universitas Asahan*.
- [13] Mawarsari, I. (2018). Pengaruh kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Olahan Buah Carica di Daerah Wonosobo. *Skripsi. Tidak diterbitkan. Fakultas Ekonomi. Universitas Sanata Dharma: Yogyakarta*.
- [14] Nafis, R. W. (2021). Inovasi, Kepercayaan, Dan Electronic Word Of Mouth Untuk Mendorong Minat Berkunjung Wisatawan Pantai Gemah Tulungagung. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 6(1), 129-137.
- [15] Niininen, O., & Riley, M. (2004). Towards the Conceptualization of Tourism Destination. *Consumer psychology of tourism, hospitality and leisure*, 3, 275.
- [16] Pilipus, R. R., Aransyah, M. F., & Bharata, W. (2021). Pengaruh WOM (Word Of Mouth), Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Thai Tea Pada Dum Dum Thai Drinks Samarinda. *JAMBURA: Jurnal*

- Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 61-72.
- [17] Putra, V. S. (2018). PENGARUH KUALITAS MAKANAN, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS LINGKUNGAN FISIK TERHADAP NIAT PERILAKU PEMBELIAN ULANG PELANGGAN (PADA PELANGGAN RESTORAN SOTO LAMONGAN CAK HAR DI SURABAYA). *JURNAL MANAJERIAL*, 4(2), 49-56.
- [18] SANTOSO, S. D. Y. Pengaruh Experiential Marketing dan Perceived Risk Terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Pantai Pulau Merah Banyuwangi di Era Pandemi Khusus Pengunjung Jawa Timur.
- [19] Tavitiyaman, P., & Qu, H. (2013). Destination image and behavior intention of travelers to Thailand: The moderating effect of perceived risk. *Journal of travel & tourism marketing*, 30(3), 169-185.
- [20] Ummah, S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Makanan Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Restoran Cepat Saji Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Niat Perilaku Beli Ulang Burger King Di Yogyakarta.