

JURNAL ILMIAH EKONOMI BISNIS

JOURNAL OF ECONOMIC AND BUSINESS

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: MALAYSIAN CORPORATE LEADERS' UNDERSTANDING Erick Balan, Mohammad Saeed	1
DETERMINAN PROFITABILITAS BANK BADAN USAHA MILIK NEGARA INDONESIA Budi Santoso	14
PENGARUH TRANSAKSI PERBANKAN ELEKTRONIK (ELECTRONIC BANKING) TERHADAP KINERJA KEUANGAN ENTITAS PUBLIK PERBANKAN Pradivta Alfatihah, B. Sundari	30
PENGARUH KOMPETENSI DAN KOMITMEN ORGANISASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA DINAS KESEHATAN KABUPATEN PURWAKARTA Salsabila, H. Cecep Hermana	41
ANALISIS FAKTOR EKSTERNAL YANG MEMENGARUHI NIAT PENGGUNAAN APLIKASI PENGIRIMAN MAKANAN PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SINGAPERBANGSA KARAWANG Kirana Novana, Aulia Fashanah Hadining, Rianita Puspa Sari	54
ANALISIS DETERMINAN FINANCIAL STATEMENT FRAUDULENT DENGAN MODEL BENEISH M-SCORE (STUDI PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2016-2018) Nadia Putri, Ira Phajar Lestari	69
DETERMINAN TRANSFER PRICING PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN Riska Evi Yanti, Caecilia Widi Pertiwi	86
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PEMBELIAN PADA TOKO ONLINE DI YOGYAKARTA Ristiyanti, Yuri Murdo	99

DEWAN REDAKSI JURNAL ILMIAH EKONOMI BISNIS

Penanggung Jawab

Prof. Dr. E.S. Margianti, S.E., M.M.
Prof. Suryadi Harmanto, SSi., M.M.S.I.
Drs. Agus Sumin, M.M.S.I.

Dewan Editor

Dr. Ir. Tety Elida Siregar, MM, Universitas Gunadarma
Prof. Dr. Kamaludin, SE., MM, Universitas Bengkulu
Prof. Dr. Ir. Budi Hermana, MM, Universitas Gunadarma
Toto Sugiharto, PhD, Universitas Gunadarma
Dr. Henny Medyawati, S.Kom., MM, Universitas Gunadarma

Reviewer

Prof. Dr. Irwan Adi Ekaputra, MM, Universitas Indonesia
Prof. Dr. Dra. Noermijati, MTM, Universitas Brawijaya
Prof. Dr. Djoko Setyadi, SE., M.Sc, Universitas Mulawarman
Prof. Armanu Thoyib, SE., M.Sc., Ph.D, Universitas Brawijaya
Prof. Dr. Dharma Tintri Ediraras, SE., AK., CA., MBA, Universitas Gunadarma
Prof. Dr. Haris Maupa, SE., M.Si, Universitas Hasanudin
Prof. Dr. Euphrasia Susy Suhendra, MSc, Universitas Gunadarma
Nurul Indarti, Silvilokonom, Cand Merc., Ph.D, Universitas Gadjah Mada
Dr. Endang Sulistya Rini, SE., M.Si, Universitas Sumatera Utara

Sekretariat Redaksi

Universitas Gunadarma
ekbis@gunadarma.ac.id
Jalan Margonda Raya No. 100 Depok 16424
Phone : (021) 78881112 ext 516.

JURNAL ILMIAH EKONOMI BISNIS

NOMOR 1, VOLUME 26, APRIL 2021

DAFTAR ISI

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: MALAYSIAN CORPORATE LEADERS' UNDERSTANDING Erick Balan, Mohammad Saeed	1
DETERMINAN PROFITABILITAS BANK BADAN USAHA MILIK NEGARA DI INDONESIA Budi Santoso	14
PENGARUH TRANSAKSI PERBANKAN ELEKTRONIK (<i>ELECTRONIC BANKING</i>) TERHADAP KINERJA KEUANGAN ENTITAS PUBLIK PERBANKAN Pradivta Alfatihah, B. Sundari	30
PENGARUH KOMPETENSI DAN KOMITMEN ORGANISASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA DINAS KESEHATAN KABUPATEN PURWAKARTA Salsabila, H. Cecep Hermana	41
ANALISIS FAKTOR EKSTERNAL YANG MEMENGARUHI NIAT PENGGUNAAN APLIKASI PENGIRIMAN MAKANAN PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SINGAPERBANGSA KARAWANG Kirana Novana, Aulia Fashanah Hadining, Rianita Puspa Sari	54
ANALISIS DETERMINAN <i>FINANCIAL STATEMENT FRAUDULENT</i> DENGAN MODEL <i>BENEISH M-SCORE</i> (STUDI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2016 – 2018) Nadia Putri, Ira Phajar Lestari	69
DETERMINAN <i>TRANSFER PRICING</i> PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN Riska Evi Yanti, Caecilia Widi Pratiwi	86
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO <i>ONLINE</i> DI YOGYAKARTA Ristiyanti, Yuri Murdo	99

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: MALAYSIAN CORPORATE LEADERS' UNDERSTANDING

¹Eric Balan, ²Mohammad Saeed

¹Graduate School of Business, Universiti Tun Abdul Razak,
50400, Kuala Lumpur, Malaysia

²Former Professor, Minot State University, North Dakota, USA

¹eric@unirazak.edu.my, ²saeed145@yahoo.com

Abstract

Corporate Social Responsibility commonly known as CSR has been defined by many world organizations and at present its definition has been practiced and adopted by corporations based on individual's belief and understanding. Every corporation has its own definition of CSR and what is deemed CSR has always been philanthropy, cause-related marketing, green, community outreach or piecemeal solution. This paper will examine the understanding of CSR between the current and future corporate leaders and to analyze the challenges of its applications and implications in Malaysia. Through interviews and surveys, we analyze how CSR is perceived and how the dynamics are influenced by the interest of a corporation itself. In this paper we hope to highlight that the future of CSR is in the hands of the younger generation as they take on the role of corporate leaders. The corporate leaders of today's economy will have a distinctive role in accompanying the younger generation into the arena of CSR to establish a foundation for the future of CSR in Malaysia that will take shape as a culture and identity. In conclusion, based on the Malaysian understanding of CSR, the authors suggest CSR approaches that will respond to the needs of communities in emerging economies.

Keywords: *corporate culture, corporate identity, corporate social responsibility, future leadership, Malaysian leaders'*

INTRODUCTION

November 2010, the long-awaited document from the International Organization for Standardization globally launched the ISO 26000 Standard – Guidance to Social Responsibility (Roger Frost, 2010). In that document, it does not define the purpose of being socially responsible but rather it emphasizes on concepts that governs the understanding of ISO 26000. It's simply impossible to put a clear definition of being socially rounded when human factors on rectitude of conduct (Shoghi Effendi, 1938), manner of approaches and clarity of vision are involved in the process of being and doing good. However, having an unclear and an undefined purpose to what social responsibility is will affect the manner social responsibility is being practice.

The International Organization for Standardization has assumed the role of governing the global standards for quality, environment, and management. It propounds the fact that standards are to be regulated and strictly adhered to ensure a shared global understanding and coherence among industries and corporate leaders (Standardization, 2011). A very distinct and clear vision has been set and implemented to see through global recognition. All these efforts for a global vision for standards bring about best practices and compliances. In the approach to maintain order globally, it should also include the vision that will shape and bring about a culture to be more socially responsible by considering human factors. The definition of social responsibility has been defined by

many world organizations and at present its definition has been practiced and adopted by corporations based on individual's belief and understanding. One key aspect of social responsibility is Corporate Social Responsibility. Malaysia has its own share of initiatives and in 2007 the Bursa conducted a survey to investigate the status of corporate social responsibility practices among Malaysia's Public Listed Companies. The findings revealed poor corporate social responsibility engagement by Malaysian corporations. On average, the surveyed demonstrated lack of knowledge and awareness of social responsibility. The overall findings indicated a greater need for corporations to improve their corporate social responsibility disclosure and enhance understanding of the key concepts. However, there are various concepts and definitions of (Berhad, 2007).

LITERATURE REVIEW

Specific to the subject matter of this paper, we reviewed the following documents, journals, blueprints, and articles to ensure coherence in content and methodology approaches. Based on the findings we are suggesting valuable insights and learning that will act as an addendum or to be considered in future documentations in the scope of social responsibility.

The international community has become familiar with certain documents that had the power to change the mindset of today's leaders. To a certain degree, these documents have left a level of perplexity in the implementation of the processes where the understanding has shifted from its original to what is deemed to be right. Among the documentations we reviewed that governed the global leaders to be socially responsible were Agenda 21 and ISO 26000. Three years prior to the launch of ISO 26000, in a press release in September of 2007 by the Malaysian Employer Federation, it stated that the document has adverse impact pertaining to the inbound-outbound investment advantages in Malaysia, which directly affects trade competitiveness. To link the ISO 26000 to trade and investment would be a concern for corporations operating in Malaysia. Businesses in Malaysia would see challenges and complexities should the principles and conventions of the document be ratified and be adopted as regulatory references. Adopting these proposed principles would then be the prerogative of the government and not by the employers. Social responsibility has a much wider capacity than just ordinary CSR projects. It necessitates the integration of social responsibility to issues in the operations of the companies. It is beyond the general philanthropy reach and it encompasses an integration of all, directly and indirectly, positively, or negatively impacted stakeholders (within and out of the companies) and the government. The ISO 26000 presents some far-reaching aftereffects, and it will impact the competitiveness of developing economies (Federation, 2007).

It is clear that the vision of the document has not reached its consensus of the people who are involved in the proceeding of the documents let alone the government agencies that are involved. How can we expect a unison and seamless vision of social responsibility be grasped by those implementing it when the authorities are struggling to manage adopting such policies? This will in fact impact the country's economy...how is this so? Does this mean that engaging in the broader spectrum of social responsibility will stifle productivity and revenue? If this is the case, then why embark on a global policy. Upon the launch of the ISO 26000, it was well accepted by Standards Malaysia but at its session and seminars of disseminating these new guidelines there were queries of its feasibility to adhere. How then can we prepare to be more responsible?

In support to our paper, we reviewed an article that was published in June of 2011. In this article, the authors touched on the vision, differences of opinion and preferences in being socially responsible. The perceptions of social responsibility are based upon our ethical consideration and understanding, which varies in individuals and companies. These perceptions are formed based on family upbringing, experiences, consciousness, background, education, religious belief, culture, and behavior of the individual and of those in close contacts. These factors are different for all and to all and it is often the that the differences become the source of conflict and ethical positions. Often enough that tolerance plays a pivotal role, and it does not seem as a problem, but when we are considering social responsibility there are many positions which are right or can be considered as right. One feature of social responsibility is conflicting expectations. But not all efforts of social responsibility are possible, and therefore we need to prioritize them, collectively. And a socially responsible environment must let us choose and must let us accept the choice of others. As choices are made and decided on it creates a nature of ethical dilemmas considering socially responsible behavior. It presents a question and a challenge on how to manage social responsibility responsibly and collectively (Crowthe, 2011).

As we embarked further, we are able to point out that an important element is always left out in documenting policies or standards. The element of the human spirit and conduct is nowhere seen in these documents where it should depict how humans are involved. The very basis of any standards and policies are carried out by human beings. This is indeed an essential dilemma regarding social responsibility. Human beings are the ones who make up an organization or corporations and if we are not empowered to take on this challenge then what is the fate of social responsibility in the future? For this paper we want to be able to answer what is the vision of corporate social responsibility in Malaysia, what is the understanding does Malaysians have towards corporate social responsibility and what is the future of corporate social responsibility. One key advantage that Malaysia has is its diversity in culture. Having said this, the human element has always been our identity for tolerance and harmony. There is no doubt that Malaysia can spearhead the understanding of corporate social responsibility and implement any policy from a human perspective rather than a dogmatic approach.

The Vision

For any venture embarked, planned, designed or implemented, it begins with a vision in mind. The vision would include queries on the purpose of such ventures, the approach involved, the activities that will take place and so forth to establish some direction and guidelines of seeing through the venture successfully. We have witnessed over the past thirty years a series of approaches to the growth of corporate social responsibility each suited to specific circumstances and Malaysia is no exception to these series.

One of the early pioneers of social good exercised was through a *partnership between Marriott Corporation and March of Dimes in 1976 deemed Cause-Related marketing* (Raines, 2011) as a way forward for businesses to make profits and at the same time become the champion of a cause. *Bruce Burtch who went on to become a national catalyst for cause marketing programs was credited when he coined "Doing Well by Doing Good"* (Salvesen, 2010). Such an approach of monetary assistance by corporations fulfilled the ideology of being responsible. We learn over the years that consumerism is the key to economic growth. Decades ago, the demands on consumer buying power were

low and distributorships and manufacturers were limited to a pool of those who have the capital expenditure. With a single sales channel, it's total monopoly of an industry and customer loyalty was guaranteed, hence the recipient of social good indulges into continues stream of funding. Now with demands rising and the sales channeled are diversified, customer loyalty is questionable. Cause-Related Marketing may not be at best as a means of being socially responsible. Monetary assistances are stifled due to high competitions among the industry giants and customers. Where does this leave the recipients of such approach of social good?

The second wave of social responsibility sprung in 1990's and it was a move from philanthropy to something more sustainable. The second wave preparation began in 1962 detailing on the understanding of "sustainable". The global community was learning to what extent and strategies were needed to be implemented for Social Responsibility to be sustainable. Agenda 21 was launched in 1992 by the United Nations as a standard understanding towards sustainable development. Although Agenda 21 was the outcome of the United Nations Conference on Environment and Development, it was a document depicted to improve the livelihood of humanity (Development, 1992). Once again, we are introduced to a new set of guidelines and directions but with no purpose. Agenda 21 did not detail out the core duties and purpose why and how the global community should embark on sustainable development. There was no vision of what it means to be sustainable and what sustainable development would mean in decades to come.

In 2000, a two decades ago, corporations and businesses witnessed a new wave, a latest in the series of approach towards social responsibility. Given the time it needs to mature and to settle in, the new economic models would then realize that progress, growth, and sustainability requires a pro-active role played by governments, companies, communities, and individuals in a process aimed at balancing economic prospects with environmental demands and social cohesion. With this fundamental shift of thought the issues of corporate social responsibility and social entrepreneurship would gain increased popularity, organically. Their emergence is from the same philosophy of the building blocks sustainability (Embaye, 2007).

The increase in younger generations hoisting the call for change and being in the forefront to promote and to become agents of social change is beginning to create a sense of identity and culture in the involvement of being responsible. Such an approach borne to the idea of giving back and making profits brought about the concept of Social Entrepreneur and it is catching on. We view social entrepreneurship broadly, as a process involving the innovative use and combination of resources to pursue opportunities to catalyze social change and/or address social needs. Having lived through a series of economic crisis many young people are bending against corporate employment to pursue what is best for them, making profits and being socially responsible. Young Malaysian are now getting themselves involved with such to bring about societal transformation but at the stage of infancy, social entrepreneurs are in need of a push or support to amplify its needs to different communities and different needs as reported in the Star Newspaper (MAHALINGAM, 2010). Through social media sites and with the power of technology, very often we hear calls for donations to support the work which is being carried out. A fraction of that donation is used to support their own livelihood and the majority of the funds go to the work that they embark on with communities around the world. A good example of this is Water.org.

Inevitably, any manner of approach taken is building towards the development of an ever-advancing civilization. What we need to note is the vision of being socially

responsible collectively. If we leave the standards to be defined and governed by any authority of our choosing, then the vision from the top should trickle down to the grassroots who are continuously laboring in the arena of social responsibility. What needs to be cleared is that the human heart is involved, and authoritative commands and rigid methodology will not help in the progress of being responsible. Vision is accompanied with empowerment. We are in a race to save humanity and it starts with a vision of shared understanding.

RESEARCH METHOD

The Malaysian Understanding

A qualitative and quantitative research method was taken, and this allowed us to get close to leaders and students to comprehend their realities and to generate a more rounded understanding of social responsibility by their perspectives. Interviews were arranged and questionnaires distributed for data collection. The interviews involved asking open ended questions and emotional inquisitions wherever necessary to obtain data and information deemed to be useful in grounding a crisp understanding of social responsibility. This presented flexibility to follow different paths opened by the respondent's answers, and the interaction between the interviewer and interviewee stimulated ideas and associations thus creating a dynamic process of reflection. The results were surprising. The large disparity in understanding and implementing are questionable to the future of social responsibility in Malaysia.

The corporations of Malaysia, from the telecommunications giants, to the financial institutions of the country to the anchors of food and beverages are all involved in Corporate Social Responsibility in their own respective ways. We may not hear about it as loud as their products and services are advertised but it's there. How effectively the manner carried out is documented in their yearly report. Each industry organization has their mind set to what they perceive to be socially good. Malaysian corporations have and are still actively involved in philanthropy, one-off piecemeal solutions, yearly workshops, event bazaars to raise consciousness, cause-related and are in the process of finding out about sustainability. The current leaders of Malaysia's economy are spearheading to the best of their ability to ensure that Corporate Social Responsibility is in every agenda of business ventures. The level of depth differs from the individuals' enthusiasm for championing social responsibility in gaining the corporation support. In a keynote address by the Chairman of the Securities Commission made it apparent that capitalism and altruism were seen and are still seen as two separate pursuits. The business world embraces and thrives on the idea of 'self-interest' but delegates 'sympathy' for others to labour (Anwar, 2006). When businesses show concern for societal development as part of its social obligation, it bows under external pressures to demonstrate their social responsibility engagement first. In recent years, there have been a shift from social responsibility obligation to social responsibility strategy. Many corporations continue their commitments and efforts to substantially portion off company's profits and individual's net worth for a global corporate philanthropy cause. More and more companies are moving beyond mere philanthropy and are integrating corporate social responsibility into their core business strategy and practice.

RESULTS AND DISCUSSION

Current Corporate Leaders' Understanding

For this paper, we carried out interviews and survey to various corporate leaders and judging from their response, we are quite pleased with the outcome. Potential corporate leaders who are in the middle management were also targeted and their feedback was quite daunting. It goes to show how far along does the corporations' identity and culture of corporate social responsibility is shared and is it trickled down to each and every employee?

We began our survey and interview by asking what Corporate Social Responsibility means to them and in the context of their organization. We wanted to establish a foundation of an understanding that we could constantly refer to in answering other queries. By this way, it will build on a framework that will guide and shape the current approach and understanding on the organization. We tend to agree that in the current movement of corporate social responsibility, branding, profit, and reputation are considered to be factors why corporations are involve in social responsibility. We asked if corporate social responsibility has a direct or indirect correlation to an organizations production or profit. Here, the answer will determine the direction and vision of the corporation who are involved and being socially responsible. We pursued further to seek how much importance and empowerment does employees have in an organization and what are employee's role in this respect. In the matter of stakeholders' engagement, we asked how they are involved and what their influence in a corporation endeavour to be socially responsibility are. Finally, we ask if organizations and employees are for or against legislation making it compulsory for organizations to participate in corporate social responsibility endeavours.

Questions as such may seem to be simple to answer and answers are usually posted based on individuals feeling or believes around the organizations mission and vision statement but having asked what social responsibility really mean to the individual have now become something personal and those answering draws into their conscious mind and reveal their raw personality because a question as such touches on the individual perception which in turn raises and gives a sense of empowerment that comes through as answers are uttered. It is really interesting to observe that current leaders have a strong drive to be more socially responsible, but organizations direction and movement stifles such growth. As individuals they are passionate to give back but as a whole or as a community of professional profit driven instruments, they are bounded by the rules of the game. Stakeholders who are involved in the directions of organizations corporate social responsibility endeavours are also staggered to contribute and to be of service. The complexity lies in the decision that takes place in the boardroom. What is actually stopping this? What is the motivation to digress away from being socially good? Why as individuals they are passionate about the subject but as a union of great minds, why do they stray? Is the vision clear? Is everyone empowered to take the change to a greater level? From an employee's perspective, it is evident that they are left unknown to such endeavours and in the marketplace and the community social responsibility has become the responsibility of the corporate communication department of an organization. In 2006, Bursa Malaysia in a statement to the Malaysian Public Listed Companies mentioned that everything that the company does for its staff's wellbeing needs to be socially responsible, be it basic employee rights, gender issues, promotions, workload, etc. A quality work environment with health and safety are utmost natural and are obvious considerations, is

the way in inculcating in employees the values which businesses holds dear to (Malaysia, 2006). This is not the case when organizations are manufactured to generate revenue and employees are caught in the rut of clients to produce for profit. How are such organizations complying to what Bursa Malaysia wishes to achieve?

By nature, individuals make up a community and the higher nature of a human being is to show forth attributes of goodness but somehow being professional bring out the lower nature of human beings to be competitive and greed and we show little emphasis when dealing with other human being. The motivation of business deals in nature is to seek gain be it morally depraved or morally noble. When we post the question if organizations and employees are for or against legislation making it compulsory for organizations to participate in corporate social responsibility endeavours most of the answers were against for simply and practically adopting the theorem of capitalism. To our surprise this question was answered by those middle management and not C Level management. We analysed and made a guesstimate that the vision and language used is different from each strata level of an organization when it comes to being socially responsible. We fall back to Maslow Hierarchy of Needs and found that middle or senior management resides on the fourth level of the hierarchy which is the Esteem level. The motivation here is to compete, to be the best, to be recognized, to be respected and to achieve greatness all for the motivation to climb the corporate ladder. Most C Level management who has achieve what is there to achieve are now being more sensitive towards being socially responsible and are therefore in support to legislation making corporate social responsibility compulsory.

When there is a mix feeling in approaches how then will the vision and thoughts be aligned to the purpose of what corporate social responsibility means. In order to sustain, C Level management has more than what it takes to do to ensure that this vision is shared to all and is being implemented for the sole purpose for the future of the organization. Here, one end of the spectrum has its issues to resolve on the understanding, the applications, and the implication of Corporate Social Responsibility. What is then the fate of the future leader?

Future Corporate Leaders Understanding

With students, we asked knowledge-based questions to gauge their understanding of the subject and to see if they have a sense of giving. Across all fields of study, we asked if they have heard about Corporate Social Responsibility. From a sample size of 100 students, 60% never heard of the term but when explained to them, they immediately understood the concept. This raised an alarm of how “Corporate Social Responsibility” will be termed in the future? Interestingly, 2 out of the 100 said that the term “CSR” is not proper and should be changed to something more people friendly, since its people driven and people diversity. The term “CSR” carries a connotation of segregation of those who leads in an organization to those operating the organization and of those who are end-of-the-line of the organization. The 2 shared sentiments that corporate social responsibility has now become organization-centric rather than people-centric. Here the focus is on branding, profit, and reputation. We continue asking if the topic on corporate social responsibility is being taught or touched in any of their subjects and if they knew whether their chosen higher institute of learning is involved in being socially responsible. We pressed on by asking if they have strong desire towards being socially responsible and the role as student can play. From a commercial perspective, we asked them to name three organization that they know of who are actively involved in corporate

social responsibility and what are their insights to the current practices of corporate social responsibility. Our final question is to see if they, now as students who are to become future leaders, would adopt and practice the approaches of corporate social responsibility in the future.

From our interviews and questionnaires to students, 40% have heard about corporate social responsibility but may not comprehend the full extent of its concept. 10 students or 4% of the lot associate's corporate social responsibility to charity. They are baffled to the factors of social responsibility in the marketplace, workplace, community, and the environment. When questioned, is corporate social responsibility made part of a subject, to our disbelief it was not. The subject is talked about when the tutor is willing to explain out of the context of the syllabus where else it is not obligated to make mention of it. We know that higher institutions of learning to a certain extent are involved in socially responsible activities but from the students' perspective it is not made apparent or to deem such activities as corporate social responsibility. Our question is, what are students learning about Corporate Social Responsibility in order to be aligned to what is wished by Bursa Malaysia? If they are to be the future corporate leaders and with poor understanding of its concepts, then what is the faith and the future of Corporate Social Responsibility in Malaysia? Where are we heading with future leaders who have no sense of purpose and vision to be socially responsible? All 100 students responded that they would want to learn more about corporate social responsibility. Having the lack of knowledge in the subject subjugates them from being empowered to render an important role in the transformation of being socially responsibility. 80% of the total could not response to the question on the current practises of corporate social responsibility as they are unaware.

Culturally, Malaysians are ethical judging from the upbringing, family integrity and spirituality believes. We have seen evidence of breach and depravity in business dealings and it is being sensationalized by the media. Instead of condemning the act, we tend to condemn the person who commits the act. How has the media shown to be socially responsible is this? Due to the inadequate publicity of social responsibility activities, when asked students to name organizations that they know of who are actively involved in corporate social responsibility, it is only the major conglomerates are named – from telecommunication, airlines, healthcare, food and beverage and media. The examples given are commercial bound projects that are profit driven, piecemeal solutions, branding, charity, and cause-related marketing. These are what students know as Corporate Social Responsibility. A direct interpretation of corporate social responsibility is “corporation doing something good for society”. It is not a wrong interpretation, but it is not complete. The frustration is when charity is equated to corporate social responsibility. How do we intend to change the mind-sets of future leaders to be more aware and to be inclined with this societal transformation where corporations contradicting their endeavours? How are the current leaders accompanying the future leaders to shape the understanding of what is deemed to be socially responsible?

Clearly, this end of the spectrum has its challenges and is in need of a resolution to ensure a sustainable approach towards socially responsible. No doubt our sample size for this research is small but it is enough to make an inference to raise an alert and to assume the role corporate social responsibility will play in the future. Leaving it to chance that current and future corporate leader will be ethical individually as well as professionally is questionable when factors of their surroundings will shape and alter their perspective of what is to be socially responsible.

CONCLUSION AND SUGGESTION

This study has addressed concerns on the purpose, vision, clarity of thought, the manner of approach, the understanding, the application, and the implication of Corporate Social Responsibility. Over the course of our research, we found a grey area where aspects of corporate social responsibility are not dwelled upon due to the inadequate knowledge of the area and the limited number of expertise who can share concepts to and from all levels of an organization. With both ends of the spectrum dealing with issues of vision and knowledge in the subject, there is no balance, and the problem perpetuates and takes on its own ecology that creates apathy and raises the insistent self within us. We now know that the vision and purpose of being socially responsible is not shared to all in the corporate world, the foundation of a sound understanding in tertiary education is not established, the dynamics to be socially good is being tested and the approaches in social responsibility activities are not sustainable. We learnt from our research that the language used to describe what is Corporate Social Responsibility differs from the source, the one adopting, the one practicing and the one receiving.

Through our recommendations to the subject on Corporate Social Responsibility, we hope that Malaysia can balance out the spectrum of a shared understanding and spearhead in establishing a framework that includes the aspect of spirituality in order to be socially good and socially responsible. Nothing was mentioned in the documents of ISO 26000 from the International Organization of Standardization, Agenda 21 or in other documents depicting social transformation incorporating spirituality into the framework. Malaysia has the advantage to do so from its extensive and diverse background, a country that understands tolerance and reciprocity to become an example to the region and Asia as a leader in Corporate Social Responsibility.

To ensure sustainability and the future of Malaysian businesses ethical approaches, what is needed is a system that bridges the gap between corporations' vision and students' knowledge that will inculcate empowerment and accountability in individuals that will create a balanced business ecosystem. A key element is spirituality that governs our conscious to act and react responsibly. Our recommendation includes the three protagonists of social responsibility, the individual, the community and the institution. We will reflect on the implication that drives us as Malaysian to be socially responsible, the elements that shape our understanding and approaches and elements that sustain a corporate social responsibility endeavour.

Recommendations

The development and advancement of culture and identity goes beyond the individual and the professional believes in becoming socially responsible. The advancement of such a culture is marked by the rise in capacity to think in terms of a process in becoming and in executing social responsibilities. The preceding sections of the paper we included aspects of spirituality that shapes our mind and actions to be aligned with the vision that we have set as Malaysian in becoming the bearers of social wellbeing and justice. From the outset, those involved and those attempting to be involved in Corporate Social Responsibility outreach are asked to be conscious of the broad processes that defines their work. However, in an environment focused increasingly on the promotion of events or projects, with a mind-set that derive satisfaction from the sense of expectation and excitement it generates, maintaining a level of dedication required for long term action demands considerable effort. Corporate Social Responsibility should be viewed in terms

of two large processes, Expansion and Consolidation. The expansion and consolidation of corporate social responsibility encompasses a number of interacting processes, each of which contributes its share in the movement of people towards a single vision.

The lines of action associated with any given process provides for the organization of occasional events, and from time to time, activities take the shape of a project with a clear beginning and a definite end. If, however, events are imposed on the natural unfoldment of a process, they will disrupt its sound evolution. If the projects undertaken in an organization are not made subordinate to the explicit needs of the processes unfolding there, they will yield little fruit. The nature of the interacting processes is vital to the successful execution of the ideology of Corporate Social Responsibility. In our efforts to further such understanding, every level of organizations is encouraged to bear in mind a concept that lies at the foundation of the current global effort in social responsibility. At the very heart of every stage of the process, progress is achieved through the development of the three protagonists, – the individual, the community, and the institution. Interactions among these three have been fraught with difficulties at every turn, with the individual clamouring for freedom, the community claiming precedence, and the institution demanding submission. The relationship that is binding these three is undergoing a profound transformation, bringing into the realm of existence a civilization of building powers which can only be released through conformity of a clear understanding. At a fundamental level, these relationships are characterized by cooperation and reciprocity (Justice, 2010).

a. Corporate Social Responsibility – A continuous educational process

The key factor is people and social responsibility is people orientated. The three protagonists are made up of people. The current practise and the future of corporate social responsibility will depend on people and their understanding of the approaches that need to be taken to ensure business dealings are ethical and spiritual in nature. Corporate Social Responsibility is not about how much an organization can make from society but rather what values can an organization bring to society to make a change. It is never about the money. It is about the human spirit.

To have this vision and culture that defines our identity, we should understand why we are embarking in becoming socially responsible, how it applies to ones live and the lives of the people surrounding us and the implications that reflects ones being and doing of social consciousness as Malaysians. An educational process of such can only begin and be acquired from the grassroots of our spiritual embodiment and cultural upbringing. Morally guided and conscious to what we are doing through constant consultation, action, and reflection to be free and released of the insistent self.

In any form of development or social endeavour that involves the human heart, our focus, sincerity, and motivation are key elements that will build upon or wreck the identity of responsibility. We believe that the involvement of any social responsibility aspect needs to address Five Factors of Development (STATES, 2005); Consultation, Participatory Learning, Organic Growth, Moral Development and Unity, Equity and Justice. Be it the workplace, marketplace, community and environment, these Five Factors of Development serve as the guiding principles in all business dealings and social responsibility endeavour.

Consultation

A process of collective decision making and action, devoid of adversarial posturing while dispassionate and democratic in spirit, is an indispensable feature of every corporate social responsibility undertaking.

Participatory Learning

Promoting collective learning and organizational capacity-building ensures the sustainability of social responsibility projects.

Organic Growth

Successful social initiatives best begin with simple actions at the local community level that gradually grows in complexity.

Moral Development

Creating moral awareness and moral responsibility is a prerequisite to enlightened and just action.

Unity, Equity and Justice

True social advancement is made possible when every member of society can trust that they are protected by standards and assured of benefits that apply equally to all. The realization of justice is dependent upon participation by all social actors.

b. Corporate Social Responsibility – Concepts, Attitudes and Abilities

We would like to end this paper with a reflection of ourselves that governs our approach towards corporate social responsibility. Let us begin by examining the concepts of motivation. Practitioners of social responsibility are questionable if the motivation is not at the right place. How to maintain a high level of enthusiasm in an organization will be often questioned. We will face with challenges to motivate all levels in an organization to be fully involved in being socially responsible. Based on our research findings, we anticipate organizations top priority is to create the drive and enthusiasm in employees to become part of an organization's Corporate Social Responsibility. As an initial step, we may divide factors to motivate people into two categories: transitory and permanent. It is either to excite people momentarily or to generate motivation with roots deep in a person's heart.

The zeal and vigour with which we approach our duties will help motivate an organization ideology which will shape the identity of the organization practice of corporate social responsibility. The enthusiasm of an organization is not to be understood as mere excitement and superficial emotions. It is a natural expression of inner joy, a joy that is the quality of one's soul and not the result of passing circumstances. As organizations strive to assist each other in becoming socially responsible they will become increasingly convinced that understanding is in itself the greatest of all motivation. There is a longing in every human heart for meaning, there is a natural craving for knowledge and education alone can address these longings. An organizations ability to assess understanding will require a continual development of attributes of sensitivity, detachment, and generosity to draw on the powers of perception and intuition. The environment that an organization creates is vital. A force of attraction is generated within an organization of those who are working together in any socially responsible endeavour or ethical business dealings. What is utmost important is our own attitude towards the subject of social responsibility is another factor that will contribute to the atmosphere of the organization. Behaviour can be beautiful and can therefore have the power to attract. There is a beauty in respect for others.

Social Responsibility is a lifelong educational process. The expansion and consolidation of business dealing, or social endeavours will be defined by our manner and method of approach. Whatever fancy name that it is called, social responsibility is all about good moral portrayal and what it is to be a human being. The understanding of Corporate Social Responsibility between the current and future corporate leaders in Malaysia will depend on how strong our identity and culture as Malaysian is. It is the duty of the current leaders of today's Malaysian economy to have a change in mindset and to accompany and orientate the future leaders of Malaysia.

BIBLIOGRAPHY

- Anwar, K. A. (2006, October 17). Corporate Social Responsibility – Infusing New Spirit into the Business World. Kuala Lumpur, Selangor Darul Ehsan, Malaysia.
- Berhad, B. M. (2007). *Status Report - Corporate Social Responsibility in Malaysian PLCs*. Kuala Lumpur: Bursa Malaysia Berhad.
- Crowthe, S. S. (2011, June). *Anticipating social responsibility*. Retrieved from What does social responsibility mean to you?: <http://thesro.org/wp-content/uploads/2011/06/Anticipating-social-responsibility.pdf>
- Development, U. N. (1992). *Agenda 21*. Rio de Janeiro: United Nations Conference on Environment & Development.
- Effendi, S. (1938). The Advent of Divine Justice. In S. Effendi, *The Advent of Divine Justice* (p. 22). Wilmette, Illinois, USA: Bahá'í Publishing Trust.
- Embaye, A. (2007). Nurturing Social Entrepreneurship through . *ICCA CSR Briefing Notes*, 1-2.
- Federation, M. E. (2007, September 21). *ISO 26000 impact on Malaysian economy*. Retrieved from Press Release: http://www.mef.org.my/Att_PressRelease/PR070921.PDF
- Institute, T. R. (1996, 3 18). *Noble Creation*. Retrieved from The Baha'i Computer and Communications Association: <http://www.bcca.org/services/lists/noble-creation/ruhi.html>
- Justice, T. U. (2010, 12 28). Conference of the Continental Boards of Counsellors. p. 15.
- Mahalingam, E. (2010, November 6). *The Star Online*. Retrieved from Push needed for social entrepreneurship: <http://biz.thestar.com.my/news/story.asp?file=/2010/11/6/business/7372284>
- Malaysia, B. (2006). *Corporate Social Responsibility (CSR) Framework For Malaysian Public Listed Companies*. Retrieved from KLSE CSR Writeup: http://www.klse.com.my/website/bm/about_us/the_organisation/csr/downloads/csr_writeup.pdf
- Raines, L. (2011, July 13). *Atlanta Journal Constitution*. Retrieved from More companies match marketing, good cause: <http://www.ajc.com/business/more-companies-match-marketing-1014311.html>

- Roger Frost. (2010, November 2). *ISO 26000 Social Responsibility launch event*. Retrieved August 16, 2011, from ISO launches ISO 26000 guidance standard on social responsibility: <http://www.iso.org/sites/iso26000launch/index.html>
- Salvesen, A. (2010, February 28). *The Cause Marketing Catalyst*. Retrieved from Philanthro Post: <http://philanthropost.wordpress.com/2010/02/>
- Shoghi Effendi. (1938). *The Advent of Divine Justice*. Wilmette, Illinois, USA: Bahá'í Publishing Trust.
- Standardization, I. O. (2011). *Discover ISO*. Retrieved from Why Standards Matter: http://www.iso.org/iso/about/discover-iso_why-standards-matter.htm
- States, T. N. (2005). In Service to the Common Good. *Bahá'í Youth in Their Own Words*, 6.x. (677o).

DETERMINAN PROFITABILITAS BANK BADAN USAHA MILIK NEGARA DI INDONESIA

Budi Santoso
Magister Manajemen, Universitas Gunadarma
Jl. Margonda Raya No. 100, Depok 16424, Jawa Barat
budisantoso2101@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kinerja profitabilitas pada bank Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dengan menggunakan Capital Adequacy Ratio (CAR), Loan to Deposit Ratio (LDR), Biaya Operasional Pendapatan Operasional (BOPO), Net Interest Margin (NIM) dan Non Performing Loan (NPL) terhadap profitabilitas bank (ROA). Penelitian ini menggunakan 4 bank BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2019. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini menggunakan regresi data panel dengan data tahunan. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa CAR, BOPO dan NPL berpengaruh negatif terhadap profitabilitas bank. NIM berpengaruh positif terhadap profitabilitas bank, sedangkan LDR tidak berpengaruh terhadap profitabilitas bank. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa semua CAR, LDR, BOPO, NIM dan NPL berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas bank.

Kata kunci : Profitabilitas, LDR, CAR, BOPO, NIM, NPL

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of profitability performance on State-Owned Enterprises (BUMN) banks using Capital Adequacy Ratio (CAR), Loan to Deposit Ratio (LDR), Operating Costs Operational Income (BOPO), Net Interest Margin (NIM). and Non-Performing Loans (NPL) on bank profitability (ROA). This study uses 4 state-owned banks listed on the Indonesia Stock Exchange in 2010-2019. The research method used is descriptive method with a quantitative approach. In this study using panel data regression with annual data. The results of the study partially show that CAR, BOPO and NPL have a negative effect on bank profitability. NIM has a positive effect on bank profitability, while LDR has no effect on bank profitability. The results of the research simultaneously show that all CAR, LDR, OEOI, NIM and NPL have a significant effect on bank profitability.

Keywords : Profitability, CAR, LDR, BOPO, NIM, NPL

PENDAHULUAN

Keberadaan perbankan memegang peranan yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat. Oleh karena itu, bank harus mampu menjadi motor penggerak perekonomian dengan cara meningkatkan kinerja bank secara baik. Sufian dan Chong (2008) menunjukkan bahwa tingkat kinerja industri perbankan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Tingkat kinerja suatu bank dapat diukur dari tingkat profitabilitasnya. Menurut Gitman dan Zutter (2012), Kumbirai dan Web (2010), Hanafi dan Halim (2016) dan Kasmir (2016) profitabilitas digunakan untuk menilai sejauh mana bank dapat secara efektif dan efisien menghasilkan laba atau keuntungan. Jika bank mampu

mempertahankan kinerjanya dengan baik, apalagi profitabilitasnya tinggi kemungkinan besar dana yang dihimpun dari pihak ketiga juga akan bertambah. Profitabilitas merupakan kunci utama untuk mendukung stabilitas dan perkembangan bank. Tingkat perkembangan kinerja suatu bank yang semakin membaik dan berkembang, akan berdampak besar pada profitabilitas bank. Dapat terlihat jelas bahwa sektor perbankan menguntungkan dalam kondisi yang baik dan mampu menahan semua guncangan negatif dan dapat memberikan kontribusi pada stabilitas sistem keuangan (Athanasoglou et al., 2008). Untuk itu, bank umum atau bank konvensional harus siap memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara.

Mempelajari profitabilitas bank Badan Usaha Milik Negara (BUMN), merupakan pilihan tepat, karena pengembangan bank milik negara menjadi pilihan utama masyarakat Indonesia. Dari sisi faktor internal, bank-bank BUMN lebih tangguh dalam menghadapi krisis dan memiliki sistem yang canggih untuk mengamankan dana nasabah yang disimpan karena dijamin oleh negara. Sementara dari sisi faktor eksternal, bank-bank BUMN memiliki aset lebih banyak dibandingkan bank umum lainnya, memiliki banyak cabang di seluruh wilayah dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank-bank tersebut sangat baik dan bersahabat.

Tabel 1. Perkembangan Bank BUMN Tahun 2010-2019

Rasio	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ROA	3,17	3,32	3,39	3,46	3,23	2,90	2,56	2,72	2,74	2,27
CAR	15,62	15,74	16,70	15,66	16,44	18,91	20,99	20,53	19,71	20,25
LDR	79,80	80,20	83,98	90,31	90,09	92,62	91,56	90,83	94,42	96,90
BOPO	73,92	72,06	68,90	68,08	72,33	74,17	76,43	73,49	72,65	77,21
NIM	6,98	6,67	6,44	6,45	6,28	6,26	6,36	5,95	5,65	5,17
NPL	1,26	0,90	1,15	1,07	1,00	1,21	1,19	1,08	1,07	1,52

Sumber: *Indonesia Stock Exchange*, 2020

Tabel 1. menunjukkan data berupa tingkat perkembangan bank-bank BUMN selama periode 2010-2019. Rata-rata pengembalian aset bank-bank BUMN menurun dari tahun 2010 hingga 2019, dan rasio pengembalian aset tertinggi pada tahun 2013 adalah 3,46% yang menunjukkan bahwa bank tersebut sangat baik dalam memperoleh keuntungan atau laba. Kecukupan modal bank BUMN pada CAR rata-rata mengalami peningkatan dari tahun 2010-2019 yang menunjukkan bahwa bank tersebut sangat baik dan sehat. Dari sisi likuiditas, kinerja rasio keuangan LDR yang mengalami peningkatan dari tahun 2010-2019 menunjukkan bahwa bank-bank BUMN cukup baik dari sisi likuiditas. Rasio keuangan BOPO tidak mengalami peningkatan ataupun penurunan yang signifikan, penurunan terendah pada tahun 2013 sebesar 68,08% yang menunjukkan bahwa rata-rata BOPO dalam penelitian ini sangat baik. Pendapatan bunga bersih dengan rasio rata-rata NIM mengalami penurunan yang tidak signifikan sehingga bank BUMN dinilai masih sangat baik. Dan yang terakhir adalah rasio keuangan kredit bermasalah atau kredit macet dari tahun 2010-2019, dengan rata-rata rasio NPL (*net*) yang diambil yaitu tidak mengalami kenaikan atau penurunan yang signifikan yang menunjukkan bahwa rata-rata bank-bank BUMN sangat baik dalam mengatur kredit bermasalah atau kredit macet.

Seiring dengan membaiknya kinerja bank dari tahun ke tahun, tentunya hal ini akan berdampak pada kesehatan keuangan bank-bank BUMN itu sendiri. Menurut Hardiyanti (2012) tingkat kinerja suatu bank yang dapat mempengaruhi profitabilitas

yaitu CAR, NPL dan LDR. Menurut Stiawan (2009), tingkat pengembalian aset (ROA) sangat penting bagi bank karena Bank Indonesia (BI) mengutamakan profitabilitas bank dengan menggunakan aset yang dimiliki oleh bank (dibiayai dari tabungan masyarakat dan modal sendiri). Menurut penelitian Sutrisno (2018) tentang CAR, NIM memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap ROA. BOPO memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap ROA. NPL dan LDR tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ROA. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Wicaksono (2016) CAR, LDR dan NPL tidak memiliki pengaruh terhadap ROA, sedangkan BOPO memiliki pengaruh yang signifikan negatif terhadap ROA. Selanjutnya pada penelitian yang dilakukan oleh Pinasti dan Mustikawati (2018) menunjukkan bahwa variabel CAR, BOPO dan LDR tidak memiliki pengaruh yang signifikan negatif terhadap profitabilitas (ROA), dan NPL tidak memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap profitabilitas (ROA), NIM memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap profitabilitas (ROA).

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dan perkembangan bank BUMN, diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai indikator-indikator yang mempengaruhi profitabilitas bank yang dapat dilihat dari sisi internal. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh profitabilitas bank-bank BUMN dengan menggunakan variabel CAR, LDR, BOPO, NIM dan NPL terhadap profitabilitas pada bank BUMN yang terdaftar di BEI. Penelitian ini mengadopsi penelitian Javaid, Anwar, Khalid, & Gafoor (2011), Hayati dan Musdholifah (2014) yang menguji determinan profitabilitas bank ditinjau dari faktor internal. Determinan internal digunakan untuk menentukan profitabilitas bank yang lebih spesifik ditinjau dari faktor mikro.

KERANGKA TEORI

Menurut Ongore (2013) ROA merupakan rasio yang menunjukkan profitabilitas suatu bank. Menurut Davydenko (2011) dan Khrawish (2011) ROA digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen bank dalam menghasilkan pendapatan dari aset yang dimilikinya. Kemampuan bank untuk menghasilkan keuntungan yang tinggi akan dapat menarik investor dalam dan luar negeri untuk berinvestasi atau menanamkan modalnya di bank, begitu pula sebaliknya jika kemampuan bank untuk menghasilkan keuntungan rendah maka akan menyebabkan investor menarik sejumlah dana yang sudah disalurkan atau diinvestasikan. Dalam penelitian Husnan (2004), jika variabel ROA semakin meningkat maka profitabilitas perusahaan atau bank juga akan semakin meningkat, sehingga hal ini akan berdampak pada profitabilitas yang dapat dimanfaatkan oleh investor atau pemegang saham dalam perusahaan atau bank. Sedangkan menurut Wen (2010) semakin tinggi ROA maka semakin besar pula tingkat keuntungan yang diraih bank dan semakin baik posisi bank dalam hal penggunaan asset dan semakin tinggi ROA maka semakin efektif dan efisien dalam menggunakan sumber daya yang dimiliki bank.

Pada dasarnya, kemampuan keuangan bank yang paling penting adalah memiliki modal yang cukup untuk membayar kembali uang tunai dalam pembiayaan yang dikeluarkan. Menurut Dendawijawa (2009) rasio kecukupan modal adalah rasio yang menunjukkan jumlah total aset yang dimiliki bank yang mengandung faktor risiko seperti kredit, surat berharga, tagihan dan investasi yang semuanya dibayar oleh modal bank, selain dana yang diperoleh dari luar bank. Menurut Kuncoro dan Suhardjono (2011), CAR merupakan rasio kecukupan modal yang menunjukkan kemampuan bank dalam memelihara permodalan dan menunjukkan kemampuan manajemen bank untuk mengidentifikasi, mengukur, mengawasi, dan mengedalikan risiko yang timbul dan mem-

pengaruhi besarnya modal bank. Menurut Petria et al. (2015) kecukupan modal bank menunjukkan bahwa semakin tinggi rasio kecukupan modal, semakin baik atau sehat bank tersebut. Menurut hasil penelitian Setiawan (2017), Soares dan Yunanto (2018) menyatakan bahwa variabel CAR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA. Namun, pada penelitian Rahmat, Arfan dan Musnadi (2014), Haryanto (2016), Hayati dan Musdholifah (2014) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara CAR terhadap ROA. Hasil dari penelitian lainnya dikemukakan oleh Irman dan Wulansari (2016) CAR dapat berpengaruh negatif terhadap ROA. Menurut hasil penelitian Sutrisno (2018) CAR berpengaruh positif terhadap ROA.

H1 : *Capital Adequacy Ratio* (CAR) berpengaruh terhadap profitabilitas bank (ROA)

LDR adalah sejauh mana kemampuan bank untuk melunasi pembayaran deposan dengan mengandalkan pinjaman yang diberikan sebagai sumber likuiditas. Diadaptasi dari penelitian Pinasti dan Mustikawati (2018), LDR merupakan indikator yang mengukur tingkat kemampuan bank dalam membayar hutangnya dan mengembalikannya kepada deposan sehingga pengajuan berbagai pinjaman yang kompleks dapat terpenuhi. Menurut Faisal (2007) tingkat likuiditas yang rendah akan menghasilkan profitabilitas yang tinggi. Dalam hal ini, karena jumlah yang dibutuhkan untuk membiayai pinjaman akan semakin besar. Penelitian Rahmat et.al (2014) dan Setiawan (2017) menunjukkan bahwa LDR berpengaruh signifikan positif terhadap ROA. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Soares dan Yunanto (2018) menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan negatif antara LDR terhadap ROA. Selain itu, menurut Kusmayadi (2018), Stevani dan Sudirgo (2019) variabel LDR tidak berpengaruh terhadap ROA. Menurut penelitian Sutrisno (2018) LDR tidak berpengaruh signifikan negatif terhadap ROA. Penelitian Hayati dan Musdholifah (2014) menunjukkan LDR terbukti tidak berpengaruh terhadap profitabilitas perbankan (ROA).

H2 : *Loan to Deposit Ratio* (LDR) berpengaruh terhadap profitabilitas bank (ROA)

Rasio BOPO digunakan untuk mengetahui tingkat keberhasilan bank didasarkan pada penilaian kuantitatif terhadap profitabilitas. Menurut penelitian Sastroswito dan Suzuki (2011) rasio BOPO merupakan salah satu indikator kemampuan manajemen dalam mengendalikan biaya dan berhubungan negatif dengan laba, sehingga diharapkan perbaikan manajemen biaya dapat meningkatkan efisiensi dan laba bank. Menurut Dendawijaya (2009), Petria et al. (2015) kenaikan biaya operasional menyebabkan penurunan laba sebelum pajak, sehingga menurunnya profitabilitas bank. Jika biaya bunga jauh lebih rendah maka pendapatan bank akan lebih baik, namun untuk mendapatkan biaya bunga sekecil itu maka bank perlu dengan cermat memilih pihak ketiga. Hasil penelitian Darmansyah (2015), Harun (2016), Hayati dan Musdholifah (2014) menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan negatif antara BOPO terhadap ROA. Namun penelitian yang dilakukan oleh Yuliani (2007), Sudiyatno dan Suroso (2010) menunjukkan pengaruh positif antara BOPO terhadap ROA. Menurut Sutrisno (2018) BOPO berpengaruh negatif terhadap ROA.

H3 : Badan Operasional terhadap Pendapatan Operasional (BOPO) berpengaruh terhadap profitabilitas bank (ROA).

Menurut Pandia (2012) NIM merupakan rasio yang dapat digunakan bank untuk

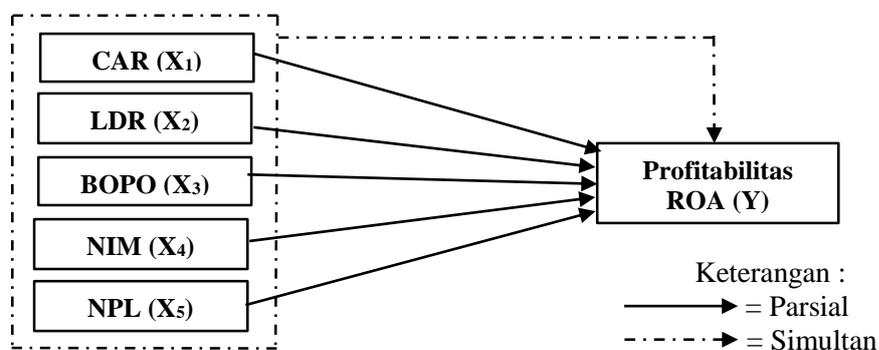
mengukur kemampuan manajemen bank dalam menghasilkan atau memperoleh pendapatan bunga bersih ketika mengelola seluruh aset produktif. Hal senada juga diungkapkan Dewi et al. (2015), Almilia et al. (2005) NIM digunakan untuk melihat besarnya pendapatan bunga bersih yang diperoleh melalui penggunaan seluruh aset produktif bank. Jika bank menghasilkan NIM yang lebih besar, pendapatan bunga bersih akan meningkat dari aset produktif dan dikelola oleh bank. Dan semakin rendah NIM maka semakin rendah biaya bunga pinjaman bagi bank. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Setiawan (2017), Soares dan Yunanto (2018) NIM berpengaruh signifikan positif terhadap ROA. Namun penelitian lain yang dilakukan Musnadi (2014) menyatakan adanya pengaruh signifikan negatif dari NIM terhadap ROA. Selain itu, dalam penelitian Winarso dan Salim (2013) mengatakan bahwa variabel NIM tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA. Sedangkan menurut Sutrisno (2018), Hayati dan Musdholifah (2014) variabel NIM berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA.

H4: *Net Ineterst Margin* (NIM) berpengaruh positif terhadap profitabilitas bank (ROA).

Menurut Solihin (2009) kredit macet adalah nasabah tidak dapat membayar sebagian atau seluruh hutangnya kepada bank sesuai kesepakatan. Menurut Dwihandayani (2017) mengungkapkan bahwa kredit bermasalah merupakan salah satu indikator dalam menilai kinerja bank. Tingginya angka kredit macet menunjukkan bahwa bank tidak dapat mengelola usaha yang dijalankannya, yaitu masalah likuiditas atau ketidakmampuan bank untuk membayar dana pihak ketiga (DPK), hutang tidak tertagih (rentabilitas) dan penurunan modal bank (solvabilitas). Dengan melihat kredit macet, bank dapat menilai seberapa besar modal yang dimilikinya. Menurut penelitian Musnadi (2014), Haryanto (2016) menunjukkan bahwa variabel NPL berpengaruh signifikan negatif terhadap ROA. Sementara itu, penelitian Soares dan Yunanto (2018) menunjukkan bahwa adaya pengaruh signifikan positif antara variabel NPL terhadap ROA. Selain itu, penelitian Setiawan (2017) menunjukkan bahwa NPL tidak berpengaruh signifikan negatif terhadap ROA. Sedangkan menurut Sutrisno (2018) variabel NPL tidak berpengaruh negatif terhadap ROA. Menurut Hayati dan Musdholifah (2014) ternyata NPL tidak berpengaruh terhadap profitabilitas bank (ROA).

H5 : *Non Performing Loan* (NPL) berpengaruh negatif terhadap profitabilitas bank (ROA).

Berdasarkan landasan teoritis penelitian sebelumnya dan penelitian empiris, maka secara sistematis, kerangka konseptual model penelitian secara sistematis ditunjukkan pada gambar 1 sebagai alur logis dari hipotesis penelitian ini.



Gambar 1 : Pemikiran Konseptual

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, total populasi adalah seluruh bank BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2010 hingga 2019. Data yang dikumpulkan merupakan data bersifat sekunder adalah data laporan keuangan bank yang telah dicatat oleh pihak lain selama periode penelitian. Pengumpulan data menggunakan *non participant observation*, dengan tidak melibatkan observasi peneliti secara langsung, melainkan sebagai pengamat independen. Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari *website* bank-bank BUMN dan juga dari *website* BEI yang telah melaporkan data keuangan pada Bank Indonesia (BI) di direktori perbankan. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, yang diambil dari sejumlah tertentu dari seluruh populasi emiten dengan menggunakan pertimbangan atau kriteria tertentu (Sugiyono, 2017). Kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah sebagai berikut, (1) Bank BUMN yang menyajikan data rasio keuangan yang lengkap dan sesuai dengan variabel yang akan diteliti selama periode penelitian 2010-2019; (2) Bank BUMN yang terdaftar di BEI selama periode penelitian 2010-2019; (3) Bank BUMN dengan rasio positif dari variabel-variabel yang dianalisis selama periode penelitian 2010-2019

Berdasarkan pertimbangan kriteria sampel di atas, diperoleh 4 sampel bank BUMN yang berkinerja baik dalam dalam laporan keuangan tahunan, yaitu Bank Mandiri, Bank BRI, Bank BNI, dan Bank BTN. Variabel yang digunakan meliputi variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen (terikat) dalam penelitian ini adalah variabel ROA, sedangkan variabel independen (bebas) dalam penelitian ini adalah variabel CAR, LDR, BOPO, NIM dan NPL. Jumlah data yang diolah sesuai kriteria sampel adalah 40 data yang diperoleh dengan perhitungan 10×4 (Tahun laporan rasio keuangan profitabilitas bank \times Jumlah bank yang diteliti).

Tabel 2. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator
Variabel Dependen		
<i>Return On Assets</i> (ROA)	Rasio kemampuan bank dalam menghasilkan laba bersih (laba sebelum pajak) dengan total asset yang dimiliki bank (Hery, 2016).	ROA = Laba sebelum pajak / rata-rata total asset
Variabel Independen		
<i>Capital Adequacy Ratio</i> (CAR)	Rasio untuk mengukur kecukupan modal yang dimiliki bank dengan total Asset Tertimbang Menurut Risiko (ATMR) (Kasmir, 2016).	CAR = Total modal / Total risiko - asset tertimbang
<i>Loan to Deposit Ratio</i> (LDR)	Rasio untuk mengukur jumlah kredit yang diberikan bank dengan jumlah dana masyarakat dan modal sendiri yang digunakan (Kasmir, 2016).	LDR = Total kredit yang diberikan / Total dana pihak ketiga
Biaya Operasional Pendapatan Operasional (BOPO)	Rasio untuk mengendalikan biaya operasional terhadap pendapatan operasional (Pandia, 2012).	BOPO = Biaya Operasional / Pendapatan Operasional
<i>Net Interest Margin</i> (NIM)	Rasio untuk menghasilkan pendapatan bunga bersih dengan penempatan aktiva produktif (Taswan, 2010).	NIM = Pendapatan bunga bersih / Aktiva produktif
<i>Non Performing Loan</i> (NPL)	Rasio untuk mengukur total dari kredit bermasalah dengan total kredit yang diberikan oleh bank (Kasmir, 2016).	NPL = Total kredit bermasalah / Total kredit

Metode penelitian ini adalah dengan menggunakan model regresi data panel. Pengujian data menggunakan uji korelasi multikolinearitas, untuk menguji korelasi antar variabel penelitian. Pada saat pengujian hipotesis, dilakukan pengujian analisis adalah berupa uji secara simultan (uji-f), koefisien determinasi (R^2) dan pengujian parsial (uji-t). Metode data panel yang digunakan adalah data yang diperoleh dengan menggabungkan data berkala (*time series*) dan data silang (*cross section*). Data penelitian *cross section* ini adalah data 4 bank BUMN yang terdaftar di BEI, sedangkan data *time series* dalam penelitian ini adalah data tahun 2010-2019. Dengan menggabungkan data berkala (*time series*) dan data silang (*cross section*) sehingga memberikan lebih banyak informasi, lebih variatif, lebih banyak derajat kebebasan dan data yang lebih efektif. Pengujian regresi data panel menurut penelitian Nachrowi dan Usman (2006) dilakukan dengan dua cara yaitu uji Chow berupa model PLS (*Pooled ordinary Least square*) dan efek tetap (*fixed effect*), sedangkan uji Hausman menguji model efek tetap (*fixed effect*) dan model efek acak (*random effect*). Menurut Hsiao (2003) untuk mengestimasi model regresi data panel, metode yang digunakan bergantung pada asumsi *intercep*, *slope coefficient* dan *error*. Persamaan rumus regresi data panel digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen, adalah sebagai berikut:

$$Y_{it} = \alpha + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \beta_3 X_{3it} + \beta_4 X_{4it} + \beta_5 X_{5it} + \varepsilon_{it}$$

Keterangan :

Y_{it} = Variabel dependen (ROA), i = Cross Section, t = Time series, α = Konstanta
 β_1 - β_5 = Koefisien regresi variabel independen, X_1 = CAR, X_2 = LDR, X_3 = BOPO
 X_4 = NIM, X_5 = NPL ε_{it} = error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Pada Tabel 3. menunjukkan hasil statistik deskriptif 4 bank BUMN yang terdaftar pada BEI. Jumlah data yang diambil adalah 40 sampel. Nilai rata-rata ROA sebagai variabel dependen adalah 2,97% yang menunjukkan bahwa bank memiliki kemampuan memperoleh keuntungan atau laba yang sangat baik. Pada tahun 2012, bank BRI memiliki ROA tertinggi sebesar 5,15%, sedangkan bank BTN memiliki ROA terendah pada tahun 2019 sebesar 0,13%. Dengan demikian, semakin tinggi rasio ROA maka semakin besar pula tingkat keuntungan yang diraih bank dan semakin baik posisi bank dalam hal penggunaan asset dan semakin tinggi rasio ROA maka semakin efektif dan efisien dalam menggunakan sumber daya yang dimiliki bank (Wen, 2010).

Tabel 3. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	40	0,13	5,15	2,97	1,13
CAR	40	13,36	22,96	18,05	2,60
LDR	40	65,44	113,50	89,07	11,83
BOPO	40	59,93	98,12	72,92	8,42
NIM	40	3,32	10,77	6,22	1,49
NPL	40	0,31	3,12	1,14	0,84

Nilai rata-rata rasio CAR sebesar 18,05% menunjukkan kecukupan modal bank berada pada kategori sangat baik. Nilai CAR tertinggi pada tahun 2017 terdapat pada bank BRI sebesar 22,96% sedangkan nilai terendah pada tahun 2010 berada pada bank Mandiri sebesar 13,36%. Dengan demikian, semakin tinggi rasio kecukupan modal maka semakin rendah timbulnya bank bermasalah sehingga meningkatkan kepercayaan masyarakat. Semakin sedikit bank bermasalah, semakin tinggi profitabilitas bank tersebut.

Nilai rasio rata-rata likuiditas LDR sebesar 89,07% menunjukkan bahwa bank tersebut cukup mampu memenuhi permintaan kredit jangka pendek. Nilai LDR tertinggi pada tahun 2019 adalah bank BTN yaitu 113,50% sedangkan nilai LDR terendah pada tahun 2010 adalah bank Mandiri yaitu 65,44%. Dengan demikian, semakin besar rasio LDR menunjukkan bahwa likuiditas yang direalisasikan oleh bank terlihat semakin agresif, begitu pula sebaliknya jika rasio LDR menurun berarti semakin tinggi dana pihak ketiga (DPK) tidak digunakan. Semakin tinggi rasio LDR maka likuiditas bank semakin rendah (Taswan, 2010).

Nilai rata-rata rasio BOPO sebesar 72,92% yang menunjukkan bahwa bank memiliki kemampuan yang sangat baik dalam memenuhi biaya operasional dan pendapatan operasional. Bank dengan nilai BOPO tertinggi pada tahun 2019 adalah bank BTN yaitu 98,12% dan nilai terendah pada tahun 2012 adalah bank BRI yaitu 59,93%. Dengan demikian, semakin tinggi efisiensi operasional yang diperoleh bank, berarti semakin tinggi efisiensi perolehan laba bank. Semakin kecil rasio BOPO maka semakin efektif biaya operasional yang dikeluarkan oleh bank yang bersangkutan, sehingga bank lebih cenderung memperoleh keuntungan lebih yang mengindikasikan bahwa bank tersebut tidak bermasalah (Sukarno dan Syaichu, 2006).

Nilai rata-rata rasio NIM sebesar 6,22% menunjukkan bahwa pendapatan bunga bersih bank sangat baik. Bank dengan nilai NIM tertinggi pada tahun 2010 adalah bank BRI sebesar 10,77% dan terendah pada tahun 2019 adalah bank BTN sebesar 3,32%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, semakin besar NIM maka semakin besar pendapatan bunga yang diperoleh dari seluruh aset produktif yang diperoleh bank, dan semakin besar pula pendapatan tersebut, dan membuat bank dalam keadaan bermasalah semakin kecil.

Nilai bersih NPL rata-rata 1,14% menunjukkan bahwa bank sangat mampu mengelola kredit bermasalah. Bank dengan nilai NPL tertinggi pada tahun 2012 adalah bank BTN sebesar 3,12% dan NPL terendah pada tahun 2013 adalah bank BRI sebesar 0,31%. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat kredit bermasalah maka kualitas kredit akan semakin buruk, yang akan menyebabkan kemungkinan bank bermasalah lebih besar (Musnadi, 2014). Dari hasil penelitian atau pengujian pada Tabel 3, standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-rata (*mean*) bank-bank BUMN menunjukkan bahwa tidak ada gap atau kesenjangan yang besar antara rasio terendah (minimum) dengan rasio tertinggi (maksimum).

Penelitian yang dilakukan oleh Ghozali (2018) menunjukkan bahwa penelitian dengan uji multikolinearitas digunakan untuk melihat korelasi antar variabel independen didalam model regresi. Jika ditemukan korelasi yang tinggi (biasanya lebih tinggi dari 0,90) antara variabel independen, maka hal tersebut dapat mengindikasikan bahwa penelitian tersebut memiliki gejala multikolinearitas. Korelasi antara variabel-variabel tersebut dengan kisaran 0,90 menunjukkan bahwa uji multikolinieritas tidak terjadi masalah pada variabel penelitian. Dengan demikian, dapat dipastikan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel independen, kecuali korelasi antara BOPO

dan ROA pengecualian ini tidak akan memengaruhi hasil mengenai jumlah variabel independen.

Uji Chow

Pengujian menggunakan uji Chow pada model regresi data panel adalah untuk mengetahui apakah model *common effect* atau PLS lebih baik daripada model *fixed effect*. Hasil uji Chow menunjukkan nilai probabilitas *chi square* dari nilai *prob.* $< \alpha$ atau ($0,00 < 0,05$). Oleh karena itu, H_0 yang menyatakan *common effect metode* atau model PLS ditolak. Dengan demikian, metode regresi data panel yang sesuai dengan hasil uji chow yaitu metode *fixed effect*.

Uji Hausman

Uji hausman dalam penelitian ini digunakan untuk menentukan mana yang lebih baik antara estimasi *fixed effect* dan estimasi *random effect*. Jika nilai probabilitas (*prob.*) $< \alpha$ maka H_0 ditolak yang berarti model terbaik yang digunakan dalam pengujian ini adalah model estimasi *fixed effect*. Dan jika nilai probabilitas (*prob.*) $> \alpha$, maka model estimasi terbaik adalah menggunakan model *effect random*. Hasil uji Hausman menunjukkan nilai probabilitas (*prob.*) $> \alpha$ atau ($1,00 > 0,05$), dengan demikian model penelitian yang sesuai adalah menggunakan model *effect random*.

Menurut Ghozali (2018), analisis regresi digunakan untuk mengukur seberapa kuat hubungan antara dua variabel atau lebih. Analisis ini diperlukan untuk mengetahui koefisien regresi dan signifikansi regresi agar dapat digunakan untuk menjawab hipotesis atau asumsi yang ada. Dalam penelitian ini digunakan uji simultan (uji-f), koefisien determinasi (R^2) dan uji parsial (uji-t).

Pengujian simultan digunakan untuk dapat mengetahui keseluruhan pengaruh variabel independen (bebas) dalam penelitian terhadap variabel dependen (terikat). Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai statistik f adalah 560,46 sedangkan nilai signifikansinya *prob.* 0,00. Probabilitas dari nilai signifikansi tertentu kurang dari 0,05 atau (*prob.* $< 0,05$), maka model regresi data panel tersebut dapat digunakan untuk memeriksa profitabilitas bank. Secara singkat dapat dikatakan bahwa variabel CAR, LDR, BOPO, NIM dan juga NPL mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel profitabilitas (ROA) pada bank-bank BUMN.

Hasil koefisien determinasi (R^2) BUMN yang diperoleh (99,14%), artinya 99,14% menjelaskan variabel independen terhadap variabel dependen (ROA) yaitu CAR, LDR, BOPO, NIM dan NPL, sedangkan sisanya sebesar 1,86% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian. Jika nilai *R Square* yang diperoleh mendekati 1 maka variabel independen yaitu variabel CAR, LDR, BOPO, NIM dan NPL akan semakin kuat dan lebih berpengaruh dalam menjelaskan suatu variabel dependen (ROA).

Uji Parsial (Uji-T)

Uji-t digunakan untuk menguji keabsahan atau kepalsuan hipotesis nol, yang menunjukkan bahwa antara dua sampel diambil secara acak dari populasi yang sama. Bagian dari pengujian yang menggunakan uji-t adalah mencari seberapa jauh tingkat signifikansi pada koefisien model regresi. Jika koefisien regresi berpengaruh signifikan maka dapat diketahui besarnya pengaruh suatu variabel bebas dalam menjelaskan variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel lain adalah konstan.

Tabel 4. Hasil Uji Parsial (Uji-T)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	8,4061	0,4716	17,8238	0,0000
CAR	-0,0452	0,0091	-4,9841	0,0000
LDR	-0,0001	0,0030	-0,0407	0,9678
BOPO	-0,0794	0,0049	-16,1395	0,0000
NIM	0,2221	0,0268	8,2973	0,0000
NPL	-0,1694	0,0542	-3,1244	0,0038

Berdasarkan hasil uji parsial (uji-t) pada Tabel 4., maka diperoleh persamaan regresi data panel adalah sebagai berikut:

$$ROA = 8,4061 + (-0,0452) CAR + (-0,0001) LDR + (-0,0794) BOPO + 0,2221 NIM + (-0,1694) NPL + \varepsilon_{it}$$

Pengaruh CAR Terhadap ROA

Berdasarkan hasil uji parsial (uji-t) pada Tabel 7 diperoleh data nilai t untuk CAR sebesar -4,9841. Nilai koefisien regresi adalah -0,0452. Nilai signifikansi probabilitas (*prob.*) lebih kecil dari 0,05 (α), yaitu nilai signifikansi *prob.* adalah 0,0000, karena (*prob.*) < 0,05, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk setiap kenaikan dari CAR 100% nilai ROA akan menurun sebesar 4,52%. Dengan demikian, hasil dari penelitian ini dapat dikatakan bahwa CAR berpengaruh negatif signifikan terhadap ROA. Oleh karena itu, hipotesis pertama menyatakan bahwa rasio kecukupan modal (CAR) berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas bank (ROA). Berdasarkan hasil penelitian ini, maka hipotesis pertama diterima.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Irman dan Wulansari (2016), bahwa CAR memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap ROA. Oleh karena itu, tingkat kecukupan modal yang dimiliki oleh suatu bank selama penelitian ini menunjukkan pengaruh terhadap keuntungan atau laba yang dicapai oleh suatu bank. Jika rasio kecukupan modal tinggi maka bank tersebut mampu membiayai kegiatan operasional dan memberikan kontribusi yang cukup besar bagi profitabilitas bank. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Pandia (2012) tingkat keberhasilan suatu bank tergantung pada jumlah modal yang dimiliki bank, termasuk dari investor dan modal lainnya. Modal yang dimiliki bank digunakan untuk menarik dana atau simpanan nasabah atau masyarakat dengan sebanyak-banyaknya, kemudian disalurkan kembali kepada yang membutuhkan dalam berbagai bentuk pinjaman atau bentuk lainnya, sehingga menjadi pendapatan bank. Selain itu, kepercayaan masyarakat terhadap industri perbankan sudah menjadi kebutuhan sehari-hari dan jaringan perbankan yang begitu luas karena pemerintah memiliki faktor penjaminan yang jelas atas dana nasabah yang disimpan di bank. Di saat yang sama, modal perusahaan pada perbankan akan meningkatkan intermediasi sehingga diharapkan mampu meningkatkan pendapatan. Bank dengan permodalan yang kuat akan menunjukkan kinerja perbankan tersebut semakin baik dan sehat.

Pengaruh LDR Terhadap ROA

Berdasarkan hasil uji parsial (uji-t) pada Tabel 7 diperoleh data nilai t untuk LDR sebesar -0,0407. Nilai koefisien regresi adalah -0,0001. Nilai signifikansi probabilitas (*prob.*) lebih besar dari 0,05 (α) yaitu nilai signifikansi *prob.* adalah 0,9678 karena (*prob.*) > 0,05 hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk setiap kenaikan dari LDR 100% nilai

ROA akan menurun sebesar 0,01%. Dengan demikian, hasil dari penelitian ini bahwa LDR tidak berpengaruh negatif secara signifikan terhadap ROA. Dengan demikian, hipotesis kedua menyatakan bahwa LDR berpengaruh positif terhadap profitabilitas bank (ROA). Berdasarkan hasil penelitian ini, maka hipotesis kedua ditolak.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sutrisno (2018) LDR tidak berpengaruh signifikan negatif terhadap ROA. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemampuan bank dalam mengalokasikan kredit dari dana pihak ketiga (DPK) kepada para kreditur menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap laba/keuntungan terhadap bank. Berdasarkan hasil penelitian LDR tidak terjadi pengaruh secara signifikansi terhadap ROA, hal ini dikarenakan bank tidak memberikan pinjaman dan peminjaman (penyaluran kredit) secara optimal, karena dibutuhkan dengan sangat hati-hati. Hal lain tentang LDR tidak berpengaruh terhadap ROA, disebabkan oleh peningkatan ukuran kredit kepada nasabah dan kurangnya dukungan kualitas kredit antara kredit kurang lancar dan kredit meragukan. Penggunaan LDR yang semakin tinggi, mengindikasikan bahwa semakin rendah likuiditas bank tersebut. Kenaikan LDR tidak hanya meningkatkan pembiayaan, tetapi juga mempersulit bank untuk mendapatkan pendanaan. Jika alokasi kredit dari dana pihak tiga (DPK) tinggi maka dapat dikatakan tingkat likuiditasnya juga tinggi, karena dana pihak ketiga dapat dimaksimalkan dalam bentuk kredit. Penurunan tingkat likuiditas akan sangat memberikan dampak pada kenaikan atau peningkatan profitabilitas bank. Dengan adanya likuiditas yang rendah maka akan meningkatkan profitabilitas sehingga jumlah dana yang dibutuhkan untuk membiayai kredit juga semakin meningkat (Faisol, 2007).

Pengaruh BOPO Terhadap ROA

Berdasarkan uji parsial (uji-t) pada Tabel 4 diperoleh data nilai t untuk BOPO sebesar -16,1395. Nilai koefisien regresi adalah -0,0794. Nilai signifikansi probabilitas (*prob.*) lebih kecil dari 0,05 (α) yaitu nilai signifikansi *prob.* adalah 0,0000 karena (*prob.*) < 0,05 hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk setiap kenaikan dari BOPO 100% nilai ROA akan menurun sebesar 7,94%. Dengan demikian, hasil dari penelitian ini dapat dikatakan bahwa BOPO berpengaruh negatif terhadap ROA. Oleh karena itu, hipotesis ketiga menunjukkan bahwa BOPO berpengaruh negatif terhadap profitabilitas bank (ROA). Berdasarkan hasil penelitian ini, maka hipotesis ketiga diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan Darmansyah (2015), Harun (2016), Sutrisno (2018), Hayati dan Musdholifah (2014) menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan negatif antara BOPO terhadap ROA. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan bank dalam menjalankan operasional atau usahanya telah membuat tingkat efisiensi bank semakin baik atau sehat, dan sangat mempengaruhi pendapatan laba atau keuntungan yang diperoleh dari bank tersebut. Dengan meningkatnya BOPO pada bank, hal ini menandakan perusahaan lebih banyak mengeluarkan biaya operasional untuk memperoleh keuntungan. Apabila kinerja bank dapat ditingkatkan, maka bank secara otomatis akan memperoleh keuntungan yang lebih besar dan juga akan meningkatkan pendapatan bank dari aktifitas kinerja yang baik. Jika BOPO meningkat yang berarti efisiensi menurun, maka profitabilitas (ROA) juga akan ikut menurun atau berkurang. Semakin efisien operasional suatu bank maka kinerja bank tersebut juga semakin meningkat. Dalam hal ini, dapat disimpulkan bahwa jika BOPO semakin meningkat, maka bank lebih cenderung mengalami masalah. Dan sebaliknya semakin rendah BOPO maka pendapatan yang dihasilkan bank juga akan semakin meningkat.

Peningkatan kinerja bank juga akan meningkatkan kepercayaan nasabah atau masyarakat luas dalam menggunakan layanan perbankan.

Pengaruh NIM Terhadap ROA

Berdasarkan hasil uji parsial (uji-t) pada Tabel 4 diperoleh data nilai t untuk NIM sebesar 8,2973. Nilai koefisien regresi adalah 0,2221. Nilai signifikansi probabilitas (*prob.*) kurang dari 0,05 (α) yaitu nilai signifikansi *prob.* sebesar 0,0000 karena *prob.* (p) < 0,05 maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk setiap kenaikan dari NIM 100% nilai ROA akan meningkat sebesar 22,21%. Oleh karena itu, penelitian ini menunjukkan bahwa NIM memiliki pengaruh positif yang terhadap ROA. Dengan demikian, hipotesis keempat menyatakan bahwa NIM berpengaruh positif terhadap profitabilitas bank (ROA). berdasarkan hasil penelitian ini, maka hipotesis keempat diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan yang dilakukan oleh Setiawan (2017), Soares dan Yunanto (2018), Hayati dan Musdholifah (2014), Sutrisno (2018) menyatakan bahwa NIM berpengaruh positif terhadap ROA. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kemampuan bank dalam menghasilkan pendapatan bunga bersih sangat berpengaruh terhadap keuntungan atau laba total asset yang dimiliki bank. Rasio NIM yaitu faktor yang penting bagi kelangsungan hidup bank. Rasio ini menunjukkan bahwa tingkat pendapatan bunga bersih yang diperoleh bank telah meningkat pesat melalui penggunaan aset produktif yang dimiliki oleh bank. Bunga bersih bank adalah indikator pendapatan atau keuntungan dari aktivitas perbankan, sedangkan laba adalah indikator pembentuk profitabilitas bank. Apabila pendapatan bunga bersih semakin meningkat maka laba atau keuntungan yang diperoleh bank juga akan semakin meningkat, sehingga terjadi peningkatan pada semua aktivitas kinerja keuangan bank. Dengan kata lain, semakin besar NIM yang dimiliki suatu bank maka semakin tinggi pula pendapatan bunga yang akan diperoleh dari aset produktif yang dikelola bank tersebut, sehingga semakin kecil kemungkinan bank tersebut berada dalam situasi bermasalah. Ketika bank dapat mengalokasikan lebih banyak dana kepada pihak yang membutuhkan tanpa menimbulkan kemacetan, maka bank akan memperoleh pendapatan bunga bersih yang tinggi.

Pengaruh NPL Terhadap ROA

Berdasarkan uji parsial (uji-t) pada tabel 9 diperoleh data nilai t untuk NPL sebesar -3,1244. Nilai koefisien regresi adalah -0,1694. Nilai signifikan probabilitas (*prob.*) lebih kecil dari 0,05 (α) yaitu nilai signifikansi (*prob.*) sebesar 0,0038 karena (*prob.*) < 0,05 maka hasil penelitian ini menunjukkan untuk setiap kenaikan dari NPL 100% nilai ROA akan menurun sebesar 16,94%. Oleh karena itu, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kredit bermasalah (NPL) berpengaruh negatif terhadap ROA. Dengan demikian, hipotesis kelima menyatakan bahwa NPL berpengaruh negatif terhadap profitabilitas bank (ROA). Berdasarkan hasil penelitian ini, maka hipotesis kelima diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Musnadi (2014), Haryanto (2016) yang menunjukkan bahwa rasio NPL berpengaruh negatif signifikan terhadap ROA. Pada penelitian ini menggunakan NPL neto (NPL bersih). Oleh karena itu, dalam penelitian ini menunjukkan bahwa perubahan kredit bermasalah akan mempengaruhi profitabilitas atau keuntungan bank, karena hal ini disebabkan oleh kegagalan memulihkan dana yang dialokasikan pada pendapatan bunga yang diterima yang berakibat pada penurunan jumlah bank. Keadaan tersebut di atas juga dapat dipengaruhi oleh sistematisasi pembayaran kredit yang tidak cukup sehingga menyebabkan kredit macet. Apabila kredit bermasalah tidak diselesaikan dengan baik dan

cepat, maka dampak kredit bermasalah jika diberikan kepada bank terkait akan sangat mempengaruhi seluruh bank. Oleh karena itu, bank wajib setiap saat menjaga kredit macet agar tidak tinggi. Semakin tinggi kredit macet, maka semakin buruk kualitas bank dan juga apabila semakin kecil atau rendah kredit macet maka semakin tinggi tingkat profitabilitas bank. Dalam hal ini menunjukkan bahwa intermediasi yang dilakukan oleh bank berfungsi dengan baik atau lancar sehingga berdampak pada penurunan kredit bermasalah dan akan disertai dengan peningkatan profitabilitas pada bank. Hal ini disebabkan oleh perbaikan sistem perekonomian yang menunjukkan kinerja kredit bermasalah di perbankan menjadi lebih baik.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kecukupan modal (CAR) berpengaruh negatif terhadap profitabilitas bank. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan kecukupan modal yang dimiliki bank cukup baik dalam kurun waktu tertentu. Secara umum, semakin tinggi rasio kecukupan modal, semakin tinggi modal bank dapat memberikan pembiayaan untuk aset yang menguntungkan. LDR tidak memiliki pengaruh terhadap profitabilitas bank. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan yang dimiliki bank dalam memenuhi seluruh kewajiban dana pihak ketiga atau dana masyarakat sudah sepenuhnya meningkat, namun belum mencapai secara optimal dan terbaik. BOPO memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap profitabilitas bank. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin kecil BOPO maka akan semakin tinggi pula biaya operasional bank, sehingga bank semakin baik dalam segala kegiatan usaha yang dilakukannya. NIM memiliki pengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas bank. Hal ini menunjukkan bahwa apabila bunga bersih semakin meningkat, maka pendapatan bunga yang dihasilkan dari aktivitas aset produktif bank juga akan semakin meningkat yang akan membuat kondisi masalah yang dihadapi bank semakin kecil dan juga akan semakin meningkatkan profitabilitas bank. NPL memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap profitabilitas bank. Menunjukkan kemampuan bank dalam menjaga perubahan kredit bermasalah yang mempengaruhi pendapatan bank. Apabila kredit bermasalah semakin kecil maka akan mengakibatkan penurunan kredit macet atau kredit bermasalah yang dimiliki bank sehingga mengurangi risiko kerugian bagi bank.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel CAR, LDR, BOPO, NIM, dan NPL secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap profitabilitas bank-bank BUMN. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa jika semua variabel tersebut diterapkan di perbankan secara bersama-sama maka akan meningkatkan profitabilitas bank-bank BUMN.

Bank-bank BUMN diharapkan dapat menjaga stabilitas dan kesehatan masing-masing bank, ditengah-tengah persaingan perekonomian dunia yang semakin ketat dan tajam. Dengan adanya profitabilitas bank yang semakin baik dan sehat, masyarakat berharap bank juga harus mampu menjadi jembatan penghubung yang baik antara nasabah dan bank itu sendiri. Oleh karena itu, bank harus mampu menjaga kepercayaan nasabah dengan meningkatkan kinerja bank dan layanan secara transparan.

Investor dan calon investor dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk mengetahui profitabilitas bank-bank BUMN dan kinerja keuangan bank, sebagai acuan dan pertimbangan untuk menentukan strategi investasi yang terbaik. Bagi kalangan akademisi, hasil penelitian ini dapat digunakan untuk mengembangkan penelitian lebih

lanjut mengenai profitabilitas bank-bank BUMN di Indonesia ditinjau dari rasio keuangan secara lengkap.

DAFTAR PUSTAKA

- Almilia, L. S., & Winny, H. (2005). Analisis CAMEL terhadap prediksi kondisi bermasalah pada lembaga perbankan periode 2000-2002. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 7(2), 131-147.
- Athanasoglou, P., Brissimis, N., & Delis, D. (2008). Bank-specific, industry-specific and macroeconomic determinants of bank profitability. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 18(2), 121-136.
- Darmansyah. (2015). Kinerja keuangan perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Liquidity*, 4(2), 106-115. [doi.org: 10.32546/lq.v4i2.71](https://doi.org/10.32546/lq.v4i2.71)
- Davydenko, A. (2011). Determinants of bank profitability in Ukraine. *Undergraduate Economic Review*, 7(1), 1-30.
- Dendawijaya, L. (2009). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Dewi, L. E., Herawati, N. T., & Sulindawati, L.G.E. (2015). Analisis pengaruh NIM, BOPO, LDR, dan NPL terhadap profitabilitas (Studi kasus pada bank umum swasta nasional yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2009-2013). *E-Jurnal SI Ak. Universitas Pendidikan Ganesha*, 3(1), 1-11.
- Dwihandayani, D. (2017). Analisis kinerja Non Performing Loan (NPL) perbankan di Indonesia dan faktor-faktor yang mempengaruhi NPL. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 22(3), 265-274.
- Faisol, A. (2007). Analisis kinerja keuangan bank pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3(2), 129-170.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 (edisi: 9)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2012). *Principles of managerial finance* (13th ed.). Boston: Pearson Education, Inc.
- Hanafi, M. M. & Halim, A. (2016). *Analisis laporan keuangan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Harun, U. (2016). Pengaruh rasio-rasio keuangan CAR, LDR, NIM, BOPO, NPL terhadap ROA. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 4(1), 67-82.
- Haryanto, S. (2016). Profitability identification of national banking through credit, capital, capital structure, efficiency, and risk level. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 7(1), 11-21.
- Hayati, N., & Musdholifah. (2014). Determinan profitabilitas perbankan nasional di Indonesia. *Jurnal Bisnis, Manajemen & Perbankan*, 1(1), 77-96.
- Hery. (2016). *Analisis laporan keuangan*. Jakarta: Grasindo
- Hsiao, C. (2003). *Analysis of panel data* (3rd ed.). United State of America: Cambridge University Press.
- Husnan, S. (2004). *Manajemen keuangan teori dan penerapan* (buku ke-2). Yogyakarta: BPF
- Irman, M., & Wulansari, V. (2016). Analysis of camel ratio effect on banking financial performance in banking companies listed on BEI. *Jurnal Studi Ilmu Syariah dan Hukum*, 2(2), 182-194.

- Javaid, S., Anwar, J., Khalid, Z., & Gafoor, A. (2011). Determinants of bank profitability in Pakistan: Internal factor analysis. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 2(1), 59-78.
- Kasmir. (2016). *Analisis laporan keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Khrawish, H. A. (2011). Determinants of commercial banks performance: Evidence from Jordan. *International Research Journal of Finance and Economics*, 5(5), 19-45.
- Kumbirai, M., & Webb, R. (2010). A financial ratio analysis of commercial bank performance in South Africa. *African Review of Economics and Finance*, 2(1), 30-53.
- Kuncoro, M., & Suhardjono. (2011). *Manajemen perbankan teori dan aplikasi*. Yogyakarta: BPF.
- Kusmayadi, D. (2018). Analysis of effect of Capital Adequacy Ratio, Loan to Deposit Ratio, Non Performing Loan, BOPO, and Size on Return on Assets in rural banks at Indonesia. *Saudi Journal of Business and Management Studies (SJBMS)*, 3(7), 786-795.
- Nachrowi, N. D., & Usman, H. (2006). *Pendekatan populer dan praktis ekonometrika untuk analisis ekonomi dan keuangan*. Jakarta: LPFE-Universitas Indonesia.
- Ongore, V. O., & Kusa, G. B. (2013). Determinants of financial performance of commercial banks in Kenya. *International Journal of Economics and Financial*, 3(1), 237-252.
- Pandia, F. (2012). *Manajemen dana dan kesehatan bank*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Petria, N., Capraru, B., & Ihnatov, I. (2015). Determinants of banks' profitability: evidence from EU 27 banking system. *Procedia Economics and Finance*, 20 (2015), 518-524.
- Pinasti, W. F., & Mustikawati, RR. I. (2018). Pengaruh CAR, BOPO, NPL, NIM dan LDR terhadap profitabilitas bank umum periode 2011-2015. *Jurnal Nominal*, VII(1), 126-142.
- Rahmat, Arfan, M., & Musnadi, S. (2014). Pengaruh Capital Adequacy Ratio, Biaya Operasional Pendapatan Operasional, Non Performing Loan, Net Interest Margin dan Loan to Deposit Ratio terhadap Profitabilitas Bank (Studi pada bank persero di Indonesia periode 2002-2013). *Jurnal Akuntansi Pascasarjana Universitas Syiah Kuala*, 3(2), 85-93.
- Sastroswito, S., & Suzuki, Y. (2011). *Post crisis Indonesian Banking System Profitability: Bank-Specific, industry specific, and macroeconomic determinants*. The 2nd International Research Symposium in Service Management Yogyakarta, Indonesia, 588-597.
- Setiawan, A. (2017). Analisis pengaruh tingkat kesehatan bank terhadap Return on Asset. *Jurnal Akuntansi Dewantara*, 1(2), 138-151. DOI: [10.26460/AD.V1I2.1515](https://doi.org/10.26460/AD.V1I2.1515).
- Soares, P., & Yunanto, M. (2018). The Effect of NPL, CAR, LDR, BOPO and NIM to banking Return on Asset. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 6(3), 40-55.
- Solihin, I. (2009). *Pengantar manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Stevani & Sudirgo, T. (2019). Analisis CAR, BOPO, NPL, dan LDR terhadap ROA perusahaan perbankan. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, 1(3), 863-871.
- Stiawan, A. (2009). *Analisis pengaruh faktor makroekonomi, pangsa pasar dan karakteristik bank terhadap profitabilitas bank syariah (Studi pada bank syariah periode 2005-2008)* (Master's thesis). Master Program in Management, Universitas Diponegoro.

- Sudiyatno, B., & Suroso, J. (2010). Analisis pengaruh dana pihak ketiga, BOPO, CAR dan LDR terhadap kinerja keuangan pada sektor perbankan yang Go Public di Bursa Efek Indonesia (BEI) (Periode 2005-2008). *Dinamika Keuangan & Perbankan*, 2(2), 125-137.
- Sufian, F. & Chong, R. R. (2008). Determinant of bank profitability in a developing Economy: Empirical evidence from the Philippines. *Asian Academy of Management Journal of Accounting and Finance*, 4(2), 91-112.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian bisnis: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sukarno, K. W., & Syaichu, M. (2006). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja bank umum di Indonesia. *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, 3(2), 46-58.
- Sutrisno, B. (2018). Determinan profitabilitas bank umum terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8(1), 41-48.
- Taswan. (2010). *Manajemen perbankan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Wen, W. (2010). Ownership Structure and Banking Performance: Does Ownership Concentration Matter. *SSRN Electronic Journal*. DOI: [10.2139/ssrn.1747655](https://doi.org/10.2139/ssrn.1747655)
- Wicaksono, A. P. (2016). Pengaruh Capital Adequacy Ratio, Loan to Deposit Ratio, Non Performing Loan dan Biaya Operasional terhadap profitabilitas perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 5(1), 32-39.
- Winarso, E., & Salim, I.A. (2011). The influence of risk management to the Return on Assets (ROA) banking sector (Case study of bank in Indonesia listed in Indonesia Stock Exchange). *Advances in Economics and Business*, 5(7), 382-393.
- Yuliani. (2007). Hubungan efisiensi operasional dengan kinerja profitabilitas pada sektor perbankan yang go publik di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 5(10), 15-43.

PENGARUH TRANSAKSI PERBANKAN ELEKTRONIK (*ELECTRONIC BANKING*) TERHADAP KINERJA KEUANGAN ENTITAS PUBLIK PERBANKAN

¹Pradivta Alfatihah, ²B. Sundari

^{1,2}Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma

Jl. Margonda Raya No. 100, Depok 16424, Jawa Barat

¹pradivtaalfathiya@gmail.com, ²b_sundari@staff.gunadarma.ac.id

Abstrak

Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh transaksi perbankan elektronik terhadap kinerja keuangan entitas publik perbankan. Dengan menggunakan teknik purposive sampling, terpilih 42 sampel yang merupakan entitas publik perbankan selama periode 2013-2019. Penelitian menggunakan metode analisis regresi linier berganda, untuk menguji hubungan atau pengaruh variabel dependen dan independen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, pemanfaatan teknologi ATM berpengaruh positif signifikan terhadap Return on Investment (ROI), sedangkan pemanfaatan internet banking dan mobile banking berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap ROI. Kemudian, penelitian juga menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi ATM, internet banking, dan mobile banking secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap ROI.

Kata Kunci: *internet banking, mobile banking, return on investment (ROI), teknologi ATM.*

Abstract

This study aims to determine the effect of electronic banking (e-banking) transaction on a bank's financial performance. By using the purposive sampling technique, 42 samples were selected which are public entities in the banking sector during the 2013-2019 period. This study uses multiple linear regression analysis to test the relationship or influence of the dependent and independent variables. The results partially showed that utilization of ATM technology affects positive significant on Return on Investment (ROI), while the utilization of internet banking and mobile banking affects positive but no significant on ROI. Then, the study also shows that simultaneously, the utilization of ATM technology, internet banking, and mobile banking affects positive significant on ROI.

Keywords: *ATM technology, internet banking, mobile banking, return on investment.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi secara dinamis menuntut para pelaku bisnis untuk bersikap responsif terhadap segala bentuk perubahan yang terjadi. Sejalan dengan perkembangan teknologi yang pesat, industri jasa keuangan seperti bank turut serta melakukan transformasi proses bisnisnya melalui pemberian kemudahan akses jasa perbankan lewat layanan transaksi perbankan elektronik (*electronic banking*). Otoritas Jasa Keuangan (2016) menyatakan bahwa *electronic banking* atau biasa disingkat *e-banking*, mengawali perkembangannya melalui pengadaan mesin ATM dengan layanan utama berupa penarikan uang tunai. Dilanjutkan dengan EDC yang dipergunakan untuk transaksi pembayaran nasabah. Kemudian, dengan berkembangnya jaringan internet, menggerakkan bank untuk menambah layanannya melalui *internet banking*. Selanjutnya

seiring dengan perkembangan teknologi jaringan komunikasi data dan perangkat *smartphone*, bank menambah inovasinya melalui penyediaan layanan *mobile banking*.

Dengan *e-banking* nasabah dapat melakukan berbagai transaksi perbankannya tidak terbatas oleh waktu dan lokasi. *E-banking* semakin menunjukkan kinerja baik dalam peranannya mendukung pengembangan kinerja perbankan. Otoritas Jasa Keuangan (2015) mengungkapkan penggunaan *e-banking* mengalami peningkatan yang cukup signifikan yaitu mencapai 270%, dimana semula berjumlah 13,6 juta nasabah pada 2012 menjadi 50,4 juta nasabah pada 2016.

E-banking adalah salah satu bentuk investasi dibidang teknologi informasi yang dikembangkan dalam rangka pengembangan perusahaan serta sebagai langkah pasti bank dalam meningkatkan kinerja guna mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Menurut Arabyat (2012) semakin besar perusahaan maka akan berbanding lurus dengan tingginya investasi teknologi informasi (TI) yang dimaksudkan untuk efisiensi. Tercapainya efisiensi akan berdampak pada meningkatnya kinerja perbankan. Investasi TI dapat memperbesar ukuran perusahaan dan akan berimbas kepada peningkatan profitabilitas. Dalam penelitian ini, rasio keuangan yang digunakan ialah rasio profitabilitas yang diprosikan dengan *Return on Investment* (ROI). Menurut Munawir (2012) analisis ROI bersifat komprehensif atau menyeluruh sehingga tepat untuk digunakan sebagai salah satu teknik analisis rasio keuangan.

Perbankan elektronik memiliki pengaruh yang bervariasi terhadap kinerja perbankan karena mengacu pada berbagai jenis layanan perbankan yang dikembangkan oleh bank. Beberapa penelitian tentang transaksi melalui perbankan elektronik telah dilakukan diantaranya adalah penelitian Mary dan Isola (2019) yang menunjukkan bahwa transaksi *mobile banking* memiliki hubungan positif terhadap kinerja keuangan yang diprosikan dengan *Return on Asset* (ROA). Sementara itu, Sudaryanti, Sahroni, dan Kurniawati (2018) dalam penelitiannya menemukan bahwa penggunaan *mobile banking* berpengaruh negatif terhadap ROA. Penelitian Itah dan Ene (2019) menemukan bahwa pemanfaatan teknologi ATM memiliki hubungan yang positif terhadap ROE. Sedangkan pada penelitian Siyanbola (2013) menemukan bahwa terdapat hubungan negatif antara perbankan ATM dengan kinerja bank. Layanan *e-banking* selanjutnya yaitu *internet banking*. Penelitian Rauf, Qiang, dan Mehmood (2014) menunjukkan bahwa terdapat signifikansi pengaruh antara *internet banking* dengan profitabilitas yang diprosikan dengan ROA dan ROE. Disisi lain, penelitian Sinambela dan Rohani (2017) justru menunjukkan hasil bahwa pemanfaatan *internet banking* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap ROA dan ROE bank.

Hasil penelitian yang bervariasi tersebut, menarik perhatian untuk dikaji lebih lanjut guna mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh transaksi perbankan yang dilakukan secara elektronik (*e-banking*) terhadap kinerja bank. Penelitian ini dilakukan terhadap entitas perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode pengamatan 2013-2019. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat perekonomian Indonesia pada tahun 2013 tumbuh sebesar 5,78% dibanding tahun 2012, dimana semua sektor ekonomi mengalami pertumbuhan. Salah satu sektor yang menorehkan pertumbuhan signifikan adalah sektor keuangan dengan pertumbuhan sebesar 7,56%. Sektor keuangan Indonesia memasuki triwulan IV tahun 2013 berada pada kondisi yang cukup baik. Terjaganya sistem keuangan di Indonesia tercermin pada tingginya rasio kecukupan modal dan rasio kredit bermasalah yang menurun. Kemudian pada tahun 2019, ekonomi Indonesia tumbuh sebesar 5,02 persen, dengan tingkat pertumbuhan pada jasa keuangan sebesar 8,49%. Saat ini, perbankan mengemban peran penting dalam penyelenggaraan

sistem keuangan sehingga pengelolaan Bank yang tepat tentunya akan memberikan kontribusi baik terhadap sistem keuangan dan berdampak pula terhadap laju pertumbuhan ekonomi suatu negara (Didik dan Bambang, 2013).



Gambar 1. Laju Pertumbuhan Ekonomi Indonesia

Sumber: www.bps.go.id

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh transaksi perbankan elektronik terhadap kinerja keuangan entitas publik perbankan selama periode 2013-2019. Penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat, diantaranya yaitu sebagai rujukan bagi manajemen perusahaan dalam pengambilan keputusan bisnis, menggerakkan lebih banyak bank untuk melakukan transformasi proses bisnis dengan mengadopsi teknologi, serta mendorong perbankan untuk selalu berinovasi mengembangkan produk dan layanannya sehingga perbankan dapat terus berperan aktif menjadi sektor yang berkontribusi optimal dalam meningkatkan perekonomian nasional.

KERANGKA TEORI

Kinerja perusahaan memiliki peran penting sebagai sebuah ukuran dalam menerjemahkan strategi organisasi ke dalam hasil yang diinginkan (Vij & Bedi, 2016). Konsep kinerja keuangan termasuk kedalam teori manajemen strategik. Menurut Jegede (2014) dalam era perbankan global, satu-satunya cara untuk mempertahankan kinerja adalah dengan mengembangkan sistem manajemen perbankan yang efektif dengan melibatkan personil yang mampu merancang dan menerapkan strategi bisnis transnasional melalui penggunaan teknologi modern. Perencanaan dan penetapan strategi manajemen yang tepat sangat dibutuhkan untuk menjaga momentum pertumbuhan perusahaan secara berkelanjutan, serta menjaga konsistensi perusahaan dalam memberikan layanan terbaik kepada konsumen.

Menurut Masdupi dan Defri (2012) profitabilitas merupakan salah satu indikator yang tepat untuk mengukur kinerja perusahaan. Menurut Kieso, Weygandt dan Kimmel (2015) rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur pendapatan atau keberhasilan operasi dari sebuah perusahaan dalam periode waktu tertentu. Ukuran profitabilitas yang digunakan adalah *Return on Investment* (ROI). Pengukuran *Return on Investment* (ROI) adalah dengan membandingkan perolehan keuntungan perusahaan dari kegiatan operasi

(*net operating income*) dengan jumlah investasi atau aktiva (*net operating assets*) yang digunakan untuk memperoleh laba. Menurut Arabyat (2012) semakin besar perusahaan maka semakin besar investasi terhadap pengadopsian teknologi informasi (TI) yang ditunjukkan untuk efisiensi biaya. Tercapainya efisiensi ini tentunya akan meningkatkan kinerja keuangan perbankan.

Kinerja perbankan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik yang bersifat internal maupun eksternal. Faktor eksternal yang mempengaruhi kinerja bank adalah kondisi makro ekonomi. Kondisi makroekonomi tersebut antara lain yaitu inflasi, tingkat suku bunga, dan nilai kurs dalam suatu perekonomian. Faktor internal pengukuran kinerja bank diantaranya yaitu mencakup tingkat Efisiensi Operasi (BOPO), Risiko Kredit (NPL), Risiko Pasar (NIM), Permodalan (CAR), dan Likuiditas (LDR) (Didik dan Bambang, 2013).

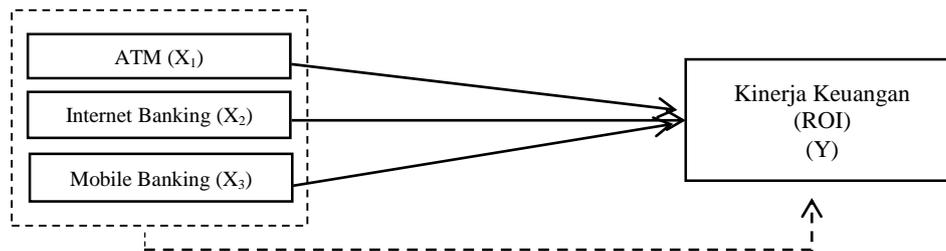
Menurut Sinambela dan Rohani (2017) terdapat aspek lain yang dapat digunakan sebagai alat pengukuran kinerja keuangan bank, seperti aspek pelayanan nasabah dan produktivitas bank dalam menawarkan produk/jasa. Aspek pelayanan nasabah mencakup fitur-fitur yang menyediakan kemudahan nasabah dalam melakukan transaksinya. Upaya bank memberikan kemudahan bagi nasabah dalam bertransaksi diantaranya yaitu melalui penerapan transaksi perbankan secara elektronik. Pengembangan transaksi perbankan elektronik (*e-banking*) adalah suatu bentuk transformasi transaksi atau peralihan mekanisme proses bisnis dari yang semula bersifat konvensional menjadi berbasis elektronik. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) (2015) menyatakan bahwa layanan *e-banking* yang ada pada industri perbankan dapat berupa pemanfaatan ATM (Anjungan Tunai Mandiri), *internet banking*, *mobile banking*, *SMS banking*, dan lainnya.

Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan oleh Mary dan Isola (2019) ditemukan hasil bahwa peningkatan unit ATM akan meningkatkan kinerja keuangan bank umum. Temuan penelitian menyimpulkan bahwa perbankan ATM berpengaruh kuat dan positif terhadap kinerja keuangan bank. Investasi terhadap pengadaan mesin ATM dapat dirasakan manfaatnya di kemudian hari. Mesin ATM yang dapat dijumpai dimanapun dan beroperasi secara *online* 24 jam, 7 hari membentuk citra baik mesin ATM dimata publik. Citra ini telah mendongkrak jumlah nasabah pengguna ATM yang kemudian berpengaruh terhadap profitabilitas yang diperoleh perbankan.

Penelitian Yasin (2018) menemukan bahwa *internet banking* berhubungan positif dengan kinerja keuangan bank. Bank-bank yang menerapkan *internet banking* memungkinkan untuk menghasilkan kinerja keuangan bank yang lebih baik daripada bank-bank yang tidak mengadopsi *internet banking*. Menurut Demoulin dan Djelassi (2013) *internet banking* membantu pelanggan untuk menyelesaikan transaksi keuangan melalui situs *secure web* yang difungsikan oleh bank. *Internet banking* muncul sebagai sumber daya strategis untuk mencapai efisiensi yang lebih tinggi, optimalisasi kontrol operasi dan pengurangan biaya dengan mengganti metode *paper-based* dan padat karya dengan proses otomatisasi sehingga mengarah pada produktivitas dan kinerja keuangan yang lebih tinggi (Pooja & Balwinder, 2019).

Penelitian Kisaka, Ndi, Muriki, dan Muio (2015) menemukan bahwa terdapat hubungan yang positif antara *mobile banking* dan kinerja keuangan. Menurut Luo, Lie, Zhang dan Shim (2010) *mobile banking* sebagai metode inovatif untuk mengakses layanan perbankan, di mana pelanggan berinteraksi dengan bank melalui perangkat seluler. *Mobile banking* merupakan langkah baru lembaga keuangan untuk memberikan layanan kepada pelanggan dan menangkap peluang teknologi dalam hal model bisnis baru (Riquelme & Rios, 2010). Penetrasi perangkat seluler yang cepat dikombinasikan

dengan akses internet yang lebih mudah dan lebih murah berkontribusi pada tingginya tingkat adopsi perbankan seluler oleh pelanggan (Ratten, 2011). Menurut Sumra, Manzoor, Sumra, dan Abbas (2011) aplikasi perbankan elektronik mengurangi biaya operasional dan akan berdampak pada meningkatnya kinerja profitabilitas bank. Hal ini didukung oleh penelitian Akhisar, Tunay dan Tunay (2015) yang menyatakan bahwa layanan perbankan elektronik mempengaruhi kinerja bank secara signifikan. Aplikasi perbankan elektronik mengurangi biaya operasional dan meningkatkan kinerja profitabilitas bank. Berdasarkan tujuan dan penelitian terkait yang telah dijabarkan di atas, terbentuk model penelitian dan hipotesis pada Gambar 2. sebagai berikut.



Gambar 2. Model Penelitian

- H1: Pemanfaatan teknologi ATM berpengaruh terhadap ROI
- H2: Pemanfaatan *internet banking* berpengaruh terhadap ROI
- H3: Pemanfaatan *mobile banking* berpengaruh terhadap ROI
- H4: Pemanfaatan teknologi ATM, *internet banking*, dan *mobile banking* berpengaruh terhadap ROI.

METODE PENELITIAN

Objek dari penelitian ini adalah entitas perbankan yang menerapkan layanan perbankan elektronik berupa pemanfaatan ATM, *internet banking*, dan *mobile banking* dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2013-2019. Populasi dalam penelitian adalah entitas perbankan di Indonesia. Penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Adapun kriteria yang ditetapkan dalam penelitian yaitu (1) Entitas Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia; (2) Entitas Perbankan yang menyampaikan laporan keuangan tahunan secara lengkap pada periode 2013-2019; (3) Entitas Perbankan yang memanfaatkan teknologi ATM, *internet banking*, dan *mobile banking*; (4) Entitas Perbankan yang memanfaatkan teknologi ATM, *internet banking*, *mobile banking*, dan secara bersama-sama pada periode 2013-2019.

Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan, diperoleh sebanyak 6 sampel bank. Periode penelitian adalah 7 tahun pengamatan, sehingga diperoleh $6 \times 7 = 42$ data pengamatan (perkalian jumlah sampel dengan tahun pengamatan).

Variabel Operasional: Variabel Bebas (X): Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah jumlah transaksi dari pemanfaatan teknologi ATM, *internet banking*, dan *mobile banking*. Variabel Dependen (Y): Variabel Dependen adalah variabel yang terpengaruh dari keterlibatan variabel independent yang digunakan dalam penelitian. Dikatakan sebagai variabel terikat karena variabel terikat dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian adalah kinerja keuangan yang diprosikan dengan ROI.

Tabel 1. Daftar Sampel Perusahaan

No	Kode Saham Perusahaan	Nama Bank
1	BBCA	Bank Central Asia Tbk
2	BBRI	Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk
3	BBNI	Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk
4	BBTN	Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk
5	BNGA	Bank CIMB Niaga Tbk
6	MEGAS	Bank Mega Tbk

Teknik Analisis

Penelitian menggunakan teknik analisis Regresi Linier Berganda. Analisis Regresi Linier Berganda dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh dari pemanfaatan *fintech banking* dengan indikator pengukuran berupa jumlah transaksi teknologi ATM, jumlah transaksi *internet banking*, dan jumlah transaksi *mobile banking* sebagai variabel independen terhadap variabel dependen yaitu *Return on Investment*. Langkah-langkah dalam teknik analisis ini dengan melakukan analisis deskriptif, Uji Asumsi Klasik, serta Uji Hipotesis secara Parsial (*T-test*) dan Simultan (*F-test*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel 2. adalah hasil statistik deskriptif terhadap variabel penelitian yaitu teknologi ATM, *internet banking* (IB), *mobile banking* (MB), dan *return on investment* (ROI) yang mencakup nilai maksimum, nilai minimum, rata-rata (*mean*) dan standar deviasi.

Tabel 2. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	Minimum	Maximum	Mean	Std. Dev
ATM	22,80	3723,54	847,3817	929,90172
IB	,20	2508,00	350,5469	686,27434
MB	,15	3848,00	284,9762	670,95413
ROI	,07	3,41	1,8936	,88924

Pada Tabel 2, hasil statistik deskriptif yang untuk variabel ATM, MB, dan IB mencerminkan jumlah transaksi yang terjadi (dalam satuan jutaan) dari masing-masing variabel. Variabel ATM menunjukkan bahwa rata-rata (*mean*) jumlah transaksi sebesar 847,3817 atau sejumlah 847.381.700 transaksi. Jumlah transaksi tertinggi dari pemanfaatan teknologi ATM terjadi pada PT Bank Rakyat Indonesia Tbk pada tahun 2019 yaitu sebesar 3723,54 atau sejumlah 3.723.540.000 transaksi. Hal ini dikarenakan penempatan gerai ATM bank BRI yang telah tersebar di berbagai daerah di Indonesia. Kemudian, jumlah transaksi terendah terjadi pada Bank MEGA Tbk tahun 2013 yaitu sebesar 22,80 atau sejumlah 22.800.000 transaksi.

Nilai rata-rata (*mean*) variabel *internet banking* sebesar 350,5469 atau sejumlah 350.546.900 transaksi. Jumlah transaksi tertinggi dari pemanfaatan *internet banking* terjadi pada Bank Central Asia Tbk tahun 2019 yaitu sebesar 2508,00 atau sejumlah 2.508.000.000 transaksi. Fitur-fitur *internet banking* senantiasa dikembangkan dan diedukasikan kepada para nasabah dan karyawan BCA untuk memperkenalkan solusi

pembayaran secara digital. Sementara itu, jumlah transaksi terendah terjadi pada Bank BTN Tbk tahun 2014 yaitu sebesar 0,20 atau sejumlah 200.091 transaksi.

Nilai rata-rata (*mean*) variabel *mobile banking* sebesar 284,9762 atau sejumlah 284.976.200 transaksi. Jumlah transaksi *mobile banking* tertinggi terjadi pada Bank Central Asia Tbk tahun 2019 yaitu sebesar 3848,00 atau sejumlah 3.848.000 transaksi. Kemudian, jumlah transaksi terendah dari pemanfaatan *mobile banking* terjadi pada Bank MEGA Tbk tahun 2013 yaitu sebesar 0,15 atau sejumlah 152.277 transaksi. Hal ini dikarenakan Bank Mega Tbk baru meluncurkan fasilitas *mobile banking* bernama ‘Mega Mobile’ pada tahun bersangkutan, sehingga jumlah pengguna atau nasabah yang memanfaatkan fasilitas tersebut masih sedikit, sehingga berdampak pada rendahnya jumlah transaksi.

Variabel Rasio *return on investment* (ROI) memiliki nilai rata-rata sebesar 1,8936 dengan standar deviasi sebesar 0,88924. Rasio *return on investment* tertinggi diperoleh Bank Rakyat Indonesia Tbk pada tahun 2013 yaitu sebesar 3,41%. Sementara itu, tingkat *return on investment* terendah terjadi pada Bank Tabungan Negara Tbk tahun 2019 yaitu sebesar 0,07% di tahun 2019. Hal ini disebabkan karena adanya penurunan kinerja laba perseroan yang mancapai 92,55%. Penurunan laba terjadi karena bank meningkatkan pencadangan CKPN untuk mempersiapkan implementasi PSAK 71 di awal 2020. Selain itu, tantangan likuiditas ketat perbankan yang berlanjut turut memberikan dampak signifikan terhadap kinerja bank di tahun 2019.

Tahap uji berikutnya adalah uji asumsi klasik, dimana hasil uji normalitas menunjukkan level signifikansi sebesar 0,200 yang berarti bahwa nilai yang dihasilkan lebih besar dari 0,05 ($\alpha = 5\%$) sehingga dapat dikatakan bahwa data yang digunakan dalam penelitian berdistribusi normal.

Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk pengujian terhadap hipotesis penelitian. Berdasarkan Tabel 3, persamaan regresi linier berganda yang terbentuk pada penelitian ini adalah :

$$Y = 1,292 + 0,001ATM + 0,000IB + 6,614E-5MB$$

Hasil model menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif secara statistik antara pemanfaatan teknologi ATM, *internet banking*, dan *mobile banking* dengan kinerja keuangan bank.

Tabel 3. Hasil Uji Regresi ATM, IB, dan MB terhadap ROI

Model	Unstandarized Coefficients		Standarized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,292	,123		10,472	,000
ATM	,001	,000	,631	4,515	,000
IB	,000	,000	,158	,677	,502
MB	6,614E-5	,000	,050	,249	,804

Variabel ATM memiliki nilai Sig. $0,000 < 0,05$ yang artinya teknologi ATM berpengaruh signifikan terhadap ROI. Kemudian, variabel *internet banking* (IB) memiliki nilai Sig. $0,502 > 0,05$ dan variabel *mobile banking* (MB) memiliki nilai Sig. $0,804 > 0,05$, yang artinya tidak ada signifikansi pengaruh untuk kedua variabel tersebut terhadap kinerja keuangan entitas perbankan yang diprosikan dengan ROI.

Tabel 4. Hasil Uji Simultan ATM, IB, dan MB terhadap ROI

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	19,535	3	6,512	19,203	,000 ^b
	Residual	12,886	38	,339		
	Total	32,421	41			

Hasil regresi statistik *F-test* pada Tabel 4. menunjukkan nilai sig. $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa pemanfaatan teknologi ATM, *internet banking*, dan *mobile banking* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan (ROI).

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

R	R Square	Adjusted R Square
,776 ^a	,603	,571

Hasil regresi juga menunjukkan nilai *adjusted R square* sebesar 0,571 atau 57,1% seperti terlihat pada Tabel 5. Hal ini berarti variabel independen dalam penelitian memberikan kontribusi atau pengaruh yang cukup baik terhadap variabel dependen yaitu sebesar 57,1% dan sisanya sebesar 42,9% penilaian terhadap kinerja keuangan perbankan dapat dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian.

Pengaruh Pemanfaatan Teknologi ATM Terhadap Kinerja Keuangan

Hasil uji variabel ATM menunjukkan nilai koefisien regresi bernilai positif yaitu sebesar 0,001 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan dari pemanfaatan teknologi ATM terhadap kinerja keuangan perbankan (ROI). Menurut Itah dan Ene (2019) terobosan dalam Teknologi Informasi (TI) telah merevolusi proses bisnis yang dapat memberikan efisiensi. Daya saing ekonomi sangat bergantung pada keefektifan pelaku bisnis untuk melakukan investasi dalam bidang teknologi informasi dan mengaplikasikan adopsi teknologi dalam pemberian layanan/produk mereka. Pengadaan mesin ATM berpengaruh terhadap kinerja sebab distribusi Gerai ATM saat ini telah tersebar diberbagai tempat. Karena hal tersebut terbentuklah persepsi publik bahwa ATM dapat ditemukan dimana-mana yang dapat memenuhi kebutuhan akan transaksi perbankan nasabah secara *on-line* 24 jam, selama 7 hari. Citra baik ini menumbuhkan jumlah nasabah bank dan berpengaruh terhadap profitabilitas yang diperoleh perbankan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mary dan Isola (2019) yang menyimpulkan bahwa terdapat hubungan positif signifikan antara perbankan ATM dengan kinerja keuangan.

Pengaruh Pemanfaatan Internet Banking Terhadap Kinerja Keuangan

Hasil uji variabel *internet banking* menunjukkan nilai koefisien regresi yang positif yaitu sebesar 0,000, dengan nilai signifikan sebesar 0,0502 lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang tidak signifikan dari pemanfaatan *internet banking* terhadap kinerja keuangan perbankan (ROI). Dengan dilakukannya investasi terhadap pengembangan layanan *internet banking*, perolehan pendapatan bank akan lebih besar, akan tetapi hal tersebut belum cukup untuk menutupi pengeluaran atau biaya untuk pengembangan *internet banking*. Faktor investasi yang besar juga menyebabkan beberapa bank belum mengadopsi *internet banking*. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yasin (2018) yang menunjukkan hasil

dimana internet banking memiliki hubungan positif, tetapi secara statistik tidak signifikan hubungannya dengan kinerja keuangan bank. Sistem keamanan, pemeliharaan dan perawatan jangka panjang terhadap sistem, kemampuan bank dalam mengatasi kendala yang timbul akan layanan *internet banking*, serta belum maksimalnya layanan *internet banking* dari beberapa bank di Indonesia menjadi faktor penghambat berkembangnya pemanfaatan *internet banking* (Sinambela & Rohani, 2017).

Pengaruh Pemanfaatan *Mobile Banking* Terhadap Kinerja Keuangan

Hasil uji variabel *mobile banking* menunjukkan nilai koefisien regresi yang positif yaitu sebesar $6,614E-5$ atau $0,00006614$, dengan nilai signifikan sebesar $0,804$ lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang tidak signifikan dari pemanfaatan *mobile banking* terhadap kinerja keuangan perbankan (ROI). Dengan melakukan digitalisasi, bank sudah melakukan investasi jangka panjang untuk masa depan. Pengembangan strategi bisnis yang mengarah kepada layanan perbankan digital memerlukan infrastruktur yang memadai. Bank dengan sistem pengendalian manajemen risiko yang rendah terhadap pengembangan teknologinya, akan berdampak pada kinerja elektronik perbankan yang rendah sehingga kemudian meredupkan kepuasan nasabah dalam melakukan transaksi perbankannya. Hasil penelitian didukung dengan penelitian Kisaka, et. al. (2015) yang menemukan adanya hubungan positif yang lemah antara *mobile banking* dan kinerja keuangan bank. Hal ini diduga karena penggunaan *mobile banking* oleh nasabah belum secara menyeluruh atau setiap nasabah belum tentu memanfaatkan fasilitas *mobile banking*.

Pengaruh Pemanfaatan Teknologi ATM, *Internet Banking*, *Mobile Banking* secara simultan Terhadap ROI

Berdasarkan hasil uji, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan teknologi ATM, *internet banking*, dan *mobile banking* yang diterapkan secara bersama dapat mempengaruhi kinerja keuangan yang diprosikan dengan *return on investment* (ROI). Aplikasi perbankan elektronik mengurangi biaya operasional dan meningkatkan kinerja profitabilitas bank. Diperlukan waktu yang relatif singkat untuk mengatasi dan melampaui biaya pengembangan awal aktivitas perbankan berbasis elektronik. Situasi ini mendorong aktivitas perbankan elektronik dan berdampak pada peningkatan bank (Sumra, et. al. 2011). Dalam menanggapi pesatnya transaksi uang elektronik, Bank Indonesia sebagai regulator sistem pembayaran mengeluarkan payung hukum melalui Peraturan Bank Indonesia No. 20/06/PBI/2018 tentang Uang Elektronik dalam rangka kelancaran penggunaan uang elektronik melalui penyelenggaraan layanan keuangan digital (Bank Indonesia, 2018). Hasil penelitian didukung oleh penelitian yang dilakukan Akhisar, Tunay dan Tunay (2015) yang menemukan bahwa layanan perbankan elektronik mempengaruhi kinerja bank.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dijabarkan, dapat disimpulkan bahwa secara parsial, pemanfaatan teknologi ATM berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan yang diprosikan dengan ROI, sedangkan pemanfaatan *internet banking* dan *mobile banking* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap ROI. Kemudian, penelitian juga menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi ATM, *internet banking*, dan *mobile banking* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap ROI.

Penelitian selanjutnya dapat dikembangkan dengan menggunakan variabel lainnya dalam mengukur kinerja perbankan, seperti variabel inflasi, tingkat suku bunga, nilai kurs rupiah, tingkat efisiensi operasi (BOPO), Permodalan (CAR), Risiko Kredit (NPL), Risiko Pasar (NIM), dan Likuiditas (LDR). Penelitian selanjutnya juga dapat menambah cakupan objek dan periode waktu penelitian sehingga dapat memberikan hasil yang lebih baik dan bervariasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhisar, I., Tunay, K. B., & Tunay, N. (2015). The effects of innovations on bank performance: The case of electronic banking services. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195(July), 369-375.
- Arabyat, Y. A. A. (2012). *The dynamic of information technology investment and the financial performance of the banking sector in Jordan* (Philosophy of Doctor's thesis). School of Business, University of Western Sydney, Perth, Australia. Retrieved from <http://handle.uws.edu.au:8081/1959.7/524739>
- Bank Indonesia. (2018). Peraturan Bank Indonesia No. 20/6/PBI/2018 Tahun 2018 tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*).
- Demoulin, N. T. M & Djelassi, S. (2013). Customer responses to waits for online banking service delivery. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 41(6), 442-460.
- Itah, A. J., & Ene, E. E. (2014). Impact of cashless banking on banks' profitability (Evidence from Nigeria). *Asian Journal of Finance & Accounting*, 6(2), 362-376. [doi.org: 10.5296/ajfa.v6i2.6268](https://doi.org/10.5296/ajfa.v6i2.6268)
- Jegede C.A. (2014). Effects of automated teller machine on the performance of Nigerian Banks. *American Journal of Applied Mathematics and Statistics*, 2(1), 40-46.
- Kieso, D. E, Weygandt, J. J & Kimmel, P.D. (2015). *Accounting principles* (edisi 7). Jakarta: Salemba Empat.
- Kisaka, E. S., Ndi, G. M., Muriki, M., & Muio, A. K. (2015). The relationship between mobile banking deepening and financial performance of commercial banks in Kenya. *Research Journal of Finance and Accounting*, 6(10), 156-172.
- Luo, X., Lie H., Zhang, J., & Shim, J.P. (2010). Examining multi-dimensional trust and multifaceted risk in initial acceptance of emerging technologies: An empirical study of mobile banking services. *Decision Support Systems*, 49(2), 222–234.
- Mary, O., & Isola, F. O. (2019). Effect of e-banking on financial performance of listed commercial banks in Kenya. *Global Scientific Journals (GSJ)*, 7(1), 722-738.
- Masdupi, E., & Defri. (2012). Pengaruh Capital Adequacy Ratio (Car), likuiditas dan efisiensi operasional terhadap profitabilitas perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 1(1), 1-18. [doi: 10.24036/jkmb.476700](https://doi.org/10.24036/jkmb.476700)
- Munawir, S. (2012). *Analisis informasi keuangan*. Yogyakarta: Liberty.
- Purwoko, D. & Sudiyatno, B. (2013). Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja bank (Studi empirik pada industri perbankan di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, 20(1), 25-39.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2015). *Bijak ber-electronic banking*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2016). *Panduan penyelenggaraan digital branch oleh Bank Umum*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.

- Pooja, M., & Balwinder, S. (2009). The impact of internet banking on bank performance and risk: The Indian experience. *Eurasian Journal of Business and Economics*, 2(4), 43-62.
- Ratten, V. (2011). Social Cognitive theory in mobile banking innovations. *International Journal of E-Business Research*, 7(1), 39-51.
- Rauf, S., Qiang, F., & Mehmood, R. (2014). Internet banking as determinant of Pakistan banking sector profitability: ROA & ROE model. *European Journal of Business and Management*, 6(1), 107-114.
- Riquelme, H. E., & Rios, E. R. (2010). The moderating effect of gender in the adoption of mobile banking. *International Journal of Bank Marketing*, 28(5), 328-341.
- Sinambela, E., & Rohani. (2017). Pengaruh penyediaan layanan internet banking terhadap kinerja keuangan perbankan di Bursa Efek Indonesia. *Forum Keuangan dan Bisnis Indonesia (FKBI)*, 6(2017), 87-94.
- Siyanbola, T.T. (2013). The effect of cashless banking on Nigerian economy. *E-Canadian Journal of Accounting and Finance*, 1(2), 8-18.
- Sudaryanti, D. S., Sahroni. N., & Kurniawati, A. (2018). Analisa pengaruh mobile banking terhadap kinerja perusahaan sektor perbankan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4(2), 96-107.
- Sumra, S. H., Manzoor, M. K., Sumra, H. H., & Abbas, M. (2011). The impact of e-banking on the profitability of banks: A study of Pakistani banks. *Journal of Public Administration & Governance*, 1(1), 31-38.
- Vij, S., & Bedi, H. S. (2016). Are subjective business performance measures justified?. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 65(5), 603-621.
- Yasin, M. A. (2018). Impact of internet banking on financial performance: Empirical evidence from Ethiopia banks. *Journal of Information Engineering and Applications*, 9(11), 1-10.

PENGARUH KOMPETENSI DAN KOMITMEN ORGANISASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA DINAS KESEHATAN KABUPATEN PURWAKARTA

¹Salsabila, ²H.Cecep Hermana,
^{1,2} Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang,
^{1,2}Jl. HS.Ronggo Waluyo, Puseurjaya, Kec.Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang, Jawa Barat 41361
¹salsabila.argubi@gmail.com, ²chermana724@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tentang pengaruh kompetensi dan komitmen organisasi terhadap kinerja pegawai pada Dinas Kesehatan Kabupaten Purwakarta. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Pengumpulan sampel menggunakan metode *Issac* dan *Michael*, serta teknik sampling *Proportionate Stratified Random Sampling* yang menghasilkan 221 responden. Pengumpulan data dengan cara penyebaran kuesioner dengan skala likert dan observasi. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif, korelasi, dan analisis jalur. Hasil analisis membuktikan bahwa koefisien korelasi antara variabel kompetensi dengan komitmen organisasi diperoleh nilai sebesar 0.649 yang menunjukkan tingkat korelasi yang kuat dan positif antara kompetensi dengan komitmen organisasi. Pengaruh secara parsial menunjukkan bahwa kompetensi terhadap kinerja pegawai sebesar 22.6%, lebih kecil dari komitmen organisasi yang nilainya sebesar 36.6%. Artinya, komitmen organisasi lebih besar dalam memberikan kontribusi terhadap kinerja pegawai dibandingkan dengan kompetensi. Pengaruh simultan kompetensi dan komitmen organisasi terhadap kinerja pegawai sebesar 29.2% sedangkan sisanya 70.8% merupakan variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: *kompetensi, komitmen organisasi, kinerja*

Abstract

This research aims to analyze the influence of competence and organizational commitment on employee performance at the Health Office of Purwakarta District. This research was conducted using descriptive and verification methods. The sample collection used the methods of Issac and Michael, also the Proportionate Stratified Random Sampling technique which resulted 221 respondents. Data collection by distributing questionnaires with likert scale and observations. The analysis technique using the analysis descriptive, correlations and path analysis. The results of the analysis prove that the correlation coefficient between the competency variable and organizational commitment obtained a value of 0.649 which indicates that there is a strong, positive and significant correlation between competence and organizational commitment. Influence partially shows that, competence on employee performance is 22.6%, smaller than organizational commitment which is 36.6%. The meaning that organizational commitment is greater in contributing to employee performance compared to competence. The simultaneous effect of competence and organizational commitment on employee performance is 29.3%, while the remaining 70.7% is another variable that is not examined.

Keywords: *competence, organizational commitment, performance*

PENDAHULUAN

Dinas Kesehatan memiliki tanggungjawab terhadap pembangunan kesehatan. Dinas Kesehatan Kabupaten Purwakarta terus meningkatkan pelayanan Fasilitas kesehatan kepada masyarakat. Upaya yang dilakukan yaitu pengembangan sistem mutu dan upaya perbaikan kinerja berkesinambungan dan sumber daya manusia yang baik. Kesiapan sumber daya manusia bidang kesehatan perlu didukung dengan kualitas kompetensi dan sesuai dengan tugasnya dalam Dinas Kesehatan Kabupaten Purwakarta. Berikut kompetensi atau sumber daya manusia Dinas Kesehatan Kabupaten Purwakarta berdasarkan tingkat pendidikan:

Tabel 1. SDM Dinas Kesehatan Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Jenjang Pendidikan	Status Kepegawaian	Jumlah Pegawai
1	S-2	PNS	28
2	S-1	PNS	129
3	D-4	PNS	8
4	D-3	PNS	286
5	D-2	PNS	0
6	D-1	PNS	10
7	SMA/Setara	PNS	134
8	SMP/Setara	PNS	3
9	SD	PNS	2
Jumlah			600

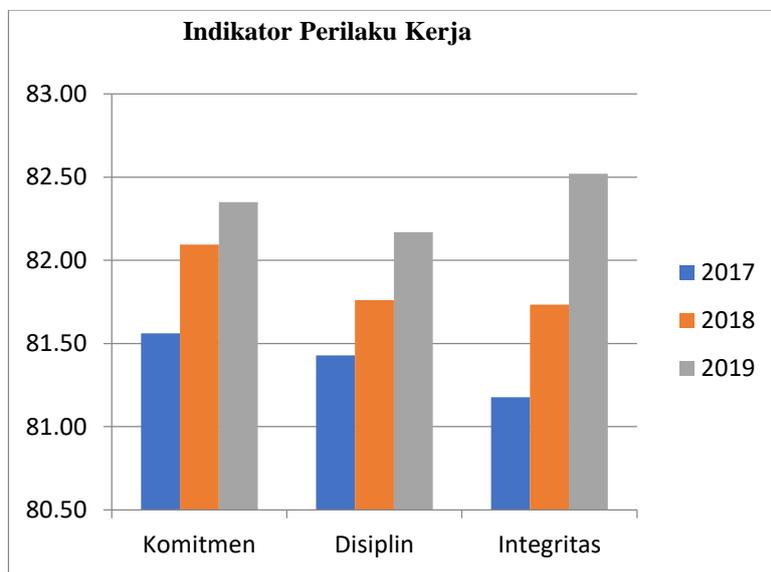
Sumber : Bidang Kepegawaian Dinas Kesehatan dan diolah oleh peneliti (2020)

Berdasarkan Tabel 1, bahwa SDM yang dimiliki Dinas Kesehatan Kabupaten Purwakarta berlatar pendidikan SMA, D3, dan S1. Peneliti mengadakan observasi kembali dengan beberapa pegawai untuk menelusuri sebab akibat masalah yang ada pada Dinas Kesehatan Kabupaten Purwakarta. Dari hasil observasi, peneliti menemukan adanya permasalahan yang terjadi yaitu diadakannya mutasi pegawai dari bidang satu ke bidang lainnya ditengah jalannya program kerja. Kompetensi yang dimiliki pegawai berbeda dengan tugas dan tanggung jawab di bidang sebelumnya. Artinya pegawai belum mampu percaya diri, beradaptasi dengan cepat apabila ada perubahan tugas kerja yang ditetapkan oleh atasan, membangun dan memelihara hubungan kerja pada lingkungan kerja yang berbeda, dan bekerja sama dengan rekan kerja yang di luar bidang kompetensinya.

Hal ini berhubungan dengan teori Wibowo (2017) yang menerangkan bahwa Kompetensi menunjukkan keterampilan atau pengetahuan yang dicirikan oleh profesionalisme dalam suatu bidang tertentu sebagai sesuatu yang terpenting, sebagai unggulan bidang tersebut. Beberapa hasil penelitian yang dilakukan oleh Jumaisa, Nurwati dan Masri (2019), Purwanto dan Soliha (2017), dan Setiono dan Astawa (2019), menunjukkan bahwa kompetensi berpengaruh terhadap kinerja pegawai. Semakin baik kompetensi, maka pegawai akan bekerja secara profesional, dengan hasil yang efektif dan efisien.

Peningkatan kompetensi pegawai akan menimbulkan sikap dan perilaku kerja yang positif khususnya pada Dinas Kesehatan Kabupaten Purwakarta. Sikap dan perilaku kerja merupakan salah satu indikator dari komitmen organisasi yang menjadi penentu keberhasilan tujuan organisasi. Pegawai yang memiliki perilaku yang loyalitas akan menjalankan pekerjaannya dengan baik dan berkeinginan kuat untuk bertahan dalam organisasi.

Komitmen organisasi dapat terlihat dari hasil penilaian indikator perilaku kerja pada Dinas Kesehatan Kabupaten Purwakarta. Gambaran yang memperlihatkan hasil penilaian indikator perilaku kerja integritas, komitmen dan disiplin pada Dinas Kesehatan Kabupaten Purwakarta sebagai berikut:



Gambar 1. Indikator Penilaian Perilaku Kerja DINKES

Sumber : Bidang Kepegawaian Dinas Kesehatan dan diolah oleh peneliti (2020)

Berdasarkan Gambar 1. penilaian perilaku kerja terhadap ketiga indikator komitmen, disiplin, dan integritas berada dalam kategori baik dengan skor 76-90. Penelitian ini melihat bahwa tidak terjadi peningkatan yang signifikan dari penilaian komitmen, integritas, dan disiplin dalam kurun waktu 3 tahun terakhir. Seharusnya bagi jajaran organisasi pemerintahan khususnya Dinas Kesehatan Kabupaten Purwakarta, penilaian perilaku kerja komitmen, integritas, dan disiplin harus sangat baik. Ketiga indikator inilah yang akan memengaruhi komitmen organisasi pegawai dalam melaksanakan kewajibannya sebagai penyedia pelayanan kesehatan kepada masyarakat.

Penelitian ini mengadakan observasi kembali dengan beberapa pegawai untuk menelusuri sebab akibat masalah yang ada pada Dinas Kesehatan Kabupaten Purwakarta. Dari hasil observasi dengan beberapa pegawai Dinas Kesehatan, permasalahan yang terjadi yaitu komitmen organisasi belum terjalin kuat, baik dari pegawai kepegawai maupun pegawai kepada organisasi. Faktor-faktor yang mempengaruhi diantaranya kurangnya koordinasi lintas program oleh masing-masing pegawai, saling ketergantungan dalam penyelesaian program kerja, lintas sektoral yang belum optimal dan mutasi pegawai.

Hal ini berhubungan dengan teori Mathis dan Jackshon dalam Fakhry (2017, p.262) bahwa komitmen organisasi merupakan derajat dimana pegawai mempercayai dan menerima tujuan-tujuan organisasi, serta tidak akan meninggalkan organisasi tersebut. Beberapa hasil penelitian yang dilakukan oleh Meutia dan Husada, (2019), Irvianti dan Liusman (2016) dan Normi (2017), menunjukkan bahwa komitmen organisasi juga memiliki pengaruh terhadap kinerja pegawai, sehingga setiap komitmen organisasi meningkat maka kinerja pegawai akan meningkat.

Kinerja pegawai mempengaruhi baik atau tidaknya perjalanan organisasi. Kinerja merupakan hal yang menentukan seberapa banyak kontribusi pegawai terhadap organisasi yang dijalaninya. Penilaian kinerja perlu dilaksanakan setiap tahun, agar pimpinan Dinas

Kesehatan Kabupaten Purwakarta mengetahui sejauh mana kinerja pegawai dalam organisasi. Penilaian kinerja atau sasaran kerja pegawai yang direncanakan masing-masing pegawai pada awal tahun kerja dan akan dinilai pada akhir tahun kerja. Untuk mengetahui seberapa besar peningkatan nilai Sasaran Kerja Pegawai (SKP) dari 3 tahun terakhir pada Dinas Kesehatan Kabupaten Purwakarta dilihat pada Gambar 2. sebagai berikut:



Gambar 2. Nilai Sasaran Kerja Pegawai

Sumber : *Kepegawaian Dinas Kesehatan dan diolah oleh peneliti (2020)*

Berdasarkan Gambar 2. nilai rata-rata SKP Dinas Kesehatan Kabupaten Purwakarta dapat disimpulkan bahwa terjadi peningkatan SKP tahun 2017-2019, namun belum signifikan. Hasil observasi faktor-faktor yang menyebabkan program SKP tidak berjalan sesuai rencana yaitu karena adanya mutasi pegawai pada saat salah satu program SKP berjalan. Setiap program SKP yang ditentukan oleh pegawai belum berjalan optimal dan sesuai rencana. Permasalahan lainnya dipengaruhi oleh kompetensi pegawai yang belum sesuai dengan *jobdesc* dan kurangnya koordinasi atau kerjasama antar bidang pada Dinas Kesehatan Kabupaten Purwakarta.

Beberapa hasil penelitian yang dilakukan oleh (Normi, 2017), (Setiono & Astawa, 2019), dan (Rachmaniza, 2020.) menunjukkan bahwa kinerja akan dipengaruhi oleh kompetensi dan komitmen organisasi. Dengan demikian, memberikan makna bahwa semakin kuat kompetensi dan komitmen organisasional, akan semakin baik pula kinerja karyawan. Berdasarkan uraian tersebut maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kompetensi dan komitmen organisasi terhadap kinerja pegawai pada Dinas Kesehatan Kabupaten Purwakarta.

KERANGKA TEORI

Kompetensi

Untuk mencapai keberhasilan dalam suatu organisasi diperlukan landasan yang kuat berupa kompetensi kepemimpinan, kompetensi pekerja, dan budaya organisasi yang mampu memperkuat dan memaksimalkan kompetensi. Kompetensi adalah suatu kemampuan untuk melaksanakan atau melakukan suatu pekerjaan yang dilandasi atas keterampilan dan pengetahuan serta didukung oleh sikap kerja yang dituntut oleh pekerjaan tersebut. Kompetensi menunjukkan keterampilan atau pengetahuan yang dicirikan oleh profesionalisme dalam suatu bidang tertentu sebagai sesuatu yang terpenting, sebagai unggulan bidang tersebut (Wibowo, 2017, p. 271). Lyle, Spencer dan Signe (1993) mengklasifikasikan dimensi menjadi tiga, yaitu kompetensi intelektual, kompetensi emosional dan kompetensi sosial (Irvianti & Liusman, 2016).

Komitmen Organisasi

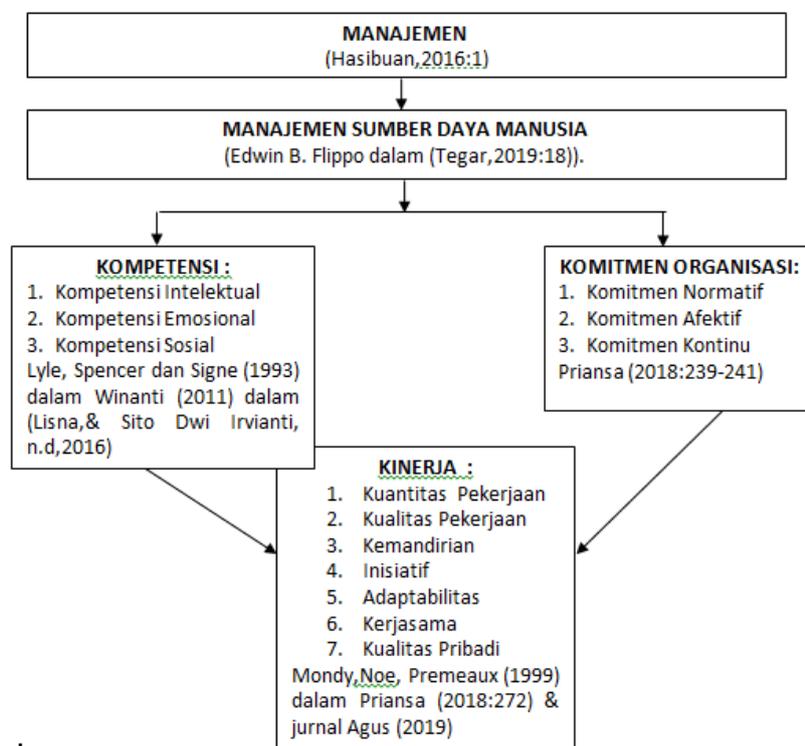
Menurut Gibson Ivancevich, dan Donnelly terdapat tiga sikap yang menyangkut komitmen organisasi yaitu identifikasi dengan tujuan organisasi, perasaan keterlibatan dalam tugas-tugas organisasi, serta perasaan loyalitas terhadap organisasi (Priansa, 2018, p. 233) Pegawai yang memiliki komitmen terhadap organisasi memandang nilai dan kepentingan organisasi terintegrasi dengan tujuan pribadinya. Pegawai yang memiliki loyalitas akan menjalankan pekerjaannya dengan baik dan berkeinginan kuat untuk bertahan dalam organisasi. Adapun yang menjadi dimensi dan indikator komitmen organisasi yaitu komitmen normatif, komitmen afektif, dan komitmen kontinu (Priansa, 2018, p. 239-241)

Kinerja

Kinerja merupakan hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang dalam melaksanakan fungsinya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya (Susanto, 2019). Penilaian kinerja merupakan suatu proses mengestimasi atau menetapkan nilai, penampilan, kualitas, atau status dari beberapa objek, orang atau benda. Penilaian kinerja adalah evaluasi sistematis terhadap pekerjaan yang telah dilakukan oleh pegawai dan ditunjukkan untuk pengembangan (Priansa, 2018, p.272). Menurut Mondy, Noe, Premeaux (1999) dalam Susanto (2019) menyatakan bahwa pengukuran kinerja dapat diukur melalui dimensi kuantitas pekerjaan, kualitas pekerjaan, kemandirian, inisiatif, adaptabilitas, kerjasama dan kualitas pribadi.

Kerangka Konseptual

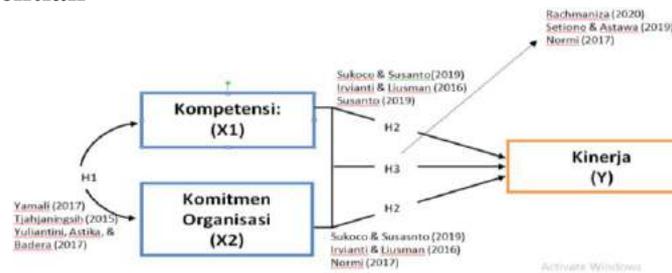
Berdasarkan kerangka teori yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat dibentuk sebuah kerangka konseptual dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:



Gambar 3. Kerangka Konseptual

Sumber : Dikaji dari berbagai sumber dan diolah oleh peneliti (2020)

Paradigma Penelitian



Gambar 4. Paradigma Penelitian

Sumber : Dikaji dari berbagai sumber dan diolah oleh peneliti (2020)

Menurut Yamali (2017), Nursangadah dan Tjahjaningsih, (2015), dan (Yuliantini, Astika & Badera, 2017), menyatakan bahwa menunjukkan bahwa terdapat hubungan dan pengaruh yang signifikan antara kompetensi dengan komitmen organisasi. Berdasarkan pemahaman tersebut dapat dirumuskan hipotesis:

H1: Terdapat korelasi antara kompetensi dengan komitmen organisasi pada Dinas Kesehatan Kabupaten Purwakarta.

Sukoco & Susanto (2019), Irvianti & Liusman (2016), Susanto (2019) dan Normi (2017), menyatakan bahwa bahwa kompetensi dan komitmen organisasi berpengaruh secara parsial terhadap kinerja pegawai. Berdasarkan pemahaman tersebut dapat dirumuskan hipotesis: H2: Terdapat pengaruh secara parsial Kompetensi dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai pada Dinas Kesehatan Kabupaten Purwakarta.

Rachmaniza (2020), Setiono & Astawa (2019), dan Normi (2017), menunjukkan bahwa kompetensi dan komitmen organisasi secara bersama-sama memiliki pengaruh secara simultan terhadap kinerja pegawai. Berdasarkan pemahaman tersebut dapat dirumuskan hipotesis:

H3: Terdapat pengaruh secara simultan antara kompetensi dan komitmen organisasi terhadap kinerja pegawai pada Dinas Kesehatan Kabupaten Purwakarta.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan Kompetensi (X1), dan Komitmen Organisasi (X2) sebagai variabel independent, dan variabel dependen yaitu Kinerja (Y). Berikut ini adalah instrument penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel melalui indikator-indikatornya seperti terlihat pada Tabel 2.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pegawai PNS pada Dinas Kesehatan Kabupaten Purwakarta berjumlah 600 pegawai. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan teknik *probability sampling* yakni *proportionate stratified random sampling*. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Issac dan Michael dengan perhitungan seperti pada Formula 1 berikut.

$$S = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2 (N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q} \quad (1)$$

λ^2 dengan $dk = 1$, taraf kesalahan nias 1%, 5%, 10%
 $P = Q = 0,5$ $d = 0,05$ $S =$ jumlah sampel

Berdasarkan formulasi di atas maka Issac telah membuat tabel perhitungan bagaimana ditampilkan pada tabel 3.

Tabel 2. Intrumen Penelitian

Variabel	Sub-Variabel	Indikator	Pernyataan
Kompetensi (X1) *	Kompetensi Intelektual	Berprestasi	1
		Kepastian kerja	2
		Inisiatif	3
		Penguasaan informasi	4
		Berfikir analitik	5
		Keahlian praktikal	6
	Kompetensi Emosional	Saling Pengertian	7
		Pengendalian Diri	8
		Percaya Diri	9
		Kemampuan Beradaptasi	10
		Komitmen Terhadap Organisasi	11
	Kompetensi Sosial	Pengaruh dan Dampak	12
		Kesadaran Berorganisasi	13
		Membangun Hubungan Kerja	14
		Kerja Tim	15
		Kepemimpinan	16
Komitmen Organisasi (X2) **	Komitmen Normatif	Loyalitas dalam melakukan pekerjaan	1
		Menjunjung nilai-nilai dan visi misi organisasi.	2
		Tidak tertarik pada tawaran organisasi lain	3
		Kepercayaanmelakukan pekerjaan yg profesional	4
		Bertanggung jawab secara formal	5
	Komitmen Afektif	Merasa Nyaman	6
		Menganggap organisasi sebagai keluarga	7
		Bangga terhadap organisasi	8
		Menghabiskan sisa karirnya	9
		Ikut Andil	10
		Ikatan Emosional	11
	Komitmen Kontinu	Kerugian meninggalkan organisasi	12
		Menetap di organisasi karena pemenuhan kebutuhan	13
		Merasa berat untuk meninggalkan organisasi	14
		Kontribusi terhadap organisasi	15
		Pekerjaan terbaik	16
Kinerja (Y) ***	Kuantitas Pekerjaan	Volume Pekerjaan	1
		Produktivitas Kerja	2
	Kualitas Pekerjaan	Pertimbangan Ketelitian	3
		Presisi	4
		Kerapian (kerapihan)	5
		Kelengkapan	6
	Kemandirian	Kemampuan mengembang tugas mandiri	7
		kedalaman komitmen	8
	Inisiatif	Pertimbangan Kemandirian	9
		Fleksibilitas berpikir	10
		Menerima tanggung jawab	11
	Adaptabilitas	Kemampuan Beradaptasi	12
		Kemampuan bereaksi	13
	Kerjasama	Kemampuan bekerja sama dgn orang lain	14
		Kemauan untuk berbagi dan mengimbangi keterampilan anggota lain	15
	KualitasPribadi	Hubungan dengan pimpinan & rekan kerja	16

Sumber: *Lyle, Spencer & Signe (1993) dalam (Irvianti & Liusman, 2016). **Priansa (2018:239) ***Mondy, Noe, Premeaux (1999) dalam (Susanto, 2019)

Tabel 3. Penentuan Jumlah Sampel Menurut Issac dan Michael

N	S		
	1%	5%	10%
460	272	198	171
480	279	202	173
500	285	205	176
550	301	213	182
600	315	221	187

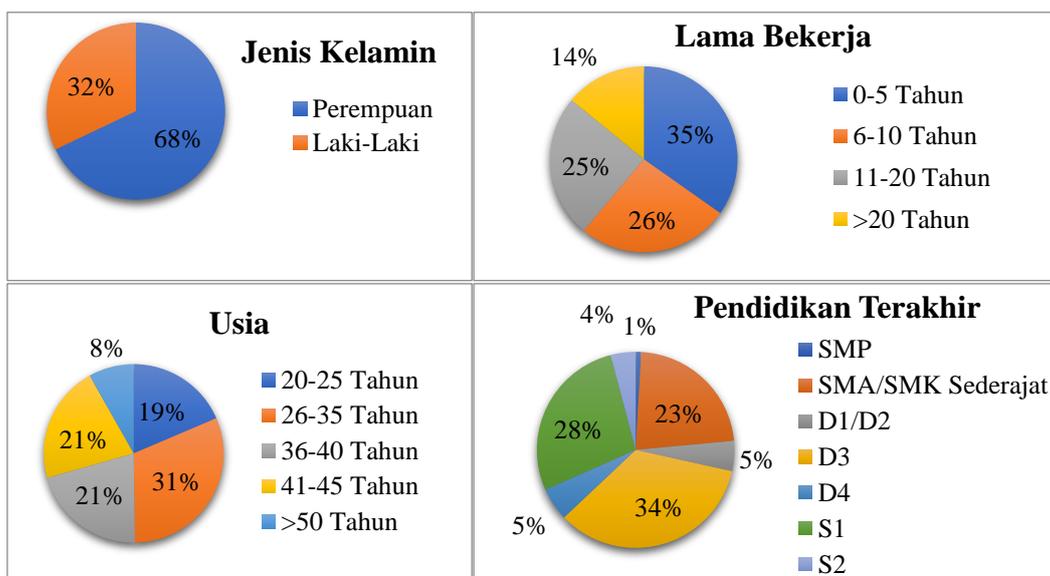
Sumber : Sugiyono (201, p.87)

Kuisisioner terdiri dari 16 pernyataan dengan skala likert (Hilabi & Priati, 2018) untuk masing-masing variabel penelitian yang disebarkan langsung kepada pegawai Dinas Kesehatan Kabupaten Purwakarta.

Untuk menentukan valid atau tidaknya *instrument* yaitu dengan membandingkan tabel kritis $r_{Product Moment}$, jika $r_{hitung} > 0,3$ (r_{kritis}) maka *instrument* dinyatakan valid. Teknik pengujian reliabilitas menggunakan koefisien *alpha cronbach* dengan taraf nyata 5% (0.05) (Julinda, Nugroho & Arnu, 2020). Jika $r_{hitung} > 0,6$ (r_{kritis}) maka *instrument* dinyatakan reliabel. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini hanya uji normalitas. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu data mengikuti sebaran normal atau tidak. Pengujian dilakukan dengan menggunakan metode Kolmogrov-Smirnov, jika $r_{hitung} > 0,05$ (r_{kritis}) maka data berdistribusi normal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penyebaran kuisisioner yang disebarkan secara langsung kepada pegawai Dinas Kesehatan Kabupaten Purwakarta dengan menggunakan teknik *proportionate stratified random sampling* diperoleh data sebesar 221 responden yang sudah lulus uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Profil dari masing-masing responden terlihat pada Gambar 6 berikut.



Gambar 6. Profil Responden Jenis Kelamin, Lama Bekerja, Usia, dan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan Gambar 6., dapat diketahui bahwa responden laki-laki sebanyak 70 orang (32,1%) lebih sedikit dibandingkan dengan responden perempuan dengan jumlah 151 orang (67,9%) dari total seluruh responden pegawai Dinas Kesehatan Kabupaten Purwakarta. Untuk lama bekerja 0-5 Tahun memiliki responden paling banyak yaitu sebesar 77 orang (34,8%). Selain itu dapat diketahui bahwa usia pegawai yang paling mendominasi adalah responden 26-35 Tahun dengan jumlah 69 orang (31,2%) dari total seluruh responden pegawai Dinas Kesehatan Kabupaten Purwakarta. Untuk responden dengan pendidikan terakhir memiliki responden paling banyak yaitu D3 sebanyak 76 orang (34,4%).

Uji Validitas, Uji Reliabilitas, dan Uji Asumsi Klasik

Uji validitas ketiga variabel dengan nilai rata-rata dari R_{hitung} variabel kompetensi sebesar $0,555 > 0,3$, artinya seluruh indikator dalam variabel kompetensi dinyatakan valid. Untuk variabel komitmen organisasi memiliki nilai rata-rata dari R_{hitung} sebesar $0,531 > 0,3$, artinya seluruh indikator dalam variabel komitmen organisasi dinyatakan valid. Variabel kinerja memiliki nilai rata-rata R_{hitung} sebesar $0,544 > 0,3$ artinya seluruh indikator dalam variabel kinerja dinyatakan valid.

Hasil uji reliabilitas diperoleh nilai R_{hitung} sebesar $0,849 > 0,6$, artinya dinyatakan reliabel. Uji reliabilitas variabel komitmen organisasi diperoleh nilai R_{hitung} sebesar $0,830 > 0,6$, dinyatakan reliabel. Hasil uji variabel kinerja diperoleh nilai R_{hitung} sebesar $0,841 > 0,6$, dinyatakan reliabel.

Hasil uji normalitas diperoleh hasil sig sebesar $0,572 > 0,05$, artinya seluruh data dalam penelitian ini dinyatakan berdistribusi normal.

Analisis Deskriptif

Untuk mengukur setiap variabel Kompetensi (X1), Komitmen Organisasi (X2), dan Kinerja (Y), masing-masing menggunakan 16 pernyataan dalam kuesioner yang diberikan pada 221 responden. Frekuensi jawaban responden dari setiap indikator akan menghasilkan total skor tersebut sehingga menghasilkan penjelasan deskriptif dan setiap pernyataan dari kuesioner sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Analisis Deskriptif

No	Variabel	Skor	Kriteria
1.	Kompetensi	804,6	Setuju
2.	Komitmen Organisasi	804,8	Setuju
3.	Kinerja	837,8	Setuju

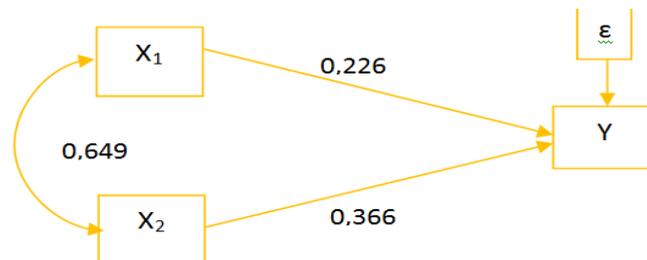
Berdasarkan analisis deskriptif pada Tabel 4. untuk variabel kompetensi, komitmen organisasi dan kinerja memiliki skor diantara 751,4-928,2 dengan kriteria setuju. Artinya kompetensi, komitmen organisasi, dan kinerja yang dimiliki oleh pegawai sudah baik dan sesuai.

Koefisien Korelasi

Dalam analisis jalur, diperlukan analisis korelasi antar variabel bebas yang mempunyai hubungan dan perlu dihitung terlebih dahulu besaran koefisien korelasi diantara variabel bebas. Koefisien korelasi antara variabel bebas yaitu kompetensi dengan komitmen organisasi dapat dinilai sebesar 0,649. Oleh karena itu, kompetensi dengan komitmen organisasi memiliki hubungan yang kuat searah karena positif dan berada pada interval koefisien 0,600-0,799 dengan kategori kuat (Sugiyono, 2017, p. 257).

Analisis Jalur

Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh angka pengaruh langsung dari setiap variabel kompetensi dan komitmen organisasi terhadap kinerja. Pengaruh langsung kompetensi terhadap kinerja sebesar 0,226, kemudian pengaruh langsung komitmen organisasi terhadap kinerja yaitu sebesar 0,366. Pengaruh langsung variabel kompetensi dan komitmen organisasi dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 7. Pengaruh Simultan Kompetensi dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja

Uji Hipotesis

Perhitungan t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} pada tingkat kesalahan 5%, $db = n - 2 = 221 - 2 = 219$, maka diperoleh $t_{tabel} = 1,971$. Dengan demikian diketahui t_{hitung} (16,58) lebih besar dari t_{tabel} , maka dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak, artinya ada hubungan yang kuat antara kompetensi dengan komitmen organisasi.

Pengaruh kompetensi secara parsial terhadap kinerja diketahui melalui pengujian statistik dengan menggunakan hipotesis seperti pada Tabel 5 berikut

Tabel 5. Pengaruh Parsial Kompetensi terhadap Kinerja

Struktural	Sig.	A	t_{hitung}	t_{tabel}	Kesimpulan
ρ_{yx_1}	0.003	0,05	3,015	1,971	H_0 ditolak

Berdasarkan Tabel 5, menerangkan bahwa nilai sig. lebih besar dari 0,05 dan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka H_0 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kompetensi secara parsial berpengaruh terhadap Kinerja.

Pengaruh Komitmen Organisasi secara parsial terhadap Kinerja diketahui melalui pengujian hipotesis seperti pada Tabel 6 berikut.

Tabel 6. Pengaruh Parsial Komitmen Organisasi terhadap Kinerja

Struktural	Sig.	A	t_{hitung}	t_{tabel}	Kesimpulan
ρ_{yx_2}	0.000	0,05	4,882	1,971	H_0 ditolak

Berdasarkan Tabel 6 menerangkan bahwa nilai sig. (lebih besar dari 0,05 dan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka H_0 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa komitmen organisasi secara parsial berpengaruh terhadap kinerja.

Pengaruh kompetensi dan komitmen organisasi terhadap kinerja dapat diketahui melalui pengujian statistik pada Tabel 7. berikut.

Tabel 7. menjelaskan bahwa $f_{hitung} = 44,892$ dan sig. 0,000. Pengaruh Kompetensi dan Komitmen Organisasi secara simultan terhadap Kinerja dapat dijelaskan pada Tabel 8 berikut.

Tabel 7. Hasil Perhitungan Nilai F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3550.647	2	1775.324	44.892	.000 ^a
	Residual	8621.133	218	39.546		
	Total	12171.781	220			

a. Predictors: (Constant), Komitmen Organisasi, Kompetensi
b. Dependent Variable: Kinerja

Tabel 8. Pengaruh Simultan Kompetensi dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja

Struktural	Sig.	A	f _{hitung}	f _{tabel}	Kesimpulan
$\rho_{YX_1X_2}$	0.000	0,05	44,892	3,04	H ₀ ditolak

Pada Tabel 8 bahwa nilai sig. lebih besar dari 0,05 dan f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} maka H₀ ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kompetensi dan Komitmen Organisasi berpengaruh secara simultan terhadap Kinerja.

Koefisien Determinasi

Tabel 9. Koefisien Determinasi R²

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.540 ^a	.292	.285	6.28860

a. Predictors: (Constant), Komitmen Organisasi, Kompetensi
b. Dependent Variable: Kinerja

Berdasarkan Tabel 9 menerangkan bahwa koefisien determinasi (R²) sebesar 0,292 berarti 29,2% variabel Kinerja, dapat diartikan bahwa Kompetensi dan komitmen Organisasi memiliki kontribusi terhadap kinerja sebesar 29,2% sedangkan sisanya 100-29,2=70,8% merupakan kontribusi variabel lain (ϵ) yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hubungan antara Kompetensi dengan Komitmen Organisasi

Korelasi kompetensi dengan komitmen organisasi mempunyai tingkat hubungan yang kuat dan searah. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yamali (2017), Nursangadah dan Tjahjaningsih (2015), dan Yuliantini, Astika & Badera (2017) menunjukkan bahwa kompetensi yang tinggi akan meningkatkan komitmen seorang pegawai. Begitupun sebaliknya jika seorang pegawai memiliki komitmen yang kuat, maka akan berusaha untuk terus meningkatkan kompetensinya.

Pengaruh secara parsial Kompetensi dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai

1. Pengaruh Parsial Kompetensi Terhadap Kinerja Pegawai

Dapat disimpulkan bahwa Kompetensi secara parsial berpengaruh nyata, positif dan signifikan terhadap Kinerja. Hal ini sesuai dengan Penelitian yang dilakukan oleh Sukoco & Susanto (2019), Irvianti & Liusman (2016) dan Susanto (2019) menunjukkan bahwa kompetensi berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai. Semakin baik kompetensi, maka pegawai akan bekerja secara profesional, dengan hasil yang efektif, efisien, transparan, dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam organisasi.

2. Pengaruh Parsial Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai

Dapat disimpulkan bahwa komitmen organisasi secara parsial berpengaruh nyata, positif dan signifikan terhadap kinerja. Hal ini sesuai dengan Penelitian yang dilakukan oleh Sukoco & Susanto (2019), Irvianti & Liusman (2016) dan Normi (2017) menunjukkan bahwa komitmen organisasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pegawai, sehingga setiap komitmen organisasi meningkat maka kinerja pegawai akan meningkat.

Pengaruh secara simultan Kompetensi dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai

Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan kompetensi dan komitmen organisasi positif dan signifikan terhadap kinerja. Hal ini menunjukkan bahwa Kompetensi dan Komitmen Organisasi berkontribusi terhadap kinerja sebesar 29,2%, sedangkan sisanya 70,8% merupakan kontribusi variabel lain (ϵ) yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Normi (2017) menunjukkan bahwa kompetensi dan komitmen organisasi secara bersama-sama memiliki pengaruh. Dengan demikian, memberikan makna bahwa semakin kuat kompetensi dan komitmen organisasional, akan semakin baik pula kinerja karyawan.

SIMPULAN DAN SARAN

Kompetensi dan komitmen pegawai Dinas Kesehatan Kabupaten Purwakarta menunjukkan kompetensi yang sudah sesuai dan komitmen organisasi yang sudah baik. Kinerja pegawai Dinas Kesehatan Kabupaten Purwakarta juga menunjukkan kinerja sudah baik dalam organisasi. Koefisien korelasi diantara variabel bebas yaitu hubungan antara kompetensi dengan komitmen organisasi mempunyai hubungan yang kuat dan searah. Dapat disimpulkan bahwa kompetensi dan komitmen organisasi memiliki pengaruh terhadap kinerja variabel kompetensi dan komitmen organisasi secara simultan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai pada Dinas Kesehatan Kabupaten Purwakarta.

Saran bagi Dinas Kesehatan Kabupaten Purwakarta yaitu diperlukan pembinaan terlebih dahulu bagi pegawai yang dimutasikan, pelatihan bagi pegawai. Selain itu ditingkatkan kembali sarana dan prasarana yang berbasis teknologi dan sasaran atau program kerja dari pegawai harus terpenuhi dan tepat waktu, sehingga tidak menambah waktu ataupun anggaran Dinas. Kepercayaan diri dan komitmen pegawai perlu ditingkatkan kembali melalui rapat yang terbuka agar terjadi komunikasi yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Fakhry, Z. (2017). *Manajemen iklim organisasi*. Bogor: CV. RWTC Sukses.
- Hilabi, S. S., & Priati. (2018). Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Layanan Aplikasi Media Sosial Whatsapp Mobile Online. *Buana Ilmu*, 3(1), 119–136. <https://doi.org/10.36805/Bi.V3i1.461>
- Irvianti, L. S. D & Liusman, L. H. (2016). Pengaruh budaya organisasi, kompetensi karyawan dan komitmen organisasi terhadap kinerja karyawan pada PT. Raja Pasar Abadi. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Perbankan*, 2(3), 119–124.
- Julinda, F., Nugroho, E. S., & Arnu P. A. (2020). Pengaruh motivasi dan komitmen organisasi terhadap prestasi kerja pada PT. Yorozu Automotive Indonesia di Karawang. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 5(2), 109-125.

doi.org/10.36805/manajemen.

- Jumaisa, Nurwati & Masri, M. (2019). Pengaruh kompetensi dan komitmen organisasi terhadap kinerja pegawai yang dimediasi oleh kepuasan kerja. *JUMBO (Jurnal Manajemen, Bisnis, dan Organisasi)*, 3(2), 35–50. doi:10.33772/Jumbo.V3i2.8476
- Meutia, K. I., & Husada, C. (2019). Pengaruh budaya organisasi dan komitmen organisasi terhadap kinerja karyawan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas UNIAT*, 4(1), 119–126.
- Normi, S. (2017). Pengaruh komitmen organisasi dan kompetensi karyawan terhadap kinerja karyawan pada PT. PLN (Persero) Unit Induk Pembangunan II Medan. *Jurnal Ilmiah Methonomi*, 3(2), 36-46.
- Nursangadah, & Tjahjaningsih, E. (2015). *Pengaruh kompetensi dan kepribadian terhadap kinerja dengan mediasi komitmen organisasional (Studi pada Balai Diklat Keagamaan Semarang)*. Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu, 2(1), 629–639.
- Priansa, J.D. (2018). *Perencanaan dan pengembangan sumber daya manusia*. Bandung: Alfabeta.
- Purwanto, B. H., & Soliha, E., (2017). Pengaruh karakteristik pekerjaan dan kompetensi. *Jurnal Manajemen*, XXI(02), 227–240.
- Rachmaniza, S. (2020). *Pengaruh kompetensi dan komitmen organisasi terhadap Kinerja Karyawan Pada Divisi Produksi Di PT. Sinar Ragamindo Utama Bandung*. Prosiding Manajemen Seminar Penelitian Sivitas Akademika Unisba, 6(1), 11–16.
- Setiono, A. E., & Astawa, I. W. (2019). Pengaruh kompetensi, komitmen kerja, dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan Bagian Pots di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai Badung Bali. *Majalah Widyacakra*, 2(1), 1–15.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto. Y & Sukoco. (2019). Pengaruh kompetensi, komitmen kerja dan motivasi kerja terhadap kinerja pegawai di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Lubuklinggau. *Jurnal Media Ekonomi*, 24(2), 1–17. doi: 10.32767/JURMEK.V24I2.564
- Susanto. A (2019). Pengaruh lingkungan kerja dan kompetensi individu terhadap kinerja pegawai pada PT. Perkebunan Sumatera Utara. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JBM)*. 18(1), 44–59. doi: 10.17605/eko.v18i1.420
- Wibowo. 2017. *Manajemen kinerja* (edisi kelima). Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Yamali, R. F (2017). Pengaruh kompensasi dan kompetensi terhadap komitmen organisasi serta implikasinya pada kinerja tenaga ahli perusahaan jasa konstruksi di Jambi. *Jurnal of Economics and Busines*, 1(1), 213-222. doi.org/10.33087/ekonomis.v1i1.21
- Yuliantini, P. A., Astika I.B. P. , & Badera, D. N. (2017). Pengaruh kompetensi sumber daya manusia, motivasi dan lingkungan kerja pada komitmen organisasi dan implikasinya pada kinerja pengurus barang. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(10), 3697–3730. doi.org: 10.24843/EEB.2017.v06.i10.p10

ANALISIS FAKTOR EKSTERNAL YANG MEMENGARUHI NIAT PENGGUNAAN APLIKASI PENGIRIMAN MAKANAN PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SINGAPERBANGSA KARAWANG

¹Kirana Novana, ²Aulia Fashanah Hadining, ³Rianita Puspa Sari

^{1,2,3}Fakultas Teknik Universitas Singaperbangsa Karawang

Jl. HS. Ronggo Waluyo, Puseurjaya, Kec. Telukjambe Timur,
Karawang, Jawa Barat 41361

¹kirana.novana16076@student.unsika.ac.id, ²aulia.fasha@staff.unsika.ac.id,

³rianita.puspasari@ft.unsika.ac.id

Abstrak

Saat ini perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menarik perhatian masyarakat karena dapat memudahkan aktivitas, salah satunya yaitu usaha food delivery yang kini dapat dilakukan dengan menggunakan smartphone, atau dikenal dengan Aplikasi Pengiriman Makanan (APM). Namun, berbagai motif dibalik penggunaan APM (GrabFood dan Go-Food) belum diketahui secara pasti. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis faktor eksternal yang mempengaruhi niat penggunaan APM. Selain itu hubungan antara external motivation variable dengan intention to use juga diselidiki. Terdapat empat variabel motivasi eksternal yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu: quality control, convenience, listing dan search of restaurants. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 390 mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang (UNSIKA) yang menggunakan GrabFood maupun Go-Food. Berdasarkan analisis regresi linier berganda menunjukkan terdapat dua variabel secara positif dan signifikan memengaruhi niat penggunaan APM di Karawang, yaitu variabel convenience dan search of restaurants.

Kata Kunci: aplikasi pengiriman makanan (APM), model kegunaan dan kepuasan, niat penggunaan, regresi linier

Abstract

Currently the development of information and communication technology attracts peoples attention because it can ease activity, one of which is the food delivery business which can now be done by using a smartphone, or known as Food Delivery Applications (FDAs). However, the various motivation behind using FDAs (GrabFood and Go-Food) are not yet known certainly. The purpose of this study is analyze the external factors influencing intention to use FDAs. The relationship between external motivation variables and intention to use is also investigated. Four external motivation variables are used in this study, namely: quality control, convenience, listing and search of restaurants. Data collection was carried out through distributing questionnaires to 390 students of the University of Singaperbangsa Karawang (UNSIKA) using GrabFood and Go-Food. Based on multiple linear regression analysis show that two variables are positive and significant affecting intention to use FDAs in Karawang, namely convenience and search of restaurants.

Keywords: food delivery applications (FDAs), intention to use, linear regression, uses and gratification (u&g) model

PENDAHULUAN

Teknologi masa kini telah berkembang dengan begitu pesat, pada masa kini teknologi bahkan sudah menjadi salah satu kebutuhan manusia (Ngafifi, 2014). Teknologi juga dapat mempermudah masyarakat dalam berbelanja (Wardoyo & Andini, 2017). Kini, berbelanja dapat dilakukan secara online dengan menggunakan internet. Internet adalah teknologi yang telah maju pesat yang menguntungkan bagi perusahaan maupun individu (Hadining, 2018). Adanya pertumbuhan yang tinggi dibidang layanan *online* ini telah membawa perubahan pada gaya hidup masyarakat secara umum (Sjahroeddin, 2018). Menurut Menteri Perindustrian di Indonesia, Pertumbuhan industri makanan dan minuman di Indonesia cukup besar, pada triwulan I 2019 pertumbuhannya mencapai 6,77%. Angka ini diatas pertumbuhan PDB industri nasional sebesar 5,07%. Dalam hal ini dapat dinyatakan bahwa industri makanan dan minuman serta aplikasi pesan-antar makanan di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang cukup baik (kemenperin, 2019).

Jumlah terbesar dari total pengguna aplikasi *food-delivery* di Indonesia merupakan berasal dari Jawa Barat, yaitu sebanyak 50% (Haryanto, 2018). Karawang menempati posisi kedua sebagai kota pengguna internet tertinggi di Jawa Barat setelah posisi pertama ditempati oleh kota Bandung (Prayitno, 2018). Hal ini menunjukkan bahwa Jawa Barat khususnya kota Karawang menjadi salah satu pengguna jaringan internet terbesar, sementara generasi milenial menjadi segmen konsumen terbesar di Indonesia, sekitar 87,8% aplikasi yang paling sering atau paling populer digunakan generasi milenial adalah aplikasi pengiriman makanan (Hidayatullah, Devianti, & Wibowo, 2018). Berdasarkan hasil survey dari Garick Kea tahun 2019, Go-Food berhasil memimpin pangsa pasar, 84% masyarakat yang menggunakan lebih dari satu APM menganggap Go-Food adalah yang terbaik di Indonesia (Sukarno, 2019). Adapun menurut Hasanuddin (2019) mengatakan Grab Food menjadi APM terunggul kedua setelah posisi pertama yang juga diduduki oleh Go-Food.

Keberadaan Aplikasi Pengiriman Makanan (APM) mengharuskan jasa ini dapat melayani kebutuhan dan harapan konsumen yang ada (Mundy, 2018). Peningkatan penggunaan APM ini ternyata belum diketahui secara pasti apa saja penyebab para pengguna menggunakan aplikasi tersebut. Untuk membantu mengetahui dan mengukur apa saja yang menjadi penyebab penggunaan APM maka penyedia layanan APM harus mengetahui berbagai kegunaan (*uses*) dan kepuasan (*gratification*) konsumen terutama dari sisi motivasi eksternal, sehingga dapat membantu memahami alasan dibalik penggunaan APM (Ray, Dhir, Bala, Kaur, 2019).

Penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda karena regresi berganda adalah analisis tentang hubungan antara satu variabel terikat dengan dua atau lebih variabel bebas (Suyitno & Herlawati, 2015). Hal tersebut sesuai dengan penelitian ini yaitu menganalisis hubungan antara satu variabel dependen dengan empat variabel independen. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis faktor eksternal dibalik penggunaan APM di Karawang, dengan menggunakan empat variabel motivasi eksternal yaitu: *quality control*, *convenience*, *listing* dan *search of restaurants*. Metode yang digunakan adalah metode regresi linier berganda.

KERANGKA TEORI

Uses and Gratifications (U&G) Model

U&G adalah para pengguna yang pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi motif pengguna. Jika motif terpenuhi maka kebutuhan pengguna akan terpenuhi (Utomo, 2013).

Motivasi Eksternal

Motivasi Eksternal didefinisikan sebagai kinerja suatu kegiatan dalam mencapai hasil yang memiliki nilai yang berbeda dari kegiatan itu sendiri (Chang & Chin, 2011). Motivasi eksternal mengacu pada perilaku yang berkaitan dengan seseorang atau sarana prasarana dan bukan karena diri sendiri untuk mencapai suatu tujuan (Dina, 2017). *Quality control* dalam APM dapat berupa seperti memberikan foto, ulasan, dan peringkat yang memungkinkan pelanggan untuk memilih restoran, memilih makanan, dan menyelesaikan pesanan (Zhang, Fang, Wei, Ramsey, McCole, Chen, 2011). Kenyamanan (convenience) suatu layanan melibatkan nilai intrinsik waktu dan usaha investasi yang dirasakan oleh konsumen selama dan setelah mengkonsumsi suatu layanan (Tumimbang, Lengkong, Uhing, 2016). *List* berperan penting dalam APM, *list* dalam APM dapat berupa daftar dari makanan dan minuman, beserta harganya (Taufiqullah, 2020). Menurut Ray et. al (2019) *Search of restaurants* merupakan bagian yang menunjukkan pencarian efisien atau berburu restoran dan restoran-restoran terkenal.

State of The Art

SOTA menjelaskan mengenai perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti (Jatmiko, Santoso, Purbarani, Syulistyo, Purnomo, 2015). Penulis menggunakan beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya sebagai referensi yang menjadi acuan utama penelitian, yaitu:

Tabel 1. Penelitian Terdahulu (State Of The Art)

No	Peneliti	Tahun	Variabel				Objek	Lokasi
			<i>Quality Control</i> (QC)	<i>Convenience</i> (CV)	<i>Listing</i> (LT)	<i>Search of Restaurants</i> (SR)		
1	Hicks et. al	2012		✓			Penggunaan Yelp.com	Amerika
2	Ha et. al	2015		✓			Identifikasi U&G terhadap penggunaan sosial media	Korea
3	Ray et. al	2019	✓	✓	✓	✓	Penggunaan Aplikasi Pengiriman Makanan	India
4	Novana, Kirana	2020	✓	✓	✓	✓	Niat penggunaan APM Grab dan Go-Jek	Karawang, Indonesia

Sumber: (Hicks, Comp, Horovitz, Hovarter, Miki, Bevan, 2012), (Ha, Kim, Libaque-Saenz, Chang, & Park, 2015) dan (Ray et. al, 2019)

Berdasarkan *State Of The Art* (SOTA) tersebut penelitian ini mengacu pada penelitian Ray et. al (2019) yang meneliti penggunaan APM di India dengan variabel yang sama yaitu *Quality Control* (QC), *Convenience* (CV), *Listing* (L) dan *Search of Restaurants* (SoR). Lalu acuan pendukung yaitu pada penelitian Ha, Kim, Libaque-Saenz, Chang, & Park (2015) yang dilakukan di Korea terhadap penggunaan sosial media (*Kakaotalk* dan *Facebook*) dengan variabel *Convenience* (CV), dan terhadap penelitian Hicks, Comp, Horovitz, Hovarter, Miki, Bevan (2012) yang dilakukan di Amerika terhadap penggunaan web (Yelp.com) dengan variabel *convenience*. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah populasi, sampel, variabel yang diteliti, dan lokasi penelitian.

Hipotesis Penelitian

Quality control mengarah pada sebuah standar yang berusaha dipertahankan suatu layanan untuk tetap pada atau di atas standar yang ditetapkan industri tertentu (Ray et. al, 2019). Menurut Ray et. al (2019) pelanggan mengharapkan berbagai indikator kualitas dari operator APM, seperti memberikan foto, ulasan, dan peringkat yang memungkinkan pelanggan untuk memilih restoran, memilih makanan, dan menyelesaikan pesanan, sehingga memungkinkan adanya hubungan positif antara kualitas dan pembelian kembali. Selain itu (Ray et. al, 2019) berpendapat bahwa, jika APM memberikan berbagai indikator kualitas kepada konsumennya, maka ada kemungkinan bahwa konsumen akan lebih cenderung menggunakan APM. Sehingga disusun hipotesis sebagai berikut:

H1: *Quality Control* berhubungan positif dengan niat untuk menggunakan APM.

Menurut Ray et. al (2019), *convenience* atau kenyamanan mengacu pada kemampuan untuk menggunakan sesuatu tanpa kesulitan. APM dapat memberikan kenyamanan dengan memberikan opsi untuk membandingkan harga makanan dari berbagai restoran, memungkinkan pelanggan untuk menghindari waktu tunggu di restoran, dan juga menghindari situasi yang terkait dengan lalu lintas. Penelitian sebelumnya pada APM menunjukkan lokasi, lalu lintas dan kenyamanan secara positif terkait dengan niat penggunaan (Pigatto, Machado, Dos, Machado, 2017). Maka disusun hipotesis sebagai berikut:

H2: *Convenience* berhubungan positif dengan niat untuk menggunakan APM.

Menurut Ray et. al (2019) Kegunaan mengacu pada sejauh mana sesuatu dapat digunakan untuk meningkatkan layanan. Kegunaan diukur dengan dua cara: yaitu *listing* dan *search of restaurants*. *Listing* mengacu pada daftar restoran dan pilihan makanan yang ada di APM. Menurut Zhang et. al (2011) terdapat hubungan positif antara kegunaan dan niat dalam konteks yang berbeda. Dengan demikian, sejalan dengan literatur yang ada, maka disusun hipotesis sebagai berikut:

H3: *Listing* berhubungan positif dengan niat untuk menggunakan APM.

Berdasarkan hipotesis sebelumnya, Ray et. al (2019) mengatakan kegunaan dapat diukur dengan dua cara yaitu *listing* dan *search of restaurants*. *Search of restaurants* menunjukkan pencarian efisien atau berburu restoran dan restoran-restoran terkenal. Dalam sektor APM, Pigatto et. al (2017) menemukan hubungan positif konten, fungsi, dan kegunaan situs web dalam menarik prospek baru. Maka disusun hipotesis sebagai berikut:

H4: *Search of restaurants* berhubungan positif dengan niat untuk menggunakan APM.

METODE PENELITIAN

Skala likert mempunyai empat atau lebih butir-butir pertanyaan yang dikombinasikan sehingga membentuk sebuah skor/nilai yang merepresentasikan sifat individu, misalkan pengetahuan, sikap, dan perilaku (Budiaji, 2013). Pada penelitian ini menggunakan skala likert berskala lima, dimulai dari tingkatan terendah yaitu Sangat Tidak Setuju (STS) hingga tingkatan tertinggi yaitu Sangat Setuju (SS). Bobot skala likert dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Skala Likert

Tingkat Presepsi		Skor/bobot
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
CS	Cukup Setuju	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

Adapun variabel operasional/indikator kuesioner penelitian yang ditunjukkan pada Tabel 3, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. Penyusunan Kuesioner dalam Mengukur Variabel

Variabel	Kode	Indikator
<i>Intention to Use</i>	IU1	Saya dapat menggunakan APM lebih sering di masa depan
	IU2	Jika saya memiliki kesempatan, saya akan memesan makanan melalui APM
	IU3	Saya bermaksud untuk terus memesan makanan melalui APM
<i>Quality Control</i>	QC1	APM memberikan foto, ulasan, dan peringkat, yang membantu saya memilih restoran dengan cepat
	QC2	APM memberikan foto dan ulasan barang makanan, yang membantu saya menyelesaikan pesanan saya
	QC3	APM memberikan foto, ulasan, dan peringkat, yang membantu saya menyelesaikan pemilihan menu
<i>Convenience</i>	CV1	APM memberikan kemudahan untuk membandingkan harga makanan dari tempat yang berbeda
	CV2	APM membantu saya menghindari lalu lintas
	CV3	APM membantu saya menghindari waktu menunggu di restoran
<i>Listing</i>	LT1	Saya suka cara restoran mendaftarkan usahanya di APM
	LT2	Saya suka cara restoran mendaftarkan masakannya di APM
	LT3	Saya suka cara menu dikategorikan dengan tepat pada APM
<i>Search of Restaurants</i>	SR1	APM membantu saya untuk mencari atau berburu restoran
	SR2	APM membantu saya menemukan restoran baru atau terkenal
	SR3	APM membantu saya menemukan restoran terdekat

Sumber: (Ray et. al, 2019)

Survei penelitian ini dilakukan kepada mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang (UNSIKA). Jumlah populasi mahasiswa UNSIKA yang diketahui adalah 15.434 mahasiswa. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 390 sampel, yang didapat melalui persamaan (1).

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

$$n = \frac{15.434}{1 + 15.434 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{15.434}{39,585}$$

n = 389,89 sampel, dibulatkan menjadi 390 sampel.

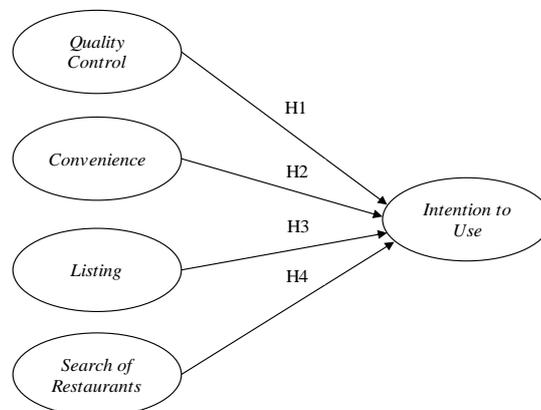
Survei ini dilakukan kepada 390 mahasiswa UNSIKA yang pernah atau sedang menggunakan APM khususnya layanan GrabFood dan Go-Food, dengan menggunakan penyebaran kuesioner secara *online* dan *offline*.

Model Penelitian

Model penelitian ini menggunakan model U&G yang diadopsi dari penelitian terdahulu, Ray et. al (2019) pada penelitian Ray menggunakan 8 variabel yang meliputi *social pressure*, *delivery experience*, *customers experience*, *ease-of-use*, *quality control*, *convenience*, *listing* dan *search of restaurants*.

Penelitian ini menggunakan model (U&G) dengan menganalisis faktor yang mempengaruhi niat penggunaan APM menggunakan variabel-variabel motivasi eksternal. Dalam hal ini penelitian ini ingin menguji dan mengetahui apakah faktor-faktor dari luar individu memiliki pengaruh dan dapat menarik minat seseorang untuk menggunakan APM sehingga dapat mengetahui bagaimana kepuasan pengguna dari sisi eksternal.

Variabel tersebut yaitu 4 variabel *independent* (*quality control*, *convenience*, *listing* dan *search of restaurants*) dan 1 variabel *dependent* yaitu *intention to use*. Adapun hipotesis penelitian yang akan ditunjukkan pada Gambar 1.

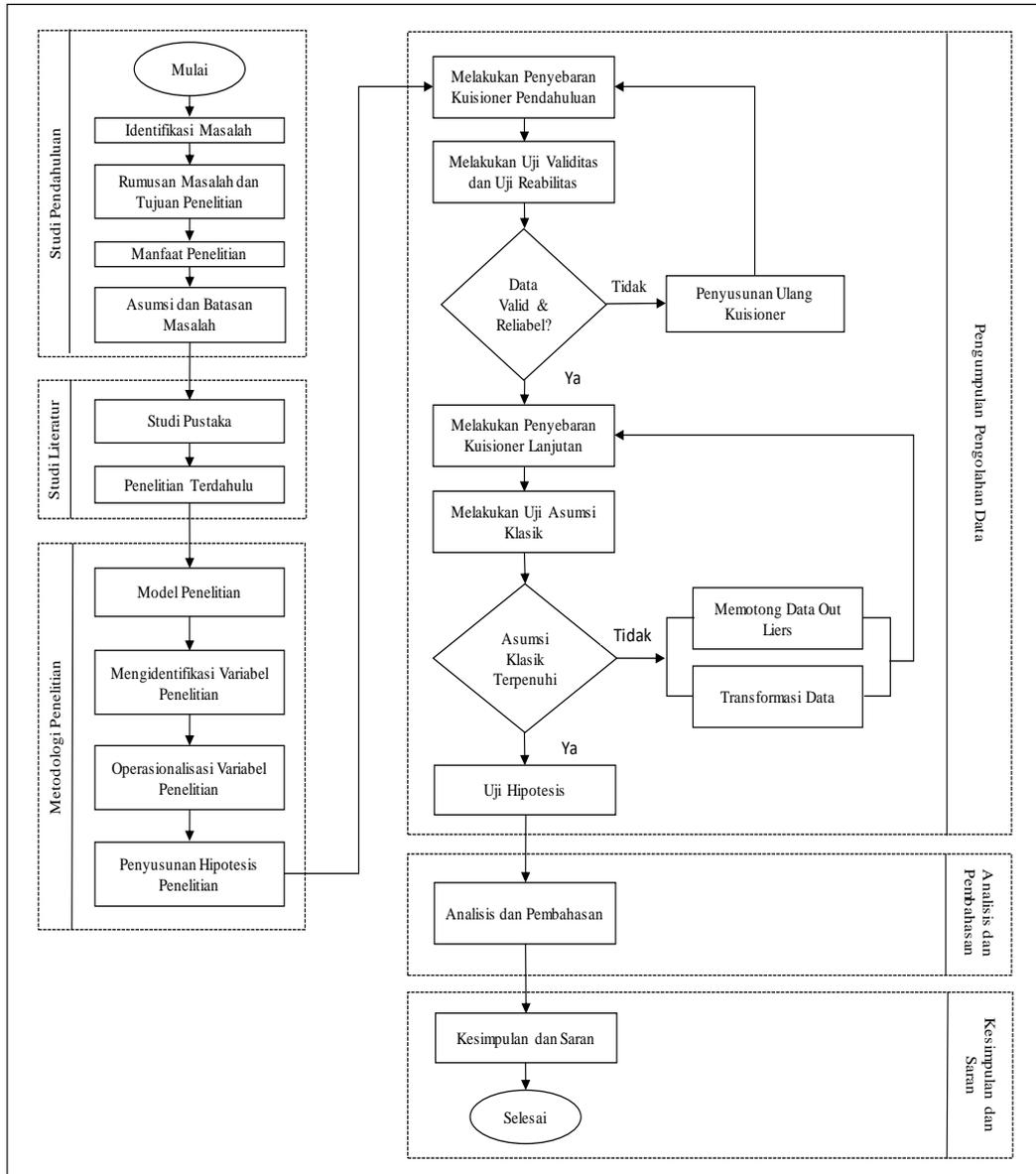


Gambar 1. Hipotesis Penelitian

Ray et. al (2019) mengungkapkan faktor *listing* dan *search of restaurants* adalah faktor penting di balik kesuksesan suatu APM, sementara menurut Sjahroeddin (2018) *quality control* secara positif terkait dengan kepuasan pelanggan yang artinya faktor ini memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan APM, serta menurut Correa, Garzon, Brooker, Sakarkar, Carranza, Yunado, Rincon (2019) *convenience* secara positif terkait dengan niat penggunaan. Penelitian ini tertuju pada variabel eksternal untuk mengetahui kepuasan pengguna dari sisi eksternal dan berdasarkan hasil penelitian terdahulu dalam berbagai konteks telah menemukan bahwa adanya hubungan positif antara seluruh faktor eksternal (*quality control*, *convenience*, *listing* dan *search of restaurants*) dengan niat penggunaan.

Flowchart Penelitian

Flowchart dalam penelitian ini disusun sebagai tahapan-tahapan suatu rangkaian dalam penelitian, sehingga proses penelitian dapat dapat dilakukan dengan baik.

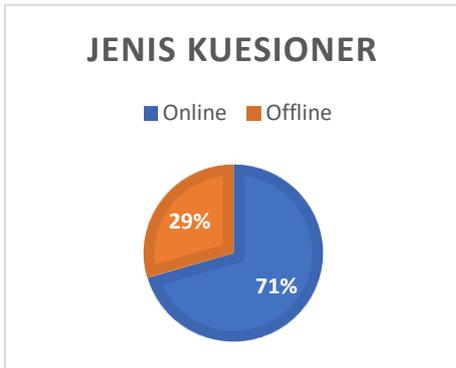


Gambar 2. Flowchart Penelitian

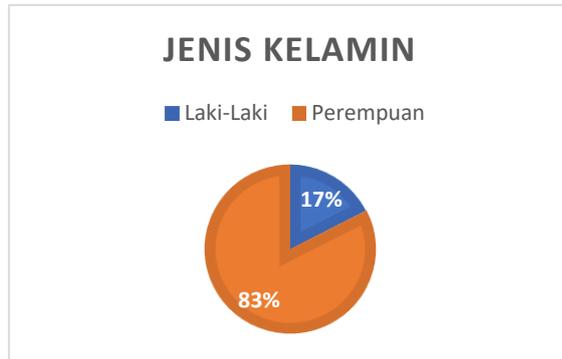
HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

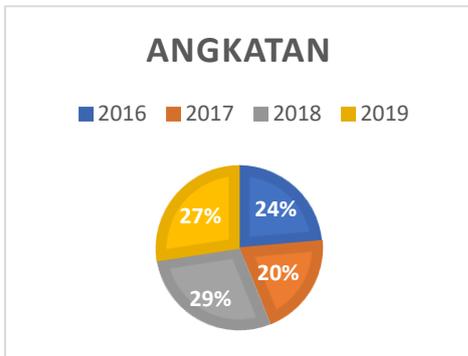
Berdasarkan survey, pengumpulan dan pengolahan data yang telah dilakukan maka didapatkan karakteristik responden dan rekapitulasi data persepsi responden yang diuraikan berikut:



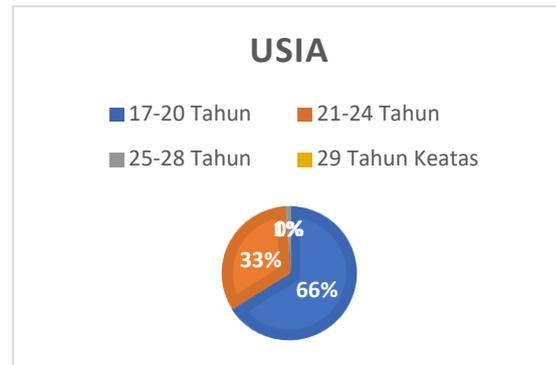
Gambar 3. Jenis Kuesioner



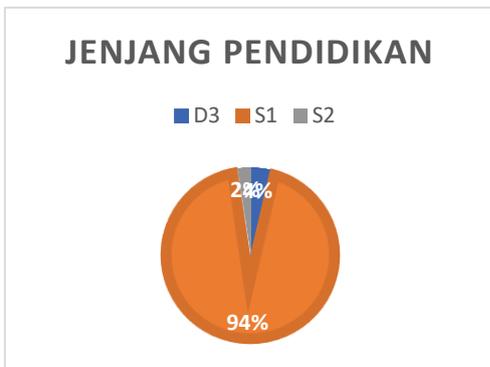
Gambar 4. Jenis Kelamin Responden



Gambar 5. Angkatan Responden



Gambar 6. Usia Responden



Gambar 7. Jenjang Pendidikan Responden



Gambar 8. Pemasukan Responden

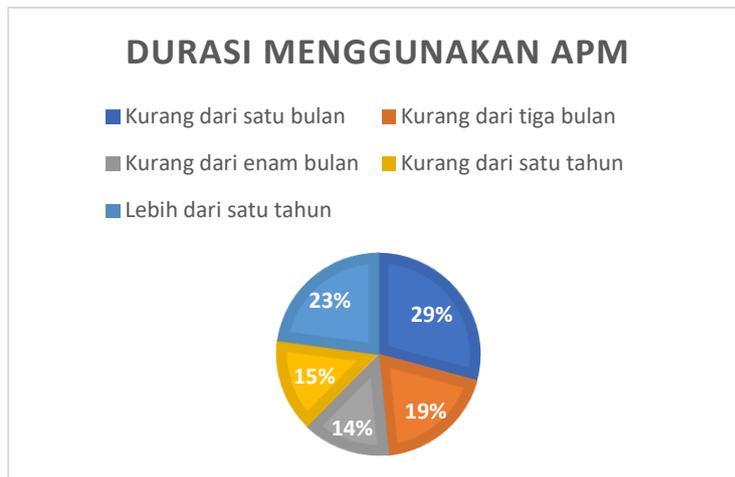
Pada Gambar 3. menunjukkan bahwa mayoritas pengisian kuesioner dilakukan secara *online* (70,51%), melalui Gambar 4. dapat terlihat mayoritas responden merupakan perempuan (82,56%). Gambar 5 menjelaskan mayoritas responden adalah angkatan 2018 (28,718%), kemudian Gambar 6 dan 7 menjelaskan rata-rata responden berusia 17-20 Tahun (60%) dengan jenjang pendidikan yang ditempuh S1 (94,1%).



Gambar 9. Pengeluaran Responden



Gambar 10. Frekuensi Menggunakan APM



Gambar 11. Durasi Menggunakan APM

Pada penelitian ini, rata-rata responden memiliki pemasukan ≤ Rp. 300.000 (42,56%) seperti terlihat pada Gambar 8 dan memiliki pengeluaran ≤ Rp. 300.000 (38,97%) seperti terlihat pada Gambar 9. Pada Gambar 10 dan 11 terlihat rata-rata frekuensi responden menggunakan FDA sekitar satu atau dua kali dalam satu bulan (55,38%) dan durasi menggunakan FDA mayoritas kurang dari satu bulan (29,23%).

Hasil rekapitulasi data persepsi responden yang digunakan untuk mengetahui pola jawaban dari seluruh responden kepada kuesioner penelitian seperti terlihat pada Tabel 4 berikut.

Dari Tabel 4. dapat dilihat bahwa seluruh responden mengisi kuesioner penelitian dengan lengkap sesuai dengan pernyataan-pernyataan yang telah diberikan dalam kuesioner tersebut.

Berdasarkan Tabel 5 dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan yang digunakan pada kuesioner penelitian menunjukkan hasilnya valid.

Tabel 4. Rekapitulasi Data Persepsi Responden

Variabel	Frekuensi Persepsi Responden (Orang)					Total	Persentasi Persepsi Responden (%)					
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
IU	IU1	11	83	174	101	21	390	2,82	21,28	44,62	25,90	5,38
	IU2	6	19	131	180	54	390	1,54	4,87	33,59	46,15	13,85
	IU3	29	132	144	72	13	390	7,44	33,85	36,92	18,46	3,33
QC	QC1	3	4	71	186	126	390	0,77	1,02	18,21	47,69	32,31
	QC2	2	4	70	210	104	390	0,51	1,02	17,95	53,85	26,67
	QC3	1	6	71	194	118	390	0,26	1,54	18,21	49,74	30,25
CV	CV1	3	12	82	181	112	390	0,77	3,08	21,02	46,41	28,72
	CV2	4	13	74	170	129	390	1,02	3,33	18,98	43,59	33,08
	CV3	4	12	79	146	149	390	1,02	3,08	20,26	37,44	38,20
LT	LT1	0	5	117	186	82	390	0	1,28	30	47,69	21,03
	LT2	0	7	109	195	79	390	0	1,79	27,95	50	20,26
	LT3	0	8	94	196	92	390	0	2,05	24,10	50,26	23,59
SR	SR1	3	5	74	198	110	390	0,77	1,28	18,98	50,77	28,20
	SR2	1	10	81	186	112	390	0,26	2,56	20,77	47,69	28,72
	SR3	2	5	44	179	160	390	0,51	1,28	11,28	45,90	41,03

Tabel 5. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r tabel	r hitung	Keterangan
IU	IU1	0,09931	0,851	Valid
	IU2	0,09931	0,741	Valid
	IU3	0,09931	0,819	Valid
QC	QC1	0,09931	0,896	Valid
	QC2	0,09931	0,930	Valid
	QC3	0,09931	0,899	Valid
CV	CV1	0,09931	0,740	Valid
	CV2	0,09931	0,871	Valid
	CV3	0,09931	0,865	Valid
LT	LT1	0,09931	0,876	Valid
	LT2	0,09931	0,915	Valid
	LT3	0,09931	0,837	Valid
SR	SR1	0,09931	0,888	Valid
	SR2	0,09931	0,879	Valid
	SR3	0,09931	0,861	Valid

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Intention to Use (IU)</i>	0,727	Reliabel
<i>Quality Control (QC)</i>	0,893	Reliabel
<i>Convenience (CV)</i>	0,768	Reliabel
<i>Listing (LT)</i>	0,848	Reliabel
<i>Search of Restaurants (SR)</i>	0,848	Reliabel

Berdasarkan Tabel 6 dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* setiap variabelnya lebih besar dari 0,7 maka dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel penelitian ini reliabel.

Pada uji asumsi klasik terdapat 3 pengujian yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas, hasil penelitian menunjukkan data memenuhi syarat untuk diolah menjadi regresi linier berganda.

Tabel 7. Hasil Uji T

Variabel	t hitung	Sig.	Keterangan
<i>Quality Control</i>	0,275	0,784	Tidak Signifikan
<i>Convenience</i>	2,024	0,044	Signifikan
<i>Listing</i>	1,536	0,125	Tidak Signifikan
<i>Search of Restaurants</i>	2,544	0,011	Signifikan
t tabel = 1,9661			

Berdasarkan Tabel 7 dapat dinyatakan bahwa variabel *Convenience* dan *Search of Restaurants* berpengaruh secara signifikan terhadap niat penggunaan APM sedangkan variabel *Quality Control* dan *Listing* tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap niat penggunaan APM.

Tabel 8. Hasil Uji F

Model	F hitung	Sig.
<i>Regression</i>	14,604	0,000

Pada Tabel 8. dapat dilihat bahwa nilai f hitung lebih besar daripada f tabel yaitu $14,604 > 2,3951$ dan nilai Sig. $0,000 < 0,05$ sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil uji didapatkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,123 yang berarti bahwa variabel-variabel independen penelitian dalam menjelaskan variasi variabelnya terhadap variabel dependen adalah sebanyak 12,3%.

Analisis regresi linier berganda pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Pada Tabel 9 dapat dilihat hasil analisis regresi linier berganda.

Tabel 9. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	B
<i>Constant (Y)</i>	4,088
<i>Quality Control</i>	0,019
<i>Convenience</i>	0,133
<i>Listing</i>	0,109
<i>Search of Restaurants</i>	0,187

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada Tabel 9 tersebut, maka didapatkan persamaan:

$$IU = 4,088 + 0,019QC + 0,133C + 0,109L + 0,187SoR$$

Berdasarkan Tabel 9 dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki korelasi secara positif terhadap niat penggunaan Grab dan Go-Jek. Adapun hasil uji hipotesis penelitian ditunjukkan pada Tabel 10.

Berdasarkan Tabel 10 Pada pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel *Quality Control* dan *Listing* tidak berpengaruh secara positif terhadap niat penggunaan APM, sedangkan variabel *Convenience* dan *Search of Restaurants* berpengaruh secara positif terhadap niat penggunaan APM.

Tabel 10. Hasil Uji Hipotesis Penelitian

No	Hipotesis	Hubungan	Nilai t	Sig.	B	Kesimpulan
H1	<i>Quality control</i> berhubungan positif dengan niat untuk menggunakan APM	QC → IU	0,275	0,784	0,019	H1 Ditolak
H2	<i>Convenience</i> berhubungan positif dengan niat untuk menggunakan APM	CV → IU	2,024	0,044	0,133	H2 Diterima
H3	<i>Listing</i> berhubungan positif dengan niat untuk menggunakan APM	LT → IU	1,536	0,125	0,109	H3 Ditolak
H4	<i>Search of Restaurants</i> berhubungan positif dengan niat untuk menggunakan APM	SR → IU	2,544	0,011	0,187	H4 Diterima

Pembahasan Hipotesis

Adapun hasil pembahasan hipotesis yang diuraikan sebagai berikut:

Hipotesis 1 ditolak. *Quality Control* berpengaruh terhadap *Intention to Use APM*.

Menurut pandangan responden, APM telah memiliki pengendalian kualitas yang baik, dengan fitur foto, ulasan maupun *rating* yang terdapat pada setiap restoran, hal ini memang memiliki potensi untuk menarik perhatian pengguna namun tidak memiliki pengaruh yang besar terhadap kecepatan makanan yang ingin dipesan atau dipilih oleh pengguna, maupun terhadap niat pengguna menggunakan APM. Sehingga penelitian ini sesuai dengan penelitian Lee, Lee, dan Yoo (2000) yang juga menyatakan bahwa *Quality Control* tidak berpengaruh terhadap *Intention to Use APM*.

Hipotesis 2 diterima. *Convenience* berpengaruh terhadap *Intention to Use APM*.

Menurut pandangan responden, kenyamanan yang diberikan oleh APM membantu pengguna untuk membeli makanan dan pengguna tidak perlu mengantri atau menunggu pesanan di restoran dan tidak perlu melewati lalu lintas, dengan kenyamanan ini membuat pengguna merasa puas menggunakan APM. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Cho, Bonn, dan Li (2019) yang menyatakan *Convenience* berpengaruh secara positif terhadap *Intention to Use APM*.

Hipotesis 3 ditolak. *Listing* berpengaruh terhadap *Intention to Use APM*.

Menurut pandangan responden, APM telah memiliki daftar restoran dan makanan yang baik dalam aplikasinya, pengguna juga cukup menyukai bagaimana restoran mendaftarkan usaha atau makanan mereka didalam aplikasi APM ini, namun daftar atau *Listing* saja tidak cukup berpengaruh terhadap niat menggunakan aplikasi tersebut, sehingga penelitian ini sesuai dengan penelitian Ray et. al (2019) yang menyatakan *Listing* tidak berpengaruh secara positif terhadap *Intention to Use APM*.

Hipotesis 4 diterima. *Search of Restaurants* berpengaruh terhadap *Intention to Use APM*.

Menurut pandangan responden, *Search of Restaurants* menggunakan aplikasi menjadi salah satu alasan kuat responden menggunakan APM Grab maupun Go-Jek. Salah satu alasannya adalah fitur ini dapat mempermudah pengguna untuk mencari nama-nama restoran yang sedang ingin mereka pilih, dengan langsung mengetik nama restorannya tanpa perlu bersusah payah melakukan *scrolling* atau membaca satu-persatu nama restoran yang ada. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Bai (2015) yang menyatakan *Search of Restaurants* berpengaruh secara positif terhadap *Intention to Use APM*.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka didapatkan kesimpulan terdapat 2 faktor eksternal yang memengaruhi niat penggunaan APM, yaitu faktor *Convenience* dan faktor *Search of Restaurants*. Dalam penelitian ini, motivasi eksternal yang paling berpengaruh terhadap niat penggunaan APM adalah variabel *Search of Restaurants*.

Implikasi manajerial hasil penelitian, yaitu: (1) Terdapat dua variabel yang memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan APM, yaitu *Convenience* dan *Search of Restaurants*, maka pihak APM perlu mempertahankan aspek kenyamanannya. Salah satunya yaitu dengan meningkatkan pelayanan *driver* yang lebih ramah kepada pelanggan, sopan, dan profesional; (2) *Search of Restaurants* menjadi faktor yang paling berpengaruh terhadap niat penggunaan APM, untuk mempertahankannya pihak APM dapat memperluas fitur pencarian restoran di APM seperti penambahan fitur menemukan restoran-restoran yang baru mendaftar; (3) Variabel *Quality Control* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat penggunaan APM, oleh karena itu *Quality Control* dalam APM harus lebih ditingkatkan lagi agar dapat menarik perhatian dan minat masyarakat. Salah satu upaya yang dapat dilakukan ialah dengan meningkatkan promosi produknya seperti pemberian diskon atau potongan ongkos kirim; (4) Variabel *Listing* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat penggunaan APM. Pihak APM perlu memperhatikan aspek *Listing*, salah satunya dengan menambahkan fitur perkiraan lama menunggu pesanan pada setiap restoran di APM.

Adapun saran yang dapat diberikan yaitu pihak APM perlu memperhatikan faktor eksternal terutama pada *quality control* dan *listing* agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan serta menarik perhatian untuk menggunakan APM.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiaji, W. (2013). Skala pengukuran dan jumlah respon skala likert. *Jurnal Ilmu Pertanian dan Perikanan*, 2(2), 127-133.
- Chang, C. C., & Chin, Y. C. (2011). Comparing consumer complaint responses to online and offline environment. *Internet Research*, 21(2), 124-137.
- Cho, M., Bonn, M. A., & Li, J. (2019). Differences in perceptions about food delivery apps between single-person and multi-person households. *International Journal of Hospitality Management*, 77 (January), 108-116.
- Correa, J. C., Garzón, W., Brooker, P., Sakarkar, G., Carranza, S. A., Yunado, L., & Rincón, A. (2019). Evaluation of collaborative consumption of food delivery services through web mining techniques. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 46 (January), 45-50.
- Dina, H. R. a. (2017). Analisis motivasi intrinsik dan ekstrinsik mahasiswa calon guru fisika. *Jurnal Kependidikan*, 1(2), 335-348.
- Ha, Y. W., Kim, J., Libaque-Saenz, C. F., Chang, Y., & Park, M.-C. (2015). Use and gratifications of mobile SNSs: Facebook and KakaoTalk in Korea. *Journal of Telematics and Informatics*, 32(3), 425-438.
- Hadining, A. F. (2018). Determine the influenced factors of Facebook Ads Adoption by SMEs. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 304-307

- Haryanto, A. T. (2018, 12 Maret 2018). 130 Juta Orang Indonesia Tercatat Aktif di Medsos. *detik.com*. Retrieved from <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3912429/130-juta-orang-indonesiatercatat-aktif-di-medsos>
- Hasanuddin, A. (2019). *Perilaku dan preferensi konsumen millennial Indonesia terhadap Aplikasi E-Commerce 2019*. Retrieved from Jakarta: file: PRESS-CONBAHASA-E-COMMERCE-REPORT.pdf
- Hicks, A., Comp, S., Horovitz, J., Hovarter, M., Miki, M., & Bevan, J. L. (2012). Why people use Yelp. com: An exploration of uses and gratifications. *Computers in Human Behavior*, 28(6), 2274-2279.
- Hidayatullah, S., Devianti, R. C., & Wibowo, I. A. (2018). Perilaku generasi milenial dalam menggunakan aplikasi Go-Food. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 6(2), 240-249.
- Jatmiko, W., Santoso, H., Purbarani, S., Syulistyo, A., & Purnomo, D. (2015). Panduan penulisan artikel ilmiah. *Jakarta: Universitas Indonesia*.
- Kemenperin. (2019). Industri makanan dan minuman jadi sektor kampiun. *kemenperin*. Retrieved from <https://kemenperin.go.id/artikel/20298/Industri-Makanan-dan-Minuman-Jadi-Sektor-Kampiun->
- Lee, H., Lee, Y., & Yoo, D. (2000). The determinant of perceived quality and its relationship with satisfaction. *Journal of Services Marketing*, 14(3), 217-231.
- Mundy, S. (2018). Competition heats up in India's online food delivery market. *Financial Times*. Retrieved from <https://www.ft.com/content/365617e6-f239-11e8-ae55-df4bf40f9d0d>
- Ngafifi, M. (2014). Kemajuan teknologi dan pola hidup manusia dalam perspektif sosial budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi*, 2(1), 33-47.
- Pigatto, G., Machado, J. G. d. C. F., Negreti, A. d S., & Machado, L. M. (2017). Have you chosen your request? Analysis of online food delivery companies in Brazil. *British Food Journal*, 119(3), 639-657.
- Prayitno, P. (2018). Potret pengguna internet di Cirebon. *liputan6.com*. Retrieved from <https://www.liputan6.com/regional/read/3398522/potret-pengguna-internet-di-cirebon>
- Ray, A., Dhir, A., Bala, P. K., & Kaur, P. (2019). Why do people use food delivery apps (FDA)? A uses and gratification theory perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 51(November), 221-230.
- Sjahroeddin, F. (2018). *The role of ES-Qual and food quality on customer satisfaction in online food delivery service*. Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar, 9, 551-558.
- Sukarno, P. A. (2019). GoFood Rajai 75 persen pangsa pasar layanan pesan-antar makanan. *ekonomi.bisnis.com*. Retrieved from <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190921/12/1150954/gofood-rajai-75-persen-pangsa-pasar-layanan-pesan-antar-makanan>
- Suyitno, P. P. W., & Herlawati. (2015). Metode regresi linier berganda kualitas super member Supermall terhadap peningkatan jumlah pengunjung pada Supermall Karawang. *Bina Insani ICT Journal*, 2(2), 101-116.
- Taufiqullah. (2020). Pengertian *list*. Retrieved from <https://www.tneutron.net/mikro/pengertian-list/>
- Tumimbang, J. D.F., Lengkong, V. P., & Uhing, Y. (2016). Analisis servicescape, interaction quality, service convenience terhadap service quality pada beberapa

- minimarket di kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(1), 945-955. doi.org: 10.35794/emba.v4i1.11840
- Utomo, D. A. (2013). Motif pengguna jejaring sosial Google+ di Indonesia. *Jurnal e-komunikasi*, 1(3), 147-156.
- Wardoyo, & Andini, I. (2017). Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online pada mahasiswa Universitas Gunadarma. *DAYA SAING: Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 19(1), 12-26.
- Zhang, Y., Fang, Y., Wei, K.-K., Ramsey, E., McCole, P., & Chen, H.(2011). Repurchase intention in B2C e-commerce—A relationship quality perspective. *Information and Management*, 48(6), 192-200.

ANALISIS DETERMINAN FINANCIAL STATEMENT FRAUDULENT DENGAN MODEL BENEISH M-SCORE (STUDI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2016 – 2018

¹Nadia Putri, ²Ira Phajar Lestari
Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma
Jl. Margonda Raya No. 100, Depok 16424, Jawa Barat
¹naadptr@gmail.com, ²iraphajarlestari.ug@gmail.com

Abstrak

Fraud Diamond merupakan indikator prediktif yang dapat digunakan untuk mendeteksi adanya kecurangan dalam laporan keuangan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan Beneish M-Score terhadap kecurangan laporan keuangan oleh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018. Variabel independen yaitu stabilitas keuangan (ACHANGE), target keuangan (ROA), sifat industri (RECEIVABLE), pergantian auditor (AUDCHANGE), pergantian dewan direksi (DCHANGE). Sampel yang digunakan adalah 265 dari 92 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yaitu berupa annual report dari perusahaan yang dipublikasikan pada situs Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi logistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel stabilitas keuangan yang diproksikan oleh perubahan aktiva dan Sifat Industri yang diproksikan oleh perubahan total piutang terhadap penjualan, terbukti berpengaruh terhadap financial statement fraud. Sementara variabel Target Keuangan, Pergantian Auditor, dan Pergantian Dewan Direksi tidak berpengaruh terhadap financial statement fraud. Secara simultan keseluruhan variabel dalam penelitian berpengaruh terhadap Financial Statement Fraud.

Kata Kunci: *capability, fraud diamond, opportunity, pressure, rationalization*

Abstract

This study aims to detect financial statement fraud as measured using Beneish M-Score that occurred in manufacturing companies listed in Indonesia Stock Exchange in 2016-2018 with the use of five independent variables are financial stability, financial target, nature of industry, change in uditor, change of board of director. Samples used in this study are 265 from 92 companies listed in Indonesia Stock Exchange 2016-2018. The data used is secondary data in the form of corporate annual report. The analysis technique used in this research is logistic regression analysis. The results showed that the Financial Stability (ACHANGE) and Nature of Industry (RECEIVABLE) proved to be influential or have the capability to detect financial statement fraud. While the financial targets (ROA), change in auditor (AUDCHANGE) and change of board of director (DCHANGE) is not able to detect financial statement fraud. Simultaneously all variables in this study were able to detect significantly Financial Statement Fraud.

Keywords: *capability, fraud diamond, opportunity, pressure, rationalization*

PENDAHULUAN

Laporan keuangan mencerminkan status perusahaan dalam bentuk data keuangan dan kinerja perusahaan, tujuannya untuk memberikan informasi yang sesuai bagi pengguna laporan keuangan, oleh karena itu laporan keuangan harus disiapkan dengan data yang akurat. Dalam laporan keuangan suatu perusahaan dapat menunjukkan peningkatan kinerja perusahaan dalam kurun waktu tertentu, namun kompleksitas persaingan dalam dunia bisnis dapat mendorong manajemen atau pihak atau entitas tertentu dalam organisasi untuk dengan sengaja melakukan skandal dalam laporan keuangan. seperti memanipulasi laporan keuangan atau informasi yang bersifat penting didalam laporan keuangan tidak diungkapkan secara utuh pada saat penyajiannya. *Association of Certified Fraud Examiners (ACFE)* menjelaskan bahwa *fraud* atau kecurangan tidak akan terjadi apabila individu tersebut tidak memiliki keahlian serta kemampuan dalam melakukan kecurangan. Albrecht, Albrecht, Albrecht & Zimbelman, (2011) menyatakan *fraud* merupakan suatu tindak kecurangan yang dilakukan dengan sengaja dengan cara melanggar peraturan dengan tujuan mendapatkan keuntungan pribadi dan merugikan pihak lain.

Menurut ACFE terdapat tiga praktik kecurangan dalam laporan keuangan yaitu kecurangan terhadap laporan keuangan (*Financial Statement Fraud*), Penyalahgunaan asset (*Asset Misappropriation*) dan korupsi (*Corruption*). Berdasarkan *Report to The Nations on Occupational Fraud and Abuse 2018 Global Fraud Study* yang diterbitkan oleh ACFE sampai dengan tahun 2018 jika dilihat dari kerugian yang dihasilkan, kasus kecurangan laporan keuangan (*Financial Statement Fraud*) menghasilkan kerugian terbesar yaitu \$800.000, untuk kasus penyalahgunaan aset (*Asset Misappropriation*) kerugian yang diakibatkan dari kasus ini mencapai \$114.000 sedangkan kasus korupsi (*Corruption*) kerugian yang dihasilkan sebanyak \$250.000.

Kasus *fraud* yang terjadi di Indonesia adalah *overstated* terhadap laba bersih yang dilakukan secara sengaja oleh PT. Kimia Farma, dimana PT. Kimia Farma dengan sengaja melakukan pencatatan yang salah pada nilai persediaan dan penjualan untuk menaikkan laba bersihnya hingga mencapai angka Rp. 132 miliar pada akhir periode 2001, dari kasus ini penggelembungan laba yang dilakukan oleh PT. Kimia Farma sebanyak Rp.32,688 miliar. Jika dilihat dari kasus PT. Kimia Farma dapat diketahui bahwa ROA digunakan untuk memanipulasi laporan keuangan PT. Kimia Farma (Iswari et al., 2017). Kasus *fraud* yang terjadi juga pada PT. KAI Indonesia yang bergerak dibidang transportasi, PT. KAI pada tahun 2005 terindikasi melakukan kecurangan laporan keuangan dengan mencatat laba bersih sebesar Rp. 6,9 miliar rupiah yang sebenarnya pada saat itu PT. KAI mengalami kerugian sebesar Rp. 63 miliar (Dwi, 2017). Salah satu temuan dari kasus ini adalah didalam laporan keuangan terdapat pengakuan pendapatan selama tahun 2005 oleh PT. KAI terhadap pajak pihak ketiga yang sebenarnya dalam tiga tahun terakhir tidak pernah ditagih. Selain itu PT. Great River International Tbk juga diindikasikan telah melakukan kecurangan laporan keuangan dengan menggelembungkan akun penjualan, akun piutang dan akun aset hingga ratusan milyar rupiah pada laporan keuangannya, hal ini mengakibatkan perusahaan tersebut gagal membayar tagihannya dan mengalami kesulitan dalam arus kas. Atas kasus ini PT. Great River dikenakan sanksi administratif sebesar Rp. 500 juta dan Rp 1 milyar (Aprilia, 2017). Kemudian kasus *Financial Statement Fraud* lainnya yang terjadi pada sektor manufaktur adalah penggelembungan keuntungan perusahaan yang dilakukan oleh perusahaan asal Jepang yaitu Toshiba, Kondisi keuangan Toshiba diduga telah menyimpang karena terjadi penggelembungan

laba hingga US\$ 1,2 miliar selama tujuh tahun. Hal tersebut terjadi pada periode antara April 2008 hingga Maret 2014. Kasus tersebut terungkap sejak April 2015 dan semakin memburuk pada Mei 2015 setelah komite independen mengambil alih evaluasi laporan keuangan, terjadinya kasus ini menyebabkan turunya saham Toshiba sekitar 20% (Hantono, 2018).

Dari uraian kasus di atas dapat dikatakan bahwa masih terdapat kegagalan yang terjadi dalam mendeteksi kecurangan laporan keuangan. Di Indonesia Dewan Standar Profesional dari Institut Akuntan Publik Indonesia (IAPI) yang berperan sebagai regulator dan badan profesi belum menetapkan peraturan secara formal mengenai aturan dan standar audit yang mengikuti perkembangan tersebut, walaupun dalam praktiknya para akuntan di Indonesia telah mengadopsi standar yang diterbitkan oleh AICPA ataupun standar auditing internasional yang ditetapkan IFAC (*International Federation of Accountants*). Standar tersebut menjelaskan tentang tuntutan untuk auditor agar memiliki peran yang lebih besar dalam menemukan kecurangan pada laporan keuangan yang di audit, sebagai contoh SAS No. 99 memberikan panduan tentang bagaimana akuntan dapat menemukan kecurangan perusahaan-perusahaan dalam auditnya, misalnya dengan melakukan *brainstorming* berkaitan dengan kecurangan dan memperhatikan *fraud risk factors* yang berkaitan dengan tekanan (*pressure*), kesempatan (*opportunity*) dan rasionalisasi (*rationalization*) (Sukrisnadi, 2010). Salah satu cara mendeteksi kecurangan yang paling efektif adalah dengan mengetahui terlebih dahulu mulai dari mana harus menerapkan langkah-langkah pengendalian, kemudian memahami faktor-faktor penyebab terjadinya *fraud*, dan menentukan area utama dengan melakukan pemeriksaan yang lebih detail untuk memperkirakan akun mana yang paling berisiko (Yucel, 2013).

Penipuan tidak akan terjadi jika tidak ada seseorang yang tepat dan kemampuan yang tepat untuk mengeksekusi setiap detail *fraud*, dari elemen kemampuan ini dapat digunakan untuk menilai risiko kecurangan, karena posisi seseorang dalam organisasi dapat dimanfaatkan untuk memanfaatkan setiap peluang untuk berkontribusi dalam pelaksanaan *Fraud*, memiliki kemampuan yang sesuai dan cukup pintar, dapat menggunakan pengendalian internal, fungsi dan wewenang untuk memanfaatkan kemampuannya dan kelemahan orang yang sesuai, serta memiliki diri dan kepercayaan diri yang kuat, dan tidak akan ditemukan bersalah atas penipuan (Wolfe & Hermanson, 2004). Terdapat tiga kondisi yang memungkinkan terjadinya tindakan *fraud* yaitu *pressure*, *opportunity*, dan *rationalization*. Teori ini diperkenalkan sebagai *fraud triangle*, seseorang cenderung akan melakukan penipuan apabila mempunyai tekanan dan kontrol yang lemah memberikan celah bagi seseorang untuk melakukan kecurangan dan seseorang yang melakukan tindakan kecurangan menganggap bahwa dirinya tidak melakukan kesalahan (Iswari et al., 2017). Selanjutnya Wolfe dan Hermanson (2004) menambahkan satu kondisi yang memungkinkan terjadinya tindakan *fraud* yang telah ditemukan sebelumnya oleh Cressey pada tahun 1953 dengan *capability* (kemampuan). Terdapat empat kondisi yang memungkinkan terjadinya *fraud* dan dinamakan dengan *fraud diamond*.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menemukan bukti empiris mengenai pengaruh *fraud diamond* terhadap *financial statement fraud* dengan menggunakan model *beneish M-Score* sebagai alat ukur untuk menentukan bukti empiris tentang perusahaan yang melakukan tindakan *fraud* atau *non-fraud*. Penelitian sejenis yang telah dilakukan oleh Oktarigusta (2017) dengan menggunakan 7 variabel indikator *financial pressure* (ACHANGE), *return on assets* (ROA), *leverage* (LEV), *receivable* (REC), jumlah komisaris independen (BDOUT), *total accrual to total assets* (TATA),

dan perubahan direksi (DCHANGE), penelitian ini menggunakan 119 data dari perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi pada rentang tahun 2012- 2015, dengan menggunakan model *beneish M-Score* dan menggunakan analisis regresi logistik sebagai uji statistik memberikan kesimpulan bahwa variabel indikator jumlah komisaris independen (BDOUT) dan *total accrual to total assets* (TATA) berpengaruh terhadap *financial statement fraud*. Penelitian sejenis lainnya dilakukan oleh Aprilia et al., (2017), dengan menggunakan 5 variabel indikator yaitu *financial stability* (ACHANGE), *Inevective monitoring* (BDOUT), *personal financial needs* (OSHIP), *Change in Auditor* (AUDCHANGE), dan *change in director* (DCHANGE) dengan menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2014 dengan menggunakan model *beneish M-Score* dan menggunakan analisis regresi linear berganda sebagai uji statistik, penelitian ini memberikan hasil bahwa *financial stability* (ACHANGE), *Inevective monitoring* (BDOUT) berpengaruh terhadap *financial statement fraud*.

Perbedaan penelitian ini dengan kedua penelitian sebelumnya adalah pada jumlah variabel, periode pengamatan serta pada metode uji statistik yang digunakan. Penelitian ini menggunakan variabel indikator stabilitas keuangan atau *financial stability* (ACHANGE), target keuangan atau *financial target* (ROA), sifat industri atau *nature of industry* (RECEIVABLE), pergantian auditor atau *change in auditor* (AUDCHANGE), dan pergantian dewan direksi atau *change of board of director* (DCHANGE) dengan menggunakan 92 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2016 – 2018. Penelitian ini juga akan menggunakan model *beneish M-Score* sebagai alat ukur untuk menentukan adanya indikasi *financial statement fraud* dan pengaruh variabel terhadap *financial statement fraud*.

KERANGKA TEORI

Konsep *fraud triangle* berdasarkan pada riset yang dilakukan oleh Donald Cressey pada 1953 yang menyimpulkan bahwa *fraud* mempunyai tiga sifat umum. Tiga kondisi yang selalu hadir pada saat terjadinya *Fraud* disebut *fraud triangle* (Priantara, 2013): (1) **Insentif** atau tekanan untuk melakukan *fraud* (*Pressure*) *Pressure* merupakan dorongan terhadap orang untuk melakukan *fraud*. Menurut SAS No. 99 dalam Skousen, Smith dan Wright, (2008) terdapat empat kondisi umum yang terjadi dalam tindakan kecurangan: (a) Stabilitas keuangan (*Financial Stability*) adalah kondisi yang menunjukkan status keuangan perusahaan dalam keadaan stabil. Manajemen perusahaan seringkali mendapatkan tekanan untuk menunjukkan bahwa perusahaan memiliki nilai yang baik dengan cara pengelolaan aset yang baik serta menghasilkan laba yang tinggi (Tiffani & Marfuah, 2015); (b) target keuangan (*Financial Targets*), merupakan risiko dari adanya tekanan yang berlebihan pada manajemen untuk mencapai target keuangan yang ditentukan oleh direksi atau manajemen, termasuk tujuan-tujuan penerimaan insentif dari penjualan maupun keuntungan (Iswari et al., 2017), (c) Kepentingan keuangan pribadi (*Personal Financial Need*). Menurut Skousen et al., (2008) *Personal Financial Need* merupakan suatu kondisi dimana keuangan perusahaan juga dipengaruhi oleh kondisi keuangan para eksekutif perusahaan, Tekanan manajemen untuk memenuhi kebutuhan keuangan pribadinya menjadi salah satu faktor pemicu untuk melakukan kecurangan dengan cara meningkatkan laba perusahaan; (d) Tekanan Eksternal (*External Pressure*) *External Pressure* tekanan berlebihan pada manajemen untuk memenuhi persyaratan atau harapan pihak ketiga (Tiffani & Marfuah, 2015). Untuk mengatasi tekanan tersebut, perusahaan

membutuhkan lebih banyak hutang atau sumber pembiayaan eksternal agar tetap kompetitif, termasuk *R&D* atau belanja modal dan kebutuhan pembiayaan eksternal terkait kas yang dihasilkan melalui pembiayaan hutang (Skousen et al., 2008); (2) **Peluang** (*Opportunity*) Kesempatan adalah kondisi yang memungkinkan terjadinya tindakan kecurangan. Kesempatan dapat terjadi karena lemahnya pengendalian internal, ketidakefektifan pengawasan manajemen dan penyalahgunaan jabatan atau otoritas suatu organisasi sehingga manajemen dapat melakukan manipulasi terhadap transaksi tertentu (Norbarani & Rahardjo, 2012). Menurut SAS No.99 dalam penelitian Skousen et al., (2008) terdapat tiga kondisi umum yang terjadi dalam tindakan kecurangan: (a) Sifat Ideal Industri (*Nature of Industry*) *Nature of industry* adalah keadaan ideal perusahaan dalam industri tersebut. Variabel sifat industri ini dapat digunakan apabila di dalam laporan keuangan perusahaan terdapat akun – akun tertentu yang besar saldonya ditentukan berdasarkan estimasi, contohnya ialah pada akun piutang tak tertagih (Tiffani & Marfuah, 2015); (b) Pengawasan yang Tidak Efektif (*Ineffective Monitoring*) *Ineffective monitoring* merupakan keadaan dimana perusahaan tidak memiliki unit pengawas yang efektif untuk memantau kinerja perusahaan (Norbarani & Rahardjo, 2012). Komisioner independen diyakini dapat meningkatkan efektivitas pengawasan perusahaan. Diharapkan dengan adanya dewan pengawas yang independen, pengawasan perusahaan akan lebih efektif, dan *fraud* atau kecurangan dapat diminimalisir. (Fikriansyah & Tesniwati, 2016); (c) Struktur Organisasi (*Organizational Structure*) *Organizational Structure* sering dikaitkan dengan Multijabatan dewan direksi. Multijabatan dewan direksi merupakan suatu keadaan dimana seorang direksi memiliki jabatan lain di luar perusahaan. (Dwi, 2017). Multijabatan yang dimiliki seseorang akan menyebabkan terjadinya kolusi antar perusahaan serta mengorbankan kepentingan pemegang saham (Rachmawati, 2014); (3) **Pembenaran** (*Rationalization*) *Rationalization* merupakan elemen penting dalam kecurangan, hal ini disebabkan karna pelaku kecurangan mencari kebenaran atas perbuatan kecurangannya. Skousen et al., (2008) juga menjelaskan dua faktor yang mendukung adanya pembenaran dalam tindakan *fraud* menurut SAS No. 99 yaitu (a) Pertukaran Auditor (*Auditor Switch*) Auditor memiliki peran pengawasan yang penting dalam laporan keuangan. Informasi tentang perusahaan yang terindikasi kecurangan, biasanya juga diketahui dari auditor. Perusahaan yang cenderung sering melakukan pergantian auditor maka perusahaan tersebut dapat diindikasikan telah melakukan *fraud*, karena auditor eksternal mungkin sebelumnya telah dapat secara langsung atau tidak langsung mendeteksi semua kemungkinan kecurangan yang dilakukan oleh manajemen (Fikriansyah & Tesniwati, 2016); (b) Opini Audit (Skousen et al., 2008) menyatakan bahwa rasionalisasi merupakan elemen dari *fraud triangle* yang masih sulit untuk dideteksi. Auditor dapat memberikan berbagai pendapat kepada perusahaan yang diaudit berdasarkan apa yang terjadi di perusahaan yang diaudit, wajar tanpa pengecualian dengan bahasa penjelas adalah salah satu opini auditor yang diberikan oleh auditor.

Wolfe dan Hermanson (2004) memberikan satu pandangan baru tentang fenomena *fraud* yang sebelumnya ditemukan oleh Donald Cressey pada tahun 1953 tentang *fraud triangle*. Kemampuan merupakan percampuran dari sifat-sifat dan kemampuan individu untuk melakukan kecurangan, maka kemampuan dapat menunjang seseorang dalam melakukan kecurangan (Tugas, 2012). Posisi seseorang di dalam organisasi dapat memberikan kemampuan (*Capability*) untuk memanfaatkan peluang untuk melakukan kecurangan atau *fraud*. Dewan direksi merupakan orang yang mewakili perusahaan sebagai pemimpin perusahaan tersebut, selain itu dewan direksi juga mewakili pemegang saham dalam mengelola perusahaan. Adanya kompleksitas dan

ketidak stabilan dalam struktur organisasi dapat dikenali dengan banyaknya frekuensi perputaran manajer senior, konsultan dan jajaran direksi (Skousen et al., 2008). Kecurangan laporan keuangan (*Financial Statement Fraud*) memiliki arti salah saji atau pengabaian jumlah atau pengungkapan yang sengaja dilakukan dengan tujuan menipu para pengguna laporan keuangan (Aprilia, 2017). Kecurangan laporan keuangan (*Financial Statement Fraud*) adalah tindakan penipuan yang dilakukan secara sengaja oleh manajemen, sehingga menyebabkan kerugian bagi investor dan kreditor melalui penyajian laporan keuangan yang menyesatkan (Dalnial et al., 2014).

Stabilitas Keuangan sebagai Variabel untuk Mendeteksi *Financial Statement Fraud*

Manajemen seringkali mendapatkan tekanan untuk menunjukkan bahwa perusahaan memiliki nilai yang baik melalui pengelolaan aset yang baik dan menghasilkan keuntungan yang tinggi, sehingga perusahaan akan memberikan return yang tinggi kepada investor. Dengan tujuan tersebut perusahaan akan berusaha menyajikan laporan keuangan yang baik dengan menghalalkan segala cara termasuk melakukan tindakan *fraud* untuk menutupi kondisi stabilitas keuangan yang buruk (Tiffani & Marfuah, 2015). ACHANGE merupakan proksi dari stabilitas keuangan yang diukur dengan tingkat perubahan total aset perusahaan (Sihombing & Rahardjo, 2014). Dalam penelitian Putriasih et al., (2016) variabel stabilitas keuangan dapat digunakan untuk mendeteksi *financial statement fraud*.

Target Keuangan sebagai Variabel untuk Mendeteksi *Financial Statement Fraud*

Dalam menjalankan aktivitas operasionalnya, perusahaan seringkali menetapkan jumlah laba yang ingin dicapai atas aktivitas operasional yang telah dilakukan, alasan untuk mencapai tujuan tersebut dinamakan *target keuangans* (Putriasih et al., 2016). Berdasarkan SAS No. 99 (AICPA 2002), *target keuangans* merupakan suatu risiko yang disebabkan oleh adanya tekanan berlebihan yang terjadi pada manajemen untuk mencapai target keuangan yang ditentukan oleh direksi atau manajemen, termasuk didalamnya tujuan-tujuan penerimaan insentif dari penjualan maupun keuntungan, dalam penelitiannya Skousen et al., (2008) mengatakan bahwa salah satu pengukuran yang dapat digunakan untuk menilai tingkat laba perusahaan adalah dengan menggunakan *Return of Assets* (ROA) yang merupakan ukuran kinerja operasional yang banyak digunakan untuk mengukur seberapa efisien aktiva perusahaan yang telah digunakan. Nilai ROA akan didapatkan apabila membandingkan total laba terhadap total aktiva (Skousen et al., 2008). Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Mardiani, Sukarmanto, Maemunah (2017) variabel *target keuangan* memiliki pengaruh positif terhadap *financial statement fraud*.

Sifat Industri sebagai Variabel untuk Mendeteksi *Financial Statement Fraud*

Sifat industri merupakan keadaan ideal perusahaan dalam industri tersebut. Variabel ini dapat digunakan apabila di dalam laporan keuangan perusahaan terdapat akun – akun tertentu yang besar saldonya ditentukan berdasarkan estimasi, contohnya ialah pada akun piutang tak tertagih (Tiffani & Marfuah, 2015). Menurut Dalnial et al., (2014) tingkat piutang yang tinggi memiliki risiko besar untuk perusahaan melakukan tindak kecurangan. Dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa sifat industri berpengaruh dalam mendeteksi *financial statement fraud*, hasil yang sama juga didapatkan dalam penelitian yang dilakukan Dwi, (2017) bahwa sifat industri berpengaruh dalam mendeteksi *financial statement fraud*.

Pergantian Auditor sebagai Variabel untuk Mendeteksi *Financial Statement Fraud*

SAS No. 99 dalam Skousen et al., (2008) mengemukakan bahwa pengaruh setiap perubahan atau perubahan auditor eksternal perusahaan dapat mengindikasikan kecurangan. Namun, dengan adanya pergantian auditor eksternal, kemungkinan terjadinya kecurangan akan semakin meningkat. Hal ini dikarenakan auditor independen baru masih belum memahami status seluruh perusahaan, hanya saja keterbatasan durasi proses audit menjadi penghambat proses audit yang menemukan kecurangan (Dwi, 2017). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Mardiani et al., 2017) variabel pergantian auditor memiliki pengaruh positif terhadap *financial statement fraud*, hasil yang sama juga didapatkan oleh Septriani & Handayani (2018) menyatakan bahwa Pergantian Auditor dapat digunakan sebagai variabel pendeteksi *financial statement fraud*.

Pergantian Dewan Direksi sebagai Variabel untuk Mendeteksi *Financial Statement Fraud*

Perubahan direksi merupakan penyerahan dan pemindahan wewenang dari direksi lama kepada direksi baru dengan tujuan memperbaiki kinerja manajemen sebelumnya, namun adanya perubahan direksi dapat menimbulkan *stress period* sehingga berdampak pada semakin terbukanya peluang melakukan *fraud* (Annisya, Lindrianasari & Asmaranti, 2016). Wolfe dan Hermanson (2004) menyatakan bahwa penipuan tidak akan terjadi jika tidak ada seseorang yang tepat dan kemampuan yang tepat untuk mengeksekusi setiap detail *fraud*, posisi dari seorang CEO, direksi, maupun kepala divisi lainnya merupakan faktor penentu terjadinya kecurangan, tergantung posisinya yang dapat mempengaruhi orang lain dan kemampuannya memanfaatkan situasi yang kondusif untuk terjadinya kecurangan. Dari penelitian yang dilakukan oleh Mardiani et al. (2017) variabel pergantian Dewan Direksi dapat digunakan dalam mendeteksi *financial statement fraud*.

Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu maka ada beberapa faktor yang digunakan untuk mendeteksi adanya *financial statement fraud*. Faktor-faktor tersebut seperti yang diadopsi oleh Teori Cressey dan dilakukan pengembangan oleh Wolfe dan Hermanson atau lebih dikenal dengan *fraud diamond*. stabilitas keuangan (ACHANGE), Target Keuangan (ROA), Sifat Industri (RECEIVABLE), Pergantian Auditor (AUDCHANGE), dan Pergantian Dewan Direksi (DCHANGE) merupakan variabel independen. Alat untuk mengindikasikan kemungkinan terjadinya *financial statement fraud* yang diprosikan oleh Model M-Score dari Messod D. Beneish sebagai variabel dependen. Kerangka pemikiran tersebut dapat terlihat dalam Gambar 1.

Berdasarkan kerangka teori, kajian penelitian sejenis, dan kerangka penelitian maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

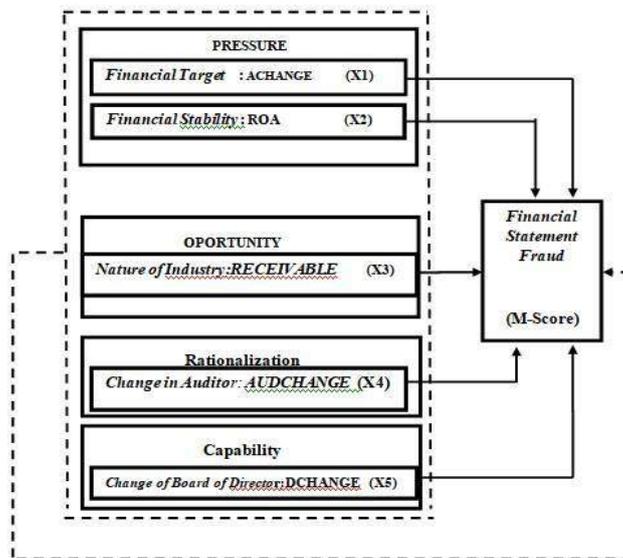
H1: Financial Stability (ACHANGE) berpengaruh terhadap Financial Statement Fraud

H2: Financial Targets (ROA) berpengaruh terhadap Financial Statement Fraud

H3: Nature of Industry (RECEIVABLE) berpengaruh terhadap Financial Statement Fraud

H4: in Auditor (AUDCHANGE) berpengaruh terhadap Financial Statement Fraud

H5: Change of Board of Director (DCHANGE) berpengaruh terhadap Financial Statement Fraud



Gambar 1. Kerangka Penelitian

METODE PENELITIAN

Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018. Jumlah populasi dari penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia yaitu sebanyak 168 perusahaan dengan jumlah sampel sebanyak 265 yang didapatkan melalui pengambilan sampel secara *purposive sampling*. Sampel penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan kriteria sebagai berikut: (1) Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018; (2) Perusahaan manufaktur yang tidak mempublikasikan laporan tahunan lengkap dalam periode tahun 2016-2018; (3) Perusahaan manufaktur yang tidak menggunakan mata uang rupiah (Rp) dalam laporan tahunan periode 2016-2018. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *financial statement fraud* yang diprosikan dengan M-SCORE. Penelitian ini mendeteksi adanya kecurangan laporan keuangan dengan menggunakan *Beneish M-Score* yang ditemukan dan diciptakan oleh Profesor Messod Beneish tahun 1990. Variabel dependen ini bersifat *dummy*, yang kemudian akan mengkategorikan dua jenis perusahaan yaitu untuk perusahaan yang melakukan kecurangan (*fraud*) dengan kode 1 (satu) dan perusahaan yang tidak melakukan kecurangan (*non fraud*) dengan kode 0 (nol). Kategori perusahaan yang terindikasi melakukan *financial statement fraud* ini dapat dideteksi melalui Beneish M-Score Model. Hasil dari perhitungan M-Score akan menggambarkan kondisi perusahaan, apabila perusahaan yang memiliki nilai M-Score > -2,22 maka dapat dikatakan perusahaan tersebut melakukan *financial statement fraud* (Tiffani & Marfuah, 2015). *Beneish M-Score* dapat diukur dengan formula (1) (Christy, 2015):

$$\begin{aligned}
 \text{Beneish M-Score} = & -4,840 + 0,920 \text{ DSRI} + 0,528 \text{ GMI} + 0,404 \text{ AQI} \\
 & + 0,892 \text{ SGI} + 0,115 \text{ DEPI} - 0,172 \text{ SGAI} - 0,327 \\
 & \text{LVGI} + 4,697 \text{ TATA}
 \end{aligned}
 \tag{1}$$

Komponen perhitungan M-Score terdapat 8 variabel yang terdiri dari *Days Sales in Receivable* (DSRI), *Gross Margin Index* (GMI), *Asset Quality Index* (AQI), *Sales Growth Index* (SGI), *Depreciation Index* (DEPI), *Sales General and Administrative Expenses Index* (SGAI), *Leverage Index* (LVGI) dan *Total Accruals to Total Assets* (TATA) dimana 8 variabel tersebut akan digunakan untuk mendeteksi kecurangan pada laporan keuangan penjelasan dari masing – masing variabel yang terdapat dalam rumus tersebut.

a) *Days Sales in Receivable Index* (DSRI)

Variabel DSRI ini mengukur apakah piutang dan pendapatan dalam kondisi seimbang atau tidak (*out of balance*) selama dua tahun. DSRI dapat dihitung dengan formula (2).

$$DSRI = \frac{\text{Account receivable}_n : \text{Sales}_n}{\text{Account receivable}_{n-1} : \text{Sales}_{n-1}} \quad (2)$$

b) *Gross Margin Index* (GMI)

Variabel GMI menghitung margin laba atau laba kontribusi suatu perusahaan. GMI dapat dihitung dengan formula (3).

$$GMI = \frac{\frac{(\text{Sales}_{n-1} - \text{Cost of Sales}_{n-1})}{\text{Sales}_{n-1}}}{\frac{(\text{Sales}_n - \text{Cost of Sales}_n)}{\text{Sales}_n}} \quad (3)$$

c) *Asset Quality Index* (AQI)

Variabel AQI digunakan mengukur risiko assets pada tahun i terhadap assets tahun i-1. AQI dapat dihitung dengan formula (4).

$$AQI = \frac{\frac{1 - (\text{Current Assets}_n + \text{Net Fixed Assets}_n)}{\text{Total Assets}_n}}{\frac{1 - (\text{Current Assets}_{n-1} + \text{Net Fixed Assets}_{n-1})}{\text{Total Assets}_{n-1}}} \quad (4)$$

d) *Sales Growth Index* (SGI)

Variabel SGI membandingkan jumlah penjualan periode berjalan dengan jumlah penjualan periode sebelumnya. SGI dapat dihitung dengan membagi sales tahun ke n dengan tahun sebelumnya (n-1)

e) *Depreciation Index* (DEPI)

Variabel DEPI menghitung depresiasi aset perusahaan untuk mengukur estimasi *Asset Useful lives*, DEPI dapat dihitung dengan formula (5).

$$DEPI = \frac{(\text{Depreciation}/(\text{Depreciation} + \text{PPE}))_{n-1}}{(\text{Depreciation}/(\text{Depreciation} + \text{PPE}))_n} \quad (5)$$

f) *Sales General and Administrative Expenses Index* (SGAI)

Variabel SGAI menginterpretasikan bahwa peningkatan yang tidak proporsional dalam penjualan sebagai suatu tanda negative terhadap prospek perusahaan di masa mendatang. SGAI dapat dihitung dengan formula (6).

$$SGAI = \frac{(SGA\ Expense/Sales)_n}{(SGA\ Expense/Sales)_{n-1}} \quad (6)$$

g) *Leverage Index (LVGI)*

Variabel ini dirancang untuk mengetahui apakah terdapat insentif untuk memanipulasi pendapatan dalam kontrak hutang. LVGI dapat dihitung dengan formula (7).

$$LVGI = \frac{(Long\ Term\ Debt + Current\ Liabilities)/Total\ Assets_n}{(Long\ Term\ Debt + Current\ Liabilities)/Total\ Assets_{n-1}} \quad (7)$$

h) *Total Accrual to Total Assets (TATA)*

Variabel TATA digunakan untuk memperkirakan sejauh mana *cash* menjadi dasar pelaporan pendapatan dan juga memprediksi laba yang diperoleh (dikurangi *cash*) yang lebih tinggi terkait dengan kemungkinan manipulasi pendapatan yang lebih tinggi. TATA dapat dihitung dengan formula (8).

$$TATA : \frac{Net\ income\ from\ continuing\ operation_n - Cash\ flow\ from\ activity\ operation_n}{Total\ Assets_n} \quad (8)$$

Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang membantu menjabarkan varians dalam variabel terikat (Norbarani & Rahardjo, 2012). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah merupakan variabel indikator dalam menentukan *financial statement fraud* yaitu *Pressure*, *Opportunity*, *Rationalization*, dan *Capability* yang kemudian dikembangkan atau diproksikan menjadi 5 variabel yaitu stabilitas keuangan (ACHANGE), target keuangan (ROA), sifat industri (RECEIVABLE), Pergantian Auditor (AUDCHANGE) dan Pergantian Dewan Direksi (DCHANGE). Untuk mengukur variabel independen dalam penelitian ini menggunakan beberapa formula yaitu:

a. Stabilitas Keuangan (ACHANGE)

$$ACHANGE = \frac{Total\ aset_n - Total\ aset_{n-1}}{Total\ aset_{n-1}}$$

b. Target Keuangan (ROA) yaitu laba bersih dibagi dengan total aset

c. Sifat Industri (RECEIVABLE) yaitu piutang tahun ke n dibagi penjualan tahun ke n, dikurangi dengan piutang tahun lalu, dibagi penjualan tahun lalu.

d. Pergantian Auditor (AUDCHANGE)

Pergantian Auditor diproksikan dengan AUDCHANGE yaitu apabila perusahaan melakukan pergantian auditor eksternal selama periode penelitian diberi kode dummy 1. Untuk perusahaan yang tidak melakukan pergantian auditor eksternal selama periode penelitian diberi kode dummy 0.

e. Pergantian Dewan Direksi (DCHANGE)

Pergantian Dewan Direksi diproksikan dengan DCHANGE yang diukur dengan variabel dummy. Apabila terjadi pergantian direksi perusahaan selama periode

penelitian maka diberi kode 1. Sebaliknya apabila tidak terjadi pergantian direksi selama periode penelitian maka diberi kode 0.

Teknik menganalisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif untuk memperkirakan secara kuantitatif pengaruh dari beberapa variabel independen secara bersama-sama maupun secara parsial terhadap variabel dependen. Laporan Tahunan dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2018 adalah data yang digunakan untuk mengukur *Beneish M-Score* dalam penelitian ini. Pengujian hipotesis dilakukan dengan regresi logistik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan perhitungan Beneish M-Score Model, dari 92 perusahaan manufaktur yang dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini ada 56 perusahaan memiliki nilai M-Score di atas -2,22 hal ini berarti perusahaan tersebut mempunyai indikasi melakukan *financial statement fraud*. Untuk mengetahui faktor penyebab apa saja yang memengaruhi terjadinya financial statement fraud, pada bagian selanjutnya akan dibahas analisis regresi logistik yang digunakan untuk menentukan faktor apa saja yang memengaruhi financial statement fraud. Analisis regresi logistik digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi logistik. Penelitian ini menggunakan stabilitas keuangan, target keuangan, sifat industri, Pergantian Auditor dan pergantian direksi sebagai variabel independen, serta *Financial Statement Fraud* sebagai variabel dependennya. Dari hasil uji regresi logistik akan membentuk persamaan yang dapat dilihat pada Tabel 1. di bawah ini:

Tabel 1. Persamaan Regresi Logistik

Variable	®	S.E	Wald	Df	Sig	Exp(®)
ACHANGE	4,996	1,203	17,248	1	0,000	147,804
ROA	2,214	1,518	2,129	1	0,145	9,157
RECEIVABLE	29,301	6,126	22,879	1	0,000	5,314
AUDCHANGE	0,064	0,386	0,027	1	0,868	1,066
DCHANGE	0,100	0,342	0,086	1	0,769	1,105
CONSTANT	-2,108	0,433	23,696	1	0,000	0,122

Berdasarkan Tabel 1. persamaan penelitian ini dengan variabel ACHANGE, ROA, RECEIVABLE, AUDCHANGE, dan DCHANGE sebagai berikut:

$$\text{M-SCORE} = -2,108 + 4,996 \text{ ACHANGE} + 2,214 \text{ ROA} + 29,301 \text{ RECEIVABLE} + 0,064 \text{ AUDCHANGE} + 0,100 \text{ DCHANGE}$$

Dalam analisis regresi logistik, *Variable of Equation* digunakan untuk menganalisis pengaruh secara parsial variabel independen terhadap variabel dependennya. Berikut ini adalah hipotesis yang digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial:

H0 = *Financial stability* (ACHANGE), *Financial Targets* (ROA), *Nature of industry* (RECEIVABLE), *Change in Auditor* (AUDCHANGE), dan *Change of Board of Director* (DCHANGE) secara parsial tidak berpengaruh terhadap *Financial Statement Fraud*.

H1 = *Financial stability* (ACHANGE), *Financial Targets* (ROA), *nature of industry* (RECEIVABLE), *change in auditor* (AUDCHANGE), dan *change of board of director* (DCHANGE) secara parsial berpengaruh terhadap *Financial Statement Fraud*.

Berikut ini adalah Tabel 2. *output* mengenai pengaruh secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 2. Output Pengaruh Secara Parsial

Variabel	B	Sig.
ACHANGE	4,996	0,000
ROA	2,214	0,145
RECEIVABLE	29,301	0,000
AUDCHANGE	0,064	0,868
DCHANGE	0,100	0,769

Selanjutnya hasil analisis dari uji *Variable of Equation* di Tabel 2. adalah sebagai berikut: (1) Pengaruh stabilitas keuangan terhadap *Financial Statement Fraud*, koefisien *stabilitas keuangan* yaitu 4,996 dan nilai signifikansi (sig) 0,000. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka keputusan yang diambil adalah H0 ditolak dan H1 diterima, dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa stabilitas keuangan berpengaruh positif terhadap *financial statement fraud*; (2) Pengaruh target keuangan terhadap *financial statement fraud*, nilai koefisien target keuangan yaitu 2,214 dan nilai signifikansi (sig) 0,145. Jika nilai signifikansi > 0,05 maka keputusan yang diambil adalah H0 diterima dan H1 ditolak, dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa stabilitas keuangan tidak berpengaruh terhadap *financial statement fraud*; (3) Pengaruh sifat industri terhadap *financial statement fraud*, nilai koefisien target keuangan yaitu 29,301 dan nilai, signifikansi (sig) 0,000. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka keputusan yang diambil adalah H0 ditolak dan H1 diterima, dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa *nature of industry* berpengaruh positif terhadap *financial statement fraud*; (4) Pengaruh pergantian auditor terhadap *financial statement fraud*, nilai koefisien pergantian auditor yaitu 0,064 dan nilai signifikansi (sig) 0,763. Jika nilai signifikansi > 0,05 maka keputusan yang diambil adalah H0 diterima dan H1 ditolak, dari hasil ini dapat ditarik kesimpulan bahwa pergantian auditor tidak berpengaruh terhadap *financial statement fraud*; (5) Pengaruh Pergantian Dewan Direksi terhadap *Financial Statement Fraud*, nilai koefisien pergantian dewan direksi yaitu 0,100 dan nilai signifikansi (sig) 0,868. Jika nilai signifikansi > 0,05 maka keputusan yang diambil adalah H0 diterima dan H1 ditolak, dari hasil ini dapat ditarik kesimpulan bahwa Pergantian Dewan Direksi tidak berpengaruh terhadap *financial statement fraud*.

Dalam analisis regresi logistik *maximum likelihood* digunakan untuk menganalisis pengaruh secara simultan variabel independen terhadap variabel dependennya. Berikut ini adalah hipotesis yang digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan:

H0 = *Financial stability* (ACHANGE), *Financial targets* (ROA), *Nature of industry* (RECEIVABLE), *Change in Auditor* (AUDCHANGE), dan *Change of Board of Director* diprosikan dengan DCHANGE secara simultan tidak berpengaruh terhadap *Financial Statement Fraud*.

H1= *Financial stability* (ACHANGE), *Financial Targets* (ROA), *Nature of industry* (RECEIVABLE), *Change in Auditor* (AUDCHANGE), dan *Change of Board of Director*

diproksikan dengan (DCHANGE) secara simultan berpengaruh terhadap *Financial Statemen Fraud*.

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa nilai chi-square 78,928 dan nilai signifikansi (Sig.) sebesar $0,000 < 0,05$ hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. dapat ditarik kesimpulan bahwa stabilitas keuangan (ACHANGE), target keuangan (ROA), sifat industri (RECEIVABLE), pergantian auditor (AUDCHANGE), dan pergantian dewan direksi diproksikan dengan DCHANGE secara simultan berpengaruh terhadap *Financial Statemen Fraud*. Koefisien determinasi dihitung untuk menilai seberapa besar variabel independen dapat memengaruhi variabel dependennya. Pada analisis regresi logistik, nilai koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai *Nagelkerke's R Square*. Berdasarkan pengolahan data diperoleh nilai Cox dan Snell R Square 0,2588 dan nilai *Nagelkerke's R Square* 0,377. Hal ini artinya bahwa pengaruh variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen hanya sebesar 0,377 atau 37,7%. Dengan kata lain penyebab terjadinya *Financial Statement Fraud* dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini sebesar 62,3%.

Pengaruh stabilitas keuangan terhadap *Financial Statement Fraud*

Penelitian ini memberikan hasil bahwa stabilitas keuangan berpengaruh positif terhadap *financial statement fraud*, hasil penelitian ini mendapati bahwa terdapat kecenderungan pada perusahaan manufaktur di Indonesia yang melakukan *financial statement fraud*, hal ini ditandai dengan apabila terjadi perubahan total aktiva di suatu perusahaan yang disebabkan oleh kondisi keuangan perusahaan yang semakin tidak stabil, sehingga dapat meningkatkan kemungkinan terjadinya *financial statement fraud*. Akan tetapi apabila kondisi keuangan suatu perusahaan stabil maka dapat mengurangi tingkat kemungkinan terjadinya *financial statement fraud*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Skousen et al., (2008) yang menjelaskan ketika total aset mengalami kenaikan maka probabilitas terjadinya kecurangan akan meningkat. Tingginya nilai aset yang dimiliki suatu perusahaan akan menarik perhatian investor, untuk itu manajemen perusahaan berusaha sebaik mungkin untuk menyajikan kondisi perusahaan yang stabil melalui laporan keuangan yang terlihat meyakinkan bagi investor (Caesar, 2017), namun tidak setiap saat kondisi tersebut dapat terjadi atau tidak setiap saat kondisi perusahaan dalam keadaan stabil, ada saat dimana perusahaan memiliki kondisi yang tidak stabil yang dapat disebabkan oleh faktor-faktor tertentu seperti kerugian atau keadaan ekonomi suatu Negara (Annisya et. al, 2016).

Pengaruh Target Keuangan terhadap *Financial Statement Fraud*

Penelitian ini memberikan hasil bahwa target keuangan tidak memiliki pengaruh terhadap *financial statement fraud*. Hasil penelitian ini. Hal ini menandakan bahwa apabila jumlah laba meningkat secara signifikan hal ini akan meningkatkan kemungkinan terjadinya *financial statement fraud*, akan tetapi apabila laba stabil maka kemungkinan terjadinya *financial statement fraud* akan berkurang. Tidak berpengaruhnya ROA dalam penelitian ini dapat disebabkan oleh fakta bahwa manajer yakin bahwa target ROA perusahaan masih dalam tingkat evaluasi yang wajar. Dalam hal ini, manajer tidak akan menganggap tujuan ROA sebagai tujuan keuangan yang sulit dicapai, sehingga ROA yang lebih besar tidak akan memicu terjadinya kecurangan laporan keuangan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Tiffani dan Marfuah, (2015), Septriani dan Handayani, (2018), dan Caesar, (2017). Namun hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dwi (2017), dan Iswari et al. (2017).

Pengaruh Sifat Industri terhadap *Financial Statement Fraud*

Penelitian ini memberikan hasil bahwa sifat industri memiliki pengaruh positif terhadap *financial statement fraud*. Hal ini berarti terdapat kecenderungan pada perusahaan manufaktur di Indonesia yang melakukan *financial statement fraud*, hal ini dapat dilihat dari nilai piutang dari suatu perusahaan, apabila semakin tinggi maka kemungkinan terjadinya *financial statement fraud* akan semakin tinggi. Piutang merupakan tagihan perusahaan kepada pihak lain karena perusahaan telah menjual produknya kepada pihak lain secara kredit. Besarnya nilai piutang yang dimiliki suatu perusahaan maka diiringi juga oleh resiko akan tidak tertagihnya piutang tersebut. Piutang yang tidak tertagih akan menjadi beban yang harus ditanggung oleh perusahaan dan beban kerugian piutang tersebut akan mengurangi jumlah laba yang dihasilkan suatu perusahaan dalam periode tertentu. Jika laba yang dihasilkan suatu perusahaan dalam periode tertentu menurun, maka nilai perusahaan juga menurun sedangkan seperti yang telah kita ketahui pada pembahasan bagian sebelumnya, tugas manajer berkewajiban untuk meningkatkan nilai perusahaan. Apabila terjadi kondisi demikian maka akan menimbulkan dorongan bagi manajer untuk melakukan manipulasi (Dwi, 2017). Adanya peningkatan jumlah piutang perusahaan dari periode sebelumnya juga dapat menjadi indikasi bahwa perputaran kas perusahaan tersebut tidak baik banyaknya piutang usaha yang dimiliki suatu perusahaan pasti akan mengurangi jumlah kas yang bisa digunakan untuk kegiatan operasionalnya, batasan jumlah uang tunai juga dapat memberikan peluang manajemen untuk laporan keuangan yang mengandung kecurangan (Iswari et al., 2017). Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian Aprilia (2017), penelitian yang dilakukan oleh Fikriansyah dan Tesniwati, (2016), namun hasil penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Caesar (2017), serta Rachmawati, (2014).

Pengaruh Pergantian Auditor terhadap *Financial Statement Fraud*

Penelitian ini memberikan hasil bahwa Pergantian Auditor tidak memiliki pengaruh terhadap *Financial Statement Fraud*. Hal ini menunjukkan bahwa pergantian auditor tidak dapat mendeteksi kecurangan dalam laporan keuangan. Menurut Sihombing dan Rahadjo, (2014) auditor eksternal perusahaan berubah karena perusahaan tidak puas dengan kinerja auditor independen sebelumnya. Jika perusahaan memiliki motivasi yang positif, maka keputusan mengganti auditor hanya untuk mendapatkan hasil yang obyektif dan untuk perbaikan kinerja perusahaan dimasa yang akan datang, hasil penelitian ini kemungkinan disebabkan karena perusahaan sampel yang melakukan Penggantian auditor bukan untuk menutupi kecurangan dalam laporan keuangan yang dilakukan oleh manajemen atau auditor lama, tetapi karena perusahaan ingin mematuhi Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 17/PMK.01/2008 pasal 3 ayat 1, dalam peraturan tersebut disebutkan bahwa KAP yang sama dapat memberikan jasa audit umum kepada suatu entitas sampai dengan 6 (enam) tahun buku berturut-turut, sedangkan auditor yang sama dapat memberikan jasa audit kepada klien yang sama sampai dengan 3 (tiga) tahun berturut-turut. (Tiffani & Marfuah, 2015). Hasil penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dwi, (2017) serta Rachmawati, (2014) namun hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tiffani & Marfuah, (2015), Sihombing & Rahardjo, (2014), serta Iswari et al., (2017).

Pengaruh Pergantian Dewan Direksi terhadap *Financial Statement Fraud*

Penelitian ini memberikan hasil bahwa Pergantian Dewan Direksi tidak memiliki pengaruh terhadap *Financial Statement Fraud*. Hal ini menunjukkan bahwa pergantian

dewan direksi tidak dapat mendeteksi kecurangan pada laporan keuangan. Hasil penelitian ini menunjukkan kemungkinan terjadi bukan karena pihak manajemen perusahaan ingin menutupi tindakan kecurangan yang dilakukan oleh para anggota direksi. Tetapi karena para pemangku kepentingan tertinggi dalam perusahaan sampel menginginkan adanya perbaikan kinerja perusahaan dengan cara merekrut direksi baru yang dianggap lebih kompeten dibandingkan dengan direksi yang sebelumnya (Wolfe & Hermanson, 2004). Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Caesar, 2017) dan Fikriyansyah (2016). Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Dwi, 2017) yang menjelaskan dengan adanya pergantian direksi dapat dijadikan sebagai upaya untuk menyingkirkan direksi yang dianggap telah mengetahui tindakan kecurangan yang dilakukan oleh perusahaan serta perubahan susunan direksi dianggap akan membutuhkan waktu adaptasi sehingga kinerja awal tidak maksimal.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan pada bagian sebelumnya, maka simpulan dari penelitian ini adalah dari lima variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini, hanya dua variabel yang berpengaruh terhadap *financial statement fraud* yaitu stabilitas keuangan dan sifat industri. Ketiga variabel lainnya yaitu target keuangan, pergantian auditor, dan pergantian dewan direksi menunjukkan bahwa keempat variabel tersebut tidak memiliki terhadap *financial statement fraud*. Secara bersama-sama stabilitas keuangan, target keuangan, sifat industri, pergantian auditor, pergantian dewan direksi dapat mendeteksi *financial statement fraud* menggunakan Beneish M-Score, dengan perkataan lain model dalam penelitian ini layak untuk digunakan sebagai model untuk analisis terkait *financial statement fraud*. Berdasarkan hasil penelitian, stabilitas keuangan dan sifat industri dapat mendeteksi adanya *financial statement fraud*. Sebaiknya investor lebih berhati-hati dalam berinvestasi dan bukan hanya karena melihat tingkat pengembalian yang tinggi melainkan kualitas informasi yang baiklah yang harus didapatkan. Saran lainnya yaitu sebaiknya pihak manajemen lebih mempertimbangkan dalam penentuan target keuangan agar terhindar dari praktik *fraud*, terutama *financial statement fraud*. Hal ini diperlukan apabila kinerja perusahaan bersih dari tindakan kecurangan maka investor akan lebih tertarik untuk berinvestasi di perusahaan tersebut.

Dalam melakukan proses audit sebaiknya KAP lebih melihat secara detail dalam menelusuri jejak transaksi, khususnya apabila terdapat klien yang memiliki tingkat perubahan aset yang menurun, jumlah piutang yang tinggi dan ROA yang tinggi. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk melakukan penambahan sampel perusahaan serta menggunakan rentang waktu periode penelitian yang lebih lama dari penelitian ini dan menggunakan variabel lain seperti *personal financial need*, *ineffective monitoring*, dan opini audit.

DAFTAR PUSTAKA

- Albrecht, W. S., Albrecht, C. O., Albrecht, C. C., & Zimbelman, M. F. (2011). *Fraud Examination* (4th ed.). Cengage Learning, Ohio.
- Annisya, M., Lindrianasari, & Asmaranti, Y (2016). Pendeteksian kecurangan laporan keuangan menggunakan *Fraud Diamond*. *Jurnal Bisnis Ekonomi (JBE)* 23(1), 72-89.
- Aprilia. (2017). Analisis pengaruh fraud pentagon terhadap kecurangan laporan keuangan menggunakan Beneish Model pada perusahaan yang menerapkan ASEAN

- Corporate Governance Scorecard. *Jurnal ASET (Akuntansi Riset)*, 9(1), 101–132.
- Aprilia, R., Hardi, & Al-Azhar, A. (2017). Pengaruh financial stability, personal financial need, *ineffective monitoring*, *change in auditor* dan *change in director* terhadap financial statement fraud dalam perspektif fraud diamond. *JOM Fekon*, 4(1), 1472–1486.
- Association of Certified Fraud Examiner (ACFE). (2018). *Report to the nations on occupational fraud and abuse global for study*. ACFE, USA.
- Caesar, M. (2017). *Analisis fraud diamond dalam mendeteksi financial statement fraud (Studi pada perusahaan property, real estate dan building construction yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015)* (Undergraduate's thesis). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Christy, I. M., Sugito, & Hoyyi, A. (2015). Penerapan formula Beneish MScore dan analisis diskriminan linier untuk klasifikasi perusahaan manipulator dan non Manipulator (Studi kasus di Bursa Efek Indonesia tahun 2013. *Jurnal Gaussian*, 4(2), 287-293.
- Dalnial, H., Kamaluddin, A., Sanusi, Z. M., & Khairuddin, K. S. (2014). Detecting fraudulent financial reporting through financial statement analysis. *Journal of Advanced Management Science*, 2(1), 17–22.
- Dwi, F. R. (2017). *Analisis fraud diamond dalam mendeteksi financial statement fraud dengan menggunakan Beneish M-Score model dan faktor-faktor yang mempengaruhinya (Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2015)* (Undergraduate's thesis). Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma.
- Fikriansyah, & Tesniwati, R. (2016). *Analisis fraud diamond dalam mendeteksi financial statement fraud dengan menggunakan fraud score model (Studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012 - 2014)* (Undergraduate's thesis). Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma.
- Hantono. (2018). Analisis pendeteksian financial statement fraud dengan pendekatan model Beneish pada perusahaan BUMN. *Going Concern Jurnal Riset Akuntansi*, 13(3), 254–269.
- Iswari, F. H. S., & Anggrainie, N. (2017). *Analisis fraud pentagon dalam mendeteksi kecurangan laporan keuangan (Studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016)* (Undergraduate's thesis). Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma.
- Mardiani, S., Sukarmanto, Th. E., & Maemunah, M. (2017). Pengaruh fraud diamond terhadap pendeteksian financial statement fraud dengan komite audit sebagai variabel moderasi. *Prosiding Akuntansi*, 3(2), 476–484.
- Norbarani, L., & Rahardjo, S. N. (2012). *Pendeteksian kecurangan laporan keuangan dengan analisis fraud triangle yang diadopsi dalam SAS No. 99* (Undergraduate's thesis). Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
- Oktarigusta, L. (2017). Analisis fraud diamond untuk mendeteksi terjadinya financial statement fraud di perusahaan. *Daya Saing: Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 19(2), 93–108.
- Priantara, D. (2013). *Fraud auditing & investigation* (1st ed.). Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Putriasih, K., Herawati, N. T., & Wahyuni, M. A. (2016). Analisis fraud diamond dalam mendeteksi financial statement fraud: Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2015. *E-journal SI Ak*

- Universitas Pendidikan Ganesha*, 6(3), 1-12.
- Rachmawati, K. K. (2014). Pengaruh faktor-faktor dalam perspektif fraud triangle terhadap fraudulent financial reporting (Studi kasus pada perusahaan berdasarkan sanksi dari Bapepam periode 2008-2012). *Diponegoro Journal of Accounting*, 3(2), 693-706.
- Sihombing, K. S., & Rahardjo, S. N. (2014). Analisis fraud diamond dalam mendeteksi financial statement fraud: Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2010 - 2012. *Diponegoro Journal of Accounting*, 3(2), 657-668.
- Septriani, Y., & Handayani, D. (2018). Mendeteksi kecurangan keuangan dengan analisis fraud pentafon. *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 11(1), 11–23.
- Skousen, C. J., Smith, K. R., & Wright, C. J. (2008). Detecting and predicting financial Statement fraud: The effectiveness of the fraud triangle and SAS No. 99. *SSRN Electronic Journal*, available at https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1295494.
- Sukrisnadi, D. (2010). Pemakaian ukuran f-score dalam kasus-kasus salah saji laporan keuangan di Pasar Modal Indonesia (Master's thesis). Pasca Sarjana, Universitas Indonesia.
- Tiffani, L., & Marfuah. (2015). Deteksi financial statement fraud dengan analisis fraud trianggel pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, 19(2), 112–125.
- Tugas, F. C. (2012). Exploring a new element of fraud: A study on selected financial accounting fraud cases in the world. *American International Journal of Contemporary Research*, 2(6), 112–121.
- Wolfe, B. D. T., & Hermanson, D. R. (2004). *Print the fraud diamond: Considering the four elements of fraud*. 12(Exhibit 1), 38–42.
- Yucel, E. (2013). Effectiveness of red flags in detecting fraudulent financial reporting: An application in Turkey. *Journal of Accounting and Finance*, 139–158. Available at <https://www.journal.mufad.org/attachments/article/716/9.pdf>

DETERMINAN *TRANSFER PRICING* PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN

¹Riska Evi Yanti, ²Caecilia Widi Pratiwi
^{1,2}Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma
Jl. Margonda Raya No. 100, Depok 16424, Jawa Barat
¹riskaevi84@gmail.com, ²widipratiwi72@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pengaruh variabel pajak, mekanisme bonus, debt covenant, kepemilikan asing, firm size dan multinationality terhadap transfer pricing. Populasi dalam penelitian adalah 47 perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2014-2018 dan sampel yang diperoleh adalah 8 perusahaan pertambangan yang diperoleh menggunakan metode purposive sampling. Analisis regresi linier berganda diterapkan dalam penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pajak, mekanisme bonus, debt covenant, kepemilikan asing, firm size dan multinationality secara simultan berpengaruh terhadap transfer pricing. Secara parsial hanya debt covenant, kepemilikan asing, dan firm size yang berpengaruh terhadap transfer pricing. Semakin besar debt to equity ratio (DER) suatu perusahaan maka semakin tinggi transfer pricing. Semakin besar tingkat kepemilikan asing pada perusahaan maka transfer pricing semakin rendah. Semakin besar ukuran perusahaan maka transfer pricing semakin rendah.

Kata Kunci: *debt covenant, firm size, mekanisme bonus, kepemilikan asing, transfer pricing*

Abstract

The purpose of this research was to analyze the effect of tax variables, bonus mechanism, debt covenant, foreign ownership, firm size and multinationality on transfer pricing. The population in this research were 47 mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2014-2018 period and the samples obtained were 8 mining companies obtained using purposive sampling method. Multiple linear regression analysis was applied in this research. The results showed that tax, bonus mechanism, debt covenant, foreign ownership, firm size and multinationality simultaneously affect transfer pricing. Partially only debt covenant, foreign ownership, and firm size that affect transfer pricing. The greater the debt to equity ratio (DER) of a company, the higher the transfer pricing. The greater the level of foreign ownership in the company, the lower the transfer pricing. The larger the firm size, the lower the transfer pricing.

Keywords: *bonus mechanism, debt covenant, firm size, foreign ownership, transfer pricing*

PENDAHULUAN

Era globalisasi menjadi salah satu penyebab pesatnya perkembangan ekonomi di dunia, hal ini ditandai dengan berkembangnya perusahaan-perusahaan nasional menjadi multinasional sehingga menyebabkan tidak adanya batasan perekonomian antar negara di seluruh dunia. Dengan tujuan memperkuat bisnisnya beberapa perusahaan mendirikan anak perusahaan di berbagai negara. Pendirian induk perusahaan (*holding company*)

maupun anak perusahaan di luar negeri merupakan bagian dari strategi pada bisnis. Globalisasi mengakibatkan mudahnya proses transaksi dari suatu negara ke negara lainnya. Namun adanya transaksi antar negara menimbulkan masalah yakni adanya perbedaan tarif pajak yang berlaku.

Transaksi hubungan istimewa biasanya terjadi pada *multinational company* yang masih dalam satu grup usaha. Hal ini dapat mengarah pada praktik *transfer pricing* guna menghindari tarif pajak yang tinggi sehingga kenaikan atau penurunan harga terjadi secara tidak wajar. Hansen dan Mowen (2007) menyatakan bahwa jika setiap negara memiliki struktur pajak yang sama, maka *transfer pricing* akan ditetapkan secara independen dari pajak. Namun karena perbedaan struktur dan peraturan perpajakan di berbagai negara menjadikan pajak sebagai salah satu faktor yang mendasari *transfer pricing*. Sebenarnya *transfer pricing* boleh saja diterapkan asalkan sesuai pedoman yang berlaku. Menurut Peraturan Direktorat Jenderal Pajak Nomor PER-32/PJ/2011 sebagaimana telah diubah atas Peraturan Direktorat Jendral Pajak PER/43/PJ/2010. Prinsip kewajaran dan kelaziman usaha mengatur bahwa jika kondisi dalam transaksi antar pihak berelasi maka harga atau laba dalam transaksi harus sama atau berada dalam rentang harga atau laba dalam transaksi yang dilakukan antara pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa yang menjadi pembanding. Prinsip kewajaran dan kelaziman usaha ditentukan oleh kekuatan pasar sehingga transaksi mencerminkan harga pasar yang wajar.

Berdasarkan data *transfer pricing survey series* 2016 yang dipublikasikan oleh Ernst & Young terhadap 623 *transfer pricing executives* di 36 yuridiksi di 17 industri menemukan bahwa responden menghadapi lebih banyak sengketa *transfer pricing* di lebih banyak yurisdiksi dibanding tahun-tahun sebelumnya dan mungkin lebih signifikan pada masa yang akan datang. Dalam merespon hasil temuan tersebut para responden mengantisipasi gelombang konflik yang semakin luas yaitu mencakup wilayah geografis maupun hal lainnya. Hasil penemuan tersebut disajikan dalam tabel di bawah ini.

Tabel 1. Survei Terkait Isu Transfer Pricing di Dunia

TAX ISSUES	PERCENTAGE
Last three years	
<i>Transfer pricing of goods/services</i>	72
<i>Intangibles</i>	32
<i>Intra-group financing</i>	39
<i>Permanent Establishment</i>	27
<i>Indirect: VAT GST</i>	28
<i>Indirect: customs</i>	14
<i>Factors relating to fiscal residence</i>	10
<i>Transactional taxes</i>	12
Next two years	
<i>Transfer pricing of goods/services</i>	75
<i>Intangibles</i>	49
<i>Intra-group financing</i>	48
<i>Permanent Establishment</i>	44
<i>Indirect: VAT GST</i>	25
<i>Indirect: customs</i>	15
<i>Factors relating to fiscal residence</i>	15
<i>Transactional taxes</i>	11

Sumber: *Transfer Pricing Survey Series 2016 (Ernst & Young)*

Transfer pricing dilatarbelakangi salah satunya oleh alasan pajak hal ini disebabkan karena perbedaan struktur dan peraturan pajak di berbagai negara. Beberapa penelitian tentang pajak terhadap *transfer pricing* telah dilakukan diantaranya adalah penelitian Yuniasih, Rasmini & Wirakusuma (2012) yang menyatakan bahwa pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Penelitian Melmusi (2016) menemukan bahwa pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. *Transfer pricing* juga dilatarbelakangi oleh alasan non pajak seperti mekanisme bonus, *debt covenant*, kepemilikan asing, *firm size* dan *multinationality*. Penelitian ini menemukan bahwa mekanisme bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Hasil berlawanan diperoleh pada penelitian (Mispiyanti, 2015) yang menemukan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Hal lain yang dapat mempengaruhi *transfer pricing* ialah *debt covenant*. Penelitian Bernard, Jensen & Schott (2006) menemukan bahwa *debt covenant* berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Penelitian Indrasti (2016) menemukan bahwa *debt covenant* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Faktor lain yang dapat mempengaruhi *transfer pricing* adalah kepemilikan asing. Penelitian (Akhadya & Arieftiara, 2019) menemukan bahwa kepemilikan asing berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Pada penelitian Yulia, Hayati & Rufflah (2019) ditemukan bahwa kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. *Transfer pricing* juga dilatarbelakangi oleh *firm size*. Penelitian yang dilakukan oleh (Khotimah, 2016) menemukan bahwa *firm size* berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Pada penelitian Refgia, Ratnawati dan Rusli (2017) ditemukan bahwa *firm size* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. *Multinationality* juga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi *transfer pricing*. Penelitian (Waworuntu & Hadisaputra, 2016) menemukan bahwa *multinationality* berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Sedangkan pada penelitian (Pradana, 2018) menemukan bahwa *multinationality* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pajak, mekanisme bonus, *debt covenant*, kepemilikan asing, *firm size*, dan *multinationality* terhadap *transfer pricing*, baik secara simultan maupun parsial. Batasan dalam penelitian ini yaitu perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2014-2018. Manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai rujukan bagi manajemen perusahaan dalam mengambil keputusan untuk melakukan *transfer pricing* sesuai dengan pedoman yang berlaku tanpa terjadinya penyalahgunaan praktik *transfer pricing* serta penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *transfer pricing*.

KERANGKA TEORI

Transfer Pricing

Transfer pricing adalah bentuk manipulasi harga yang sistematis, bertujuan untuk mengecilkan laba sehingga perusahaan seakan-akan mengalami kerugian, dengan maksud untuk menghindari pajak atau bea di suatu negara (Suandy, 2011). Variabel *transfer pricing* di proksikan berdasarkan transaksi pihak berelasi yaitu penjualan pada pihak berelasi dibagi dengan total penjualan

Pajak

Menurut Judisseno (2005) Pajak merupakan salah satu wujud peran aktif warga negara dalam menyediakan dana untuk berbagai kebutuhan negara dalam bentuk pembangunan nasional yang pelaksanaannya di atur dalam UU bertujuan untuk

kesejahteraan bangsa dan negara. Variabel pajak di proksikan berdasarkan *effective tax rate* (ETR) yaitu dengan cara membagi total beba pajak dengan laba sebelum pajak

Mekanisme Bonus

Suryatiningsih dan Siregar, (2009), menyatakan bahwa mekanisme bonus merupakan unsur perhitungan besaran bonus yang diberikan pemegang saham kepada direksi perusahaan yang berkinerja baik melalui RUPS. Variabel mekanisme bonus diproksikan berdasarkan indeks tren laba bersih (ITRENLB) (Mispiyanti, 2015, yaitu laba bersih tahun ke t dibagi dengan laba bersih tahun sebelumnya (t-1).

Debt Covenant

Debt covenant merupakan perjanjian antara kreditur dan debitur untuk membatasi aktivitas yang dapat merusak nilai suatu pinjaman (Cochran, 2001). Variabel *debt covenant* dalam penelitian ini diproksikan berdasarkan *debt to equity ratio* (DER) yang juga digunakan oleh Rosa, Andini & Raharjo (2017), yaitu total liabilitas dibagi dengan total ekuitas.

Kepemilikan Asing

Menurut Refgia et.al (2017) kepemilikan asing merupakan proporsi kepemilikan atas saham suatu perusahaan yang dimiliki oleh pihak asing baik oleh institusi maupun perseorangan warga negara asing. Variabel kepemilikan asing diproksikan dari jumlah kepemilikan saham asing terhadap total saham yang beredar yaitu jumlah kepemilikan saham asing dibagi dengan total saham beredar.

Firm Size

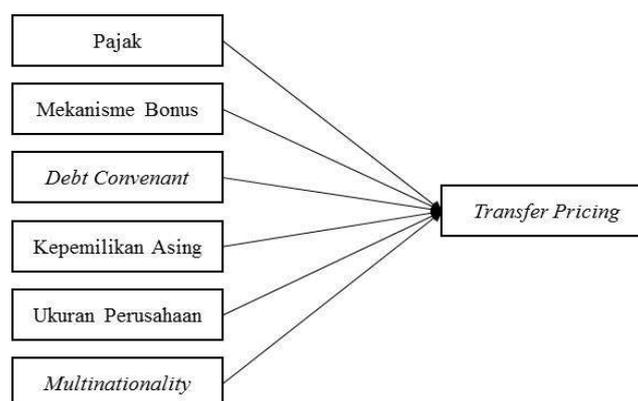
Menurut Brigham & Houston (2010), ukuran perusahaan mengacu pada skala perusahaan yang dicerminkan melalui total aset. Jika aset pada suatu perusahaan besar maka dapat dikatakan sebagai perusahaan besar. Sedangkan jika suatu perusahaan memiliki aset yang sedikit, maka perusahaan tersebut dapat dikatakan kecil. Variabel *firm size* diproksikan dengan logaritma natural total aset.

Multinationality

Menurut Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD, 2013) perusahaan multinasional (*multinational enterprise*) merupakan perusahaan atau entitas lain yang kepemilikannya bersifat pribadi, negara, atau campuran, didirikan di berbagai negara dan terkait sehingga satu atau lebih dari mereka mungkin dapat menggunakan pengaruh signifikan atas kegiatan orang lain dan khususnya, untuk berbagi pengetahuan dan sumber daya dengan yang lain. Variabel multinasional dalam penelitian ini diproksikan berdasarkan jumlah anak perusahaan asing terhadap jumlah anak perusahaan yang diadopsi dari penelitian Cahyadiputra (2018).

Penelitian yang telah dilakukan (Marfuah & Azizah, 2014), ditemukan bahwa pajak berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi beban pajak maka semakin rendah *transfer pricing*, begitu pula sebaliknya. Menurut Refgia et. al (2017), semakin rendah nilai *Effective Tax Rate* (ETR) maka dianggap semakin baik nilai *Effective Tax Rate* di suatu perusahaan. Perusahaan seringkali menggunakan *transfer pricing* untuk meminimalkan beban pajak terutang. Dimana salah satu metode perencanaan pajak yang dapat diterapkan adalah *transfer pricing*. Penelitian yang dilakukan (Melmusi, 2016) menjelaskan bahwa mekanisme

bonus berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Hal ini disebabkan karena penilaian kinerja para direksi dilihat berdasarkan laba perusahaan yang dihasilkan secara keseluruhan. Untuk memaksimalkan bonus para direksi cenderung akan meningkatkan laba perusahaan, salah satu cara yang dapat dilakukan yaitu *transfer pricing*. Penelitian Lo, Wong & Firth (2010) menemukan bahwa manajemen perusahaan akan menerapkan *transfer pricing* guna memaksimalkan bonus yang akan diterima. Oleh karena itu, direksi akan mengambil tindakan untuk meningkatkan laba secara keseluruhan. Penelitian (Hartika & Rahman, 2020) menemukan bahwa *debt covenant* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Hutang yang semakin besar akan berdampak pada laba entitas, ketika hutang perusahaan tinggi maka sebagian laba akan dipergunakan untuk membayar bunga pinjaman. Tingginya tarif pajak menimbulkan pertimbangan untuk membuat hutang menjadi pembiayaan dengan maksud mengurangi beban pajak (Grant & Taylor, 2013). Menurut Kiswanto dan Purwaningsih (2014), proporsi kepemilikan saham asing mempengaruhi keputusan perusahaan untuk menerapkan *transfer pricing*. Pasalnya, peningkatan proporsi kepemilikan dapat menempatkan *shareholder* pada posisi yang kuat dalam mengendalikan perusahaan, termasuk kendali atas keputusan *transfer pricing* perusahaan. Penelitian Conover dan Nichols (2000) menemukan bahwa perusahaan besar cenderung untuk berpartisipasi dalam pengaturan agresivitas *transfer pricing*. Hal ini dikarenakan perusahaan besar umumnya lebih banyak berpartisipasi dalam aktivitas bisnis dan transaksi keuangan daripada perusahaan kecil, hal ini memberikan lebih banyak peluang bagi perusahaan besar untuk menghindari pajak (Rego, 2003). Penelitian Khotimah (2016) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*. Hal ini disebabkan karena Investor memiliki pandangan yang lebih kritis terhadap perusahaan besar. Waworuntu dan Hadisaputra (2016) membuktikan bahwa *multinationality* berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak anak perusahaan asing maka semakin sedikit *transfer pricing* yang mereka lakukan. Hal ini terjadi karena *foreign subsidiary* yang dibentuk oleh perusahaan publik Indonesia dapat bertindak sebagai perusahaan yang tidak aktif dan keberadaan aset yang dimiliki perusahaan asing tidak diungkapkan secara rinci dalam laporan keuangan perusahaan induk.



Gambar 1. Model Penelitian

Berdasarkan tujuan dan penelitian terkait yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka model penelitian ini ditunjukkan pada Gambar 1. Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- H1 : Pajak, mekanisme bonus, *debt covenant*, kepemilikan asing, *firm size* dan *multinationality* secara simultan berpengaruh terhadap *transfer pricing*
- H2 : Pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing*
- H3 : Mekanisme bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing*
- H4 : *Debt covenant* berpengaruh terhadap *transfer pricing*
- H5 : Kepemilikan asing berpengaruh terhadap *transfer pricing*
- H6 : *Firm size* berpengaruh terhadap *transfer pricing*
- H7 : *Multinationality* berpengaruh terhadap *transfer pricing*

METODE PENELITIAN

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor pertambangan yang *listing* di Bursa Efek Indonesia (BEI). Periode pengamatan selama 5 tahun, yakni dalam periode 2014-2018. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yaitu laporan keuangan perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam periode 2014-2018 yang diperoleh dari www.idx.co.id dan website perusahaan yang dijadikan sampel. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, dimana sampel dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut, (1) Perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam periode 2014-2018; (2) Perusahaan sektor pertambangan yang secara konsisten mempublikasikan laporan keuangan selama tahun 2014-2018; (3) Perusahaan sektor pertambangan yang secara konsisten tidak mengalami kerugian dalam periode 2014-2018; (4) Kepemilikan saham dimiliki oleh pihak asing; (5) Perusahaan sektor pertambangan yang memiliki data variabel yang lengkap selama periode 2014-2018.

Tahapan pada penelitian ini diawali dengan pengumpulan data sekunder yaitu laporan keuangan perusahaan yang dijadikan sampel. Data yang digunakan adalah penjualan kepada pihak berelasi, total penjualan, total beban pajak, laba sebelum pajak, laba bersih, total liabilitas, total ekuitas, jumlah kepemilikan saham asing, total saham yang beredar, total aset, dan jumlah anak perusahaan. Kemudian dilakukan analisis deskriptif, selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas. Setelah lolos uji asumsi klasik maka tahap selanjutnya dilakukan olah data dengan menggunakan analisis regresi linear berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan diawali dengan penyajian hasil statistik deskriptif. Tabel 2. berikut menyajikan hasil analisis deskriptif variabel independen dan dependen yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil statistik deskriptif meliputi nilai minimum, maksimum, *mean* dan standar deviasi.

Pada Tabel 2. menunjukkan bahwa total sampel yang digunakan sebanyak 40. Variabel *transfer pricing* memiliki nilai rata-rata sebesar 38,13%. Nilai terendah variabel *transfer pricing* adalah 0% diperoleh PT Adaro Energy Tbk (ADRO) selama tahun 2014 hingga 2018. Hal ini disebabkan karena pada tahun tersebut PT Adaro Energy Tbk hanya melakukan penjualan kepada pihak berelasi di bawah 1% dari total penjualannya sedangkan sisanya merupakan penjualan kepada pihak ketiga. Nilai tertinggi variabel

Tabel 2. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
TP	40	0,00	0,99	0,3813	0,30643
TAX	40	0,21	0,95	0,3652	0,18957
BONUS	40	0,01	16,75	2,0178	2,95351
DC	40	0,27	1,22	0,5778	0,22099
KA	40	0,08	0,99	0,4093	0,29296
SIZE	40	27,75	32,25	29,7483	1,34383
MULTI	40	0,00	0,50	0,0615	0,09472

transfer pricing sebesar 99% diperoleh PT Darma Hemwa Tbk (DEWA) pada tahun 2014. Hal ini disebabkan karena 99% dari total penjualan yang dilakukan oleh PT Darma Henwa Tbk (DEWA) adalah penjualan kepada pihak berelasi.

Nilai rata-rata (*mean*) variabel pajak sebesar 36,52%. Nilai terendah *effective tax rate* sebesar 21% diperoleh PT Mitrabara Adiperdana Tbk pada tahun 2014 hal ini disebabkan karena pada tahun tersebut PT Mitrabara Adiperdana Tbk sangat efektif menekan beban pajak dari pendapatan yang diperoleh perusahaan. Nilai tertinggi *effective tax rate* sebesar 95% diperoleh PT Darma Henwa Tbk (DEWA) Artinya, 95% dari laba sebelum pajak penghasilan merupakan beban pajak penghasilan yang ditanggung oleh perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa PT Darma Henwa Tbk (DEWA) pada tahun 2014 tidak efektif menekan jumlah beban pajak dari pendapatan yang diperoleh perusahaan.

Nilai rata-rata variabel mekanisme bonus sebesar 201,78%. Nilai terendah variabel mekanisme bonus sebesar 1% diperoleh PT. Darma Henwa Tbk pada tahun 2014. Artinya, terjadi kenaikan laba bersih sebesar 1% dari tahun 2013. Nilai tertinggi variabel mekanisme bonus sebesar 1.675% diperoleh PT Golden Energy Mines Tbk pada tahun 2016. Kenaikan laba bersih yang terjadi pada tahun 2015-2016 sebesar 1.675% disebabkan karena terjadinya peningkatan produksi batu bara.

Variabel *debt covenant* memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 57,78%. Nilai terendah variabel *debt covenant* sebesar 27% dimiliki oleh PT Golden Energy Mines Tbk (GEMS) pada tahun 2014. Hal ini menunjukkan bahwa hanya 27% total liabilitas PT Golden Energy Mines Tbk jika dibanding total ekuitasnya. Nilai tertinggi dari variabel *debt covenant* sebesar 122% dimiliki PT Golden Energy Mines (GEMS) pada tahun 2018 artinya, total liabilitas PT Golden Energy Mines sebesar 122% dari ekuitasnya.

Nilai rata-rata (*mean*) variabel kepemilikan asing sebesar 40,93%. Nilai terendah variabel kepemilikan asing sebesar 8% diperoleh PT Bukit Asam Tbk. (PTBA) pada tahun 2016 hal ini disebabkan karena kepemilikan saham di perusahaan tersebut didominasi oleh pemerintah. Nilai tertinggi variabel kepemilikan asing sebesar 99% diperoleh PT Golden Energy Mines Tbk. (GEMS) pada tahun 2016-2017 karena secara keseluruhan saham PT Golden Energy Mines Tbk dimiliki oleh pihak asing.

Nilai rata-rata (*mean*) variabel *firm size* yang diprosikan dengan Ln total aset sebesar 29,7483 atau setara dengan nominal 8,3 triliun rupiah. Nilai terendah variabel *firm size* sebesar 27,75 atau setara dengan nominal 1,1 triliun yang dimiliki oleh PT Baramulti Suksessarana Tbk pada tahun 2014. Nilai tertinggi variabel *firm size* sebesar 32,19 atau setara dengan nominal 95 triliun rupiah PT Adaro Energy Tbk (ADRO) pada tahun 2018.

Nilai rata-rata variabel *multinationality* sebesar 6,15%. Nilai terendah variabel *multinationality* sebesar 0% dimiliki PT Baramulti Suksessarana, PT Elnusa, PT Indo Tambangraya Megah, PT Mitrabara Adiperdana. Hal ini dikarenakan perusahaan tersebut tidak memiliki anak perusahaan di luar negeri. Nilai tertinggi variabel *multinationality* sebesar 50% dimiliki PT Darma Henwa Tbk (DEWA) Pada tahun 2014.

Langkah penelitian selanjutnya adalah melakukan uji F. Uji ini bertujuan untuk menguji secara bersama-sama (kelayakan model) pengaruh dari variabel pajak, mekanisme bonus, *debt covenant*, kepemilikan asing, *firm size*, dan *multinationality* terhadap *transfer pricing*.

Tabel 3. Hasil Uji F

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1,725	6	0,288	4,900	0,001

Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai signifikansi 0,001. Nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikan sebesar 0,05 maka dapat dikatakan bahwa variabel pajak, mekanisme bonus, *debt covenant*, kepemilikan asing, *firm size* dan *multinationality* berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel *transfer pricing*. Hal ini juga menunjukkan bahwa variabel yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk dijadikan model penelitian untuk analisis terkait dengan *transfer pricing*.

Koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur besarnya variabilitas antara variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2011). Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai 1. Jika nilai adjusted R^2 mendekati 1 maka hubungan semakin kuat, tetapi jika mendekati 0 maka hubungan semakin lemah. Hasil uji koefisien determinasi dapat ditunjukkan pada Tabel 4. di bawah ini.

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

R	R Square	Adjusted R Square
0,686	0,471	0,375

Berdasarkan Tabel 4. terlihat bahwa nilai *adjusted R square* sebesar 0,375 atau 37,5% yang artinya variabel bebas dalam penelitian ini dapat memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen yaitu *transfer pricing* sebesar 37,5% sisanya sebesar 62,5% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan pada penelitian ini.

Uji t atau uji parsial bertujuan untuk menguji besarnya pengaruh masing-masing variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji t atau uji parsial dapat dilihat pada Tabel 5 di bawah ini.

Tabel 5. Hasil Uji T

Variabel	t	Sig.
TAX	1,351	0,186
BONUS	0,330	0,744
DC	2,455	0,020
KA	-2,271	0,030
SIZE	-2,521	0,017
MULTI	0,914	0,367

Pengaruh Pajak Terhadap *Transfer Pricing*

Variabel pajak memiliki nilai signifikan sebesar 0,186 lebih besar dari $\alpha = 0,05$ dengan koefisien regresi 1,351. Hal ini menunjukkan bahwa pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Ini terbukti dari bergabungnya Indonesia dengan *Group of Twenty* (G20) yang bekerja sama dengan OECD dalam mengatasi masalah yang disebabkan oleh *Base Erosion and profit shifting* karena telah merugikan dan mengancam negara-negara yang telah menetapkan tarif pajak normal/tinggi dalam sistem pajak mereka, serta dapat menyebabkan ketimpangan dalam ekonomi global. Beberapa tindakan yang dilakukan oleh *Group of Twenty* (G20) antara lain perumusan regulasi perpajakan internasional, melakukan perjanjian pajak dan *transfer pricing*. Hal tersebut dilakukan dengan cara mengesahkan *Global Action Plan* yang telah disusun oleh OECD. Dengan adanya peraturan perpajakan yang lebih ketat akan semakin mempersulit perusahaan dalam melakukan praktek *transfer pricing*. Oleh karena itu, perusahaan akan mengurungkan niatnya untuk menerapkan *transfer pricing*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Melmusi, 2016) yang menyatakan bahwa pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Pengaruh Mekanisme Bonus Terhadap *Transfer Pricing*

Variabel mekanisme bonus memiliki nilai signifikan sebesar 0,744 lebih besar dari $\alpha = 0,05$ dengan koefisien regresi sebesar 0,330. Hal ini menunjukkan bahwa variabel mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Ini terjadi karena perusahaan sudah memiliki pengawasan terhadap pemangku kepentingan (*stakeholder*) yang baik. Jika perusahaan sudah memiliki tata kelola yang baik maka kecurangan seperti *transfer pricing* tidak akan dilakukan. Prinsip penerapan tata kelola perusahaan memberikan perlindungan bagi pemegang saham serta semua pihak yang terlibat dalam perusahaan. (Wafiroh & Hapsari, 2015) mengatakan bahwa sangat tidak pantas jika direksi melakukan *transfer pricing* dengan tujuan menaikkan laba sementara hanya untuk mendapatkan bonus. Menyajikan laporan keuangan yang akurat dapat digunakan untuk pengambilan keputusan bagi masa depan perusahaan selain itu juga dapat menjaga citra perusahaan di mata publik. Hasil penelitian ini meyakinkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Mispiyanti, 2015) yang menyebutkan bahwa variabel mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Pengaruh *Debt Covenant* Terhadap *Transfer Pricing*

Variabel *debt covenant* memiliki nilai signifikan sebesar 0,020 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ dengan koefisien regresinya sebesar 2,455 hal ini menunjukkan bahwa *debt covenant* berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Hasil penelitian ini mendukung hipotesis perjanjian hutang yang dikemukakan oleh Watts & Zimmermann, 1986) pada teori akuntansi positif. Berdasarkan hipotesis perjanjian hutang, perusahaan yang mempunyai DER tinggi akan meningkatkan laba yang diperoleh demi menjaga reputasi perusahaan dimata kreditor eksternal. Jika DER perusahaan tinggi maka manajer perusahaan cenderung akan mengoptimalkan laba perusahaan, jika laba yang dilaporkan naik maka akan mengurangi kesalahan teknis, sehingga perusahaan dapat memilih kebijakan akuntansi yang dapat mengalihkan laba dari periode mendatang ke periode saat ini. Perusahaan dengan *debt to equity ratio* yang tinggi akan berpotensi mengalami kesulitan untuk mendapatkan pinjaman dari kreditor. Sehingga dapat disimpulkan bahwa perusahaan dengan *debt to equity ratio* yang tinggi memiliki potensi yang semakin tinggi untuk melakukan *transfer pricing*. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Bernard,

Jensen & Schott (2006) yang menyatakan bahwa perusahaan dengan *debt to equity ratio* yang tinggi cenderung lebih agresif terhadap pajak dibandingkan perusahaan dengan *debt to equity ratio* yang rendah.

Pengaruh Kepemilikan Asing Terhadap *Transfer Pricing*

Variabel kepemilikan asing memiliki nilai signifikansi sebesar 0,030 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ dengan koefisien regresinya sebesar -2,271 yang artinya variabel kepemilikan asing berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Semakin besar tingkat kepemilikan asing pada perusahaan maka kecenderungan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* semakin kecil. Hasil penelitian ini mendukung teori keagenan (*agency theory*) yaitu adanya suatu perjanjian (*contract*) antara pemegang saham (*principal*) dengan manajemen (*agen*) untuk bekerjasama demi kepentingan *principal*. *Principal* bersedia membayar biaya pemantauan (*monitoring cost*) untuk mencegah *agen* menyebabkan kerugian. Pengawasan internal perusahaan yang ketat terhadap penggunaan *transfer pricing* menjadi alasan mengapa perusahaan mempertimbangkan untuk mengadopsi kebijakan *transfer pricing*.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian (Akhadya & Arieftiara, 2019), yang menemukan bahwa kepemilikan asing memiliki pengaruh negatif terhadap *transfer pricing*. Artinya, jika pihak asing melakukan transaksi dengan pihak berelasi namun tidak memberi keuntungan maka kecenderungan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* akan menurun. *Transfer pricing* dilakukan dengan cara menerapkan kebijakan harga dengan menggunakan harga yang tidak wajar melalui transaksi kepada pihak berelasi. Refgia et.al (2017), mengatakan bahwa semakin tinggi tingkat kepemilikan asing dalam suatu perusahaan, maka semakin besar pula pengaruh pemegang saham asing terhadap pengambilan keputusan perusahaan.

Pengaruh *Firm Size* Terhadap *Transfer Pricing*

Variabel *firm size* memiliki nilai signifikan sebesar 0,017 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ dengan koefisien regresi -2,521 artinya, variabel *firm size* berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Hal ini menunjukkan semakin besar skala perusahaan maka semakin kecil *transfer pricing* yang akan dilakukan. Refgia et.al (2017) mengatakan bahwa perusahaan dengan skala yang besar memiliki total aset yang besar pula. Selain itu perusahaan yang sudah *go public* tidak luput dari perhatian pemerintah maupun masyarakat. Masyarakat akan melihat kinerja perusahaan yang relatif besar, hal ini menimbulkan kewaspadaan para direksi perusahaan sehingga tidak lagi memiliki motivasi untuk mengelola laba, dengan cara *transfer pricing*. Perusahaan besar akan menerima tekanan lebih tinggi dari para pemangku kepentingan karena, segala tindakan apapun yang dilakukan oleh perusahaan besar dianggap vital oleh investor. Oleh karena itu, ukuran perusahaan akan memberikan tekanan untuk mendorong manajemen perusahaan mengungkapkan laporan keuangan yang lebih transparan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian (Melmusi, 2016) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *transfer Pricing*.

Pengaruh *Multinationality* Terhadap *Transfer Pricing*

Variabel *multinationality* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,367 lebih besar dari $\alpha = 0,05$ dengan koefisien regresi sebesar 0,914. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *multinationality* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Dengan dicetuskannya *Base Erosion and Profit Shifting (BEPS) Action Plan 10* perusahaan multinasional memperoleh batasan dalam penggunaan metode penentuan harga *transfer* khususnya

pembagian laba dalam konteks global yang bertujuan untuk menekan *profit shifting* ke *low tax country* karena perbedaan tarif pajak dapat menciptakan peluang arbitrase pajak, yang biasanya dimanfaatkan oleh *multinational company*. Oleh karena itu penempatan anak perusahaan di luar wilayah Republik Indonesia tidak memberikan pengaruh terhadap *transfer pricing* karena adanya penguatan regulasi yang membatasi hal tersebut.

Selain itu pada tahun 2016 Indonesia berkomitmen untuk menerapkan *Action Plan* 13, yang merupakan bagian dari *Base Erosion and Profit Shifting (BEPS) Action Plans*. Menurut Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 213 / PMK. 03/ 2016, setiap transaksi terafiliasi, baik lokal maupun internasional, diwajibkan untuk menyediakan dokumentasi yang dikenal sebagai TP Doc. Salah satu dokumentasi tersebut adalah *Country-by-Country Report (CbCR)* yang berisi mengenai alokasi *tax income* yang dibayar, kegiatan bisnis anggota Grup Usaha di setiap negara baik di dalam maupun luar negeri. Dengan adanya regulasi seperti ini menyebabkan perusahaan-perusahaan multinasional akan lebih berhati-hati ketika melakukan transaksi dengan pihak berelasi. Hasil penelitian ini mendukung penelitian (Pradana, 2018) yang menyatakan bahwa *multinationality* tidak berpengaruh terhadap agresivitas *transfer pricing*.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian pada bagian pembahasan maka dapat diambil kesimpulan bahwa secara parsial variabel *debt covenant*, kepemilikan asing, dan *firm size* berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Variabel pajak, mekanisme bonus dan *multinationality* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Secara simultan variabel pajak, mekanisme bonus, *debt covenant*, kepemilikan asing, *firm size*, dan *multinationality* berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen yang dibuktikan dari nilai *adjusted R square* sebesar 37,5% sedangkan 62,5% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Untuk itu penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel lainnya yang dapat mengukur *transfer pricing*. Variabel tersebut misalnya *tax haven utilization*, *tunneling incentive*, profitabilitas dan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhadya, D. P., & Ariefiara, D. (2018). Pengaruh pajak, exchange rate, dan kepemilikan asing terhadap keputusan perusahaan melakukan transfer pricing. *Jurnal Akuntansi Akunesa*, 6(3), 1-20.
- Bernard, A. B., Jensen, J. B., & Schott, P. K. (2006). Transfer pricing by US-Based multinational firms. *NBER Working Paper Series 12493*. doi: 10.3386/w12493
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2009). *Fundamentals of financial management: Dasar-dasar manajemen keuangan*, (edisi 10). Jakarta: Salemba Empat.
- Cahyadi Putra, B. (2018). Pengaruh pajak, bonus plan, leverage, firm size, multinationality, dan tax haven utilization terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan transfer pricing (Undergraduate's thesis). Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma, Depok). Retrieved from <https://library.gunadarma.ac.id/depositssystem/epaper>.
- Cochran, A. (2001). A literary review of house brand success influencing factors. *The Journal of Consumer Research*, 14(10), 405–412.

- Conover, T.L., & Nichols, N.B. (2000). A further examination of income shifting through transfer pricing considering firm size and/or distress. *The International Journal of Accounting*, 35(2), 189-211. doi: 10.1016/S0020-7063(00)00045-5
- Ernst & Young. (2016). *Transfer pricing survey series: In the spotlight a new era of transparency and risk*. U.S.: EYGM Limited.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS19*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Hansen & Mowen. (2007). *Akuntansi manajemen* (Edisi 7, Buku 2). Jakarta: Salemba Empat.
- Hartika, W. & Rahman, F. (2020). Pengaruh beban pajak dan debt covenant terhadap transfer pricing pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 8(3), 551-558.
- Indrasti, A. W. (2016). Pengaruh pajak, kepemilikan asing, bonus plan dan debt covenant terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan transfer pricing (Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2015). *Profita Komunikasi Ilmiah Akuntansi dan Perpajakan*, 9(3), 348-371.
- Judisseno, R. K. (2005). *Pajak dan strategi bisnis, suatu tinjauan tentang kepastian hukum dan penerapan akuntansi di Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Khotimah, S. K. (2018). Pengaruh beban pajak, tunneling incentive, dan ukuran perusahaan terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan transfer pricing (Studi empiris pada perusahaan multinasional yang listing di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(12), 125-138.
- Kiswanto, N. & Purwaningsih, A. (2014). Pengaruh pajak, kepemilikan asing dan Ukuran Perusahaan terhadap transfer pricing pada perusahaan manufaktur di BEI tahun 2010-2013. *E-Journal Universitas Atmajaya, Yogyakarta*. Retrieved from <http://e-journal.uajy.ac.id/6781/>
- Lo, A. W. Y., Wong, R. M. K., & Firth, M. (2010). Tax, financial reporting, and tunneling incentives for income shifting: An empirical analysis of the transfer pricing behavior of Chinese-Listed Companies. *Journal of the American Taxation Association*, 32(2), 1-26. doi: 10.2308/jata.2010.32.2.1
- Marfuah & Azizah, A. P. N. (2014). Pengaruh pajak, tunneling incentive, dan exchange rate pada keputusan transfer pricing perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, 18(2), 156-165. doi:10.20885/jaai.vol18.iss2.art6
- Melmusi, Z. (2016). Pengaruh pajak, mekanisme bonus, kepemilikan asing dan ukuran perusahaan terhadap transfer pricing pada perusahaan yang tergabung dalam Jakarta Islamic Index dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016. *Jurnal EKOBISTEK Fakultas Ekonomi*, 5(2), 1-12.
- Mispiyanti. (2015). Pengaruh pajak, tunneling incentive dan mekanisme bonus terhadap keputusan transfer pricing. *Jurnal Akuntansi & Investasi*, 16(1), 62-73.
- Organisation for Economic Cooperation and Development. (2013). *Action plan on base erosion and profit shifting*. OECD Publishing. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1787/9789264202719-en>
- Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 213 / PMK. 03/ 2016 tentang jenis dokumen dan/atau informasi tambahan yang wajib disimpan oleh wajib pajak yang melakukan transaksi dengan para pihak yang mempunyai hubungan istimewa, dan tata cara pengelolaannya.
- Pradana, N. W. (2018). *Determinan agresivitas transfer pricing pada perusahaan multinasional di Indonesia (Studi empiris pada perusahaan multinasional yang*

- listing di BEI 2014-2016*) (Undergraduate's thesis). Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta). Retrived from <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/13674>
- Refgia, T., Ratnawati, V., & Rusli. (2017). Pengaruh pajak mekanisme bonus, ukuran perusahaan, kepemilikan asing, tunneling incentive terhadap transfer pricing. (Perusahaan sektor Industri dasar dan kimia yang listing di BEI tahun 2011-2014). *JOM Fekon*, 4(1), 543–555.
- Rego, S. O. (2003). Tax-avoidance activities of U.S. multinational corporations *contemporary accounting research*, 20(4), 805-833. doi: 10.1506/VANN-B7UB-GMFA-9E6W
- Rosa, R., Andini, R., & Raharjo, K. (2017). Pengaruh pajak, tunneling incentive, mekanisme bonus, debt covenant, dan good corporate governance terhadap transaksi transfer pricing. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Pandanaran*, 3(3), 1-19.
- Suandy, E. (2011). *Hukum pajak*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suryatiningsih, N., & Siregar, S. V. (2009). *Pengaruh skema bonus direksi terhadap aktivitas manajemen laba: Studi empiris pada BUMN periode tahun 2003-2006*. Prosiding Simposium Nasional Akuntansi XI. Pontianak.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 25 Tahun (2007) tentang penanaman modal.
- Wafiroh, N. L., & Hapsari, N. N. (2015). Pajak, tunneling incentive dan mekanisme bonus pada keputusan transfer pricing. *EL MUHASABA: Jurnal Akuntansi*. 6(2), 157-168. doi: 10.18860/em.v6i2.3899
- Watts, R. L., & Zimmerman, J. L. (1986). *Positive accounting theory*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall Internal, Inc.
- Waworuntu, S. R., & Hadisaputra, R. (2016). Determinants of transfer pricing aggressiveness in Indonesia. *Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities*, 24(5), 95-110.
- Yulia, A., Hayati, N., & Rulfah, M. D. (2019). The influence of tax, foreign ownership and company size on the application of transfer pricing in manufacturing companies listed on IDX during 2013-2017. *International Journal of Economics and Financial Issues*. 9(3), 175-181.
- Yuniasih, N. W., Rasmini, N. K., & Wirakusuma, M. G. (2012). *Pengaruh pajak dan tunneling incentive pada keputusan transfer pricing perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia*. Prosiding Simposium Nasional Akuntansi 15, 1-23.

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO *ONLINE* DI YOGYAKARTA

¹Ristiyanti, ²Yuri Murdo

^{1,2}Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Nusa Megarkencana Yogyakarta
Jl. A.M Sangaji No. 49-51, Cokrodiningratan, Jetis, Yogyakarta 55233
ristiy91@gmail.com, yurimurdo@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor harga, promosi, dan pelayanan terhadap keputusan membeli pada Toko Online "Jaim" Original Shop Jalan Gejayan Soropadan XII, Depok, Sleman, Yogyakarta. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner dengan metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor harga dan promosi berpengaruh terhadap keputusan membeli, sedangkan pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan membeli. Harga, promosi dan pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan membeli konsumen.

Kata Kunci: harga, keputusan membeli, promosi, pelayanan

Abstract

This study aims to analyze the influence of price, promotion, and service factors on purchasing decisions at the Online Shop "Jaim" Original Shop Jalan Gejayan Soropadan XII, Depok, Sleman, Yogyakarta. The data collection method used was questionnaires with the data analysis method used was descriptive analysis method and multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that the price and promotion factors affect the buying decision, while the service does not affect the buying decision. Price, promotion and service simultaneously influence consumer buying decisions.

Keywords: buying decision, price, promotion, service

PENDAHULUAN

Dewasa ini perkembangan teknologi sangat meningkat pesat. Salah satu perkembangan teknologi yang banyak digunakan oleh masyarakat adalah internet. Dengan adanya internet kegiatan seseorang menjadi sangat mudah, sebagai contoh kegiatan berbelanja. Seorang konsumen bisa membeli apa yang dibutuhkan melalui toko *online* tanpa harus keluar rumah. Indonesia merupakan salah satu negara dengan perkembangan situs belanja *online* yang terbilang cukup pesat, hal ini terlihat dengan banyaknya toko *online* besar yang ada di negara ini. Banyaknya toko *online* yang bermunculan, menjadikan persaingan semakin ketat. Persaingan antar perusahaan adalah hal yang lazim dalam dunia bisnis. Setiap perusahaan berusaha untuk menjadi yang terdepan dalam sebuah bidang usaha dengan berbagai caranya masing-masing. Berbagai macam strategi diterapkan oleh suatu perusahaan baik perusahaan jasa maupun manufaktur. Salah satunya adalah strategi pemasaran yaitu produk, harga, tempat, promosi (Assauri, 2011). Variabel harga, promosi dan pelayanan berpengaruh pada pengambilan keputusan oleh konsumen. Dengan berbagai pilihan harga yang ditetapkan

oleh perusahaan, informasi yang jelas melalui media promosi, serta pelayanan yang baik maka akan memberikan dampak kemudahan bagi konsumen atau pelanggan dalam mengambil keputusan membeli suatu produk.

Penelitian yang dilakukan oleh Faroh (2017) menunjukkan bahwa variabel harga, promosi dan pelayanan secara bersama-sama mempunyai kontribusi sebesar 70,6% terhadap keputusan pembelian dan selebihnya sebesar 29,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian. Penelitian Setyarko (2016) menunjukkan bahwa variabel harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, promosi dan pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh Widajanti (2017) dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh produk, harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Luwes Group Surakarta. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel produk, harga dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk di Luwes Group Surakarta. Baskara dan Hariyadi (2014), menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif terhadap kualitas pelayanan dan persepsi akan harga dan promosi terhadap keputusan pembelian melalui situs jejaring sosial. Dalam perkembangan penjualan produk online, sebagian besar pihak penjual sudah meminimalisir konsekuensi terhadap penyalahgunaan kepercayaan. Berbagai website yang menampung penjualan produk barang dan jasa berusaha menghilangkan keraguan konsumen terhadap kepercayaan dengan mewajibkan pihak penjual untuk mendaftarkan diri dan memberikan identitas yang sebenarnya serta menyampaikan informasi detail mengenai produk yang dijual. Hal tersebut dapat dijadikan suatu jaminan bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, karena pada akhirnya penentuan harga, promosi, dan kualitas pelayanan yang baik dapat mengurangi kekhawatiran terhadap faktor kepercayaan dan faktor keamanan bagi konsumen. Ma'ruf (2017) menunjukkan bahwa variasi produk, harga dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil. Hasil penelitian Polla, Mananeke, dan Taroreh (2018) menyatakan bahwa harga dan lokasi memengaruhi keputusan pembelian pada minimarket. Rachmawati, Shukri, Azam, dan Khatibi (2019) menunjukkan bahwa kualitas, harga, lokasi, promosi, dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan. Bakti, Hairudin dan Alie (2020) menyatakan bahwa kualitas layanan, produk dan harga memengaruhi minat beli.

Toko online "Jaim" Original Shop merupakan salah satu toko *online* yang ada di Yogyakarta. "Jaim" Original Shop merupakan toko pakaian *online* yang menjual berbagai keperluan sandang baik *fashion* maupun berbagai kebutuhan olahraga. Penelitian di toko *online* ini dilakukan setelah menganalisis hasil-hasil penelitian terdahulu dan mengamati berbagai ulasan yang menarik dari pelanggan tentang produk dan akses ke toko yang relatif mudah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari faktor harga, promosi, pelayanan terhadap keputusan pembelian di Toko Online "Jaim" Original Shop Jalan Gejayan Soropadan XII, Depok, Sleman, Yogyakarta. Kontribusi penelitian ini adalah pengembangan model untuk analisis perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

KERANGKA TEORI

Harga sebagai Salah Satu Faktor yang Memengaruhi Keputusan Membeli

Harga dari sebuah produk memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk, harga juga memiliki sifat yang fleksibel atau dapat berubah ubah dan harga juga merupakan satu-satunya elemen

dalam bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan bagi penjual, sehingga dapat disimpulkan harga merupakan indikator dalam keberhasilan pemasaran suatu produk. Harga dapat diartikan kecenderungan konsumen untuk menggunakan harga dalam memberi penilaian tentang kesesuaian manfaat produk dan konsep harga ini dapat dijadikan sebagai penilaian tertentu sebelum konsumen menentukan keputusan membeli produk.

Promosi sebagai Salah Satu Faktor yang Memengaruhi Keputusan Membeli

Promosi adalah proses mengkomunikasikan variabel bauran pemasaran (*marketing mix*) yang sangat penting untuk dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk (Hasan, 2014). Promosi dilakukan agar produk dapat dikenali oleh pasar, dalam prosesnya promosi dapat berpengaruh untuk mendorong suatu permintaan akan produk yang ditawarkan. Menurut Menurut Swasta dan Irawan (2005) promosi pada hakikatnya adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yang dimaksud komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan pada produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Pelayanan sebagai Salah Satu Faktor yang Memengaruhi Keputusan Membeli

Pelayanan terbaik bagi pelanggan dan tingkat kualitas yang diharapkan dapat dicapai secara konsisten dengan memperbaiki dan memberikan perhatian khusus pada standar kinerja pelayanan, hal ini dapat dilihat dari standar layanan internal maupun standar layanan eksternal. Bagi perusahaan yang bergerak dibidang produk dan jasa, memuaskan kebutuhan pelanggan berarti harus memberikan pelayanan berkualitas (*service quality*) kepada konsumen. Pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2011). Pengaruh kualitas pelayanan dalam keputusan pembelian secara online merupakan tingkatan kondisi baik buruknya pengemasan produk yang dijual secara keseluruhan yang diberikan oleh penjual dalam rangka memuaskan konsumen.

METODE PENELITIAN

Subjek penelitian adalah calon konsumen dan konsumen tetap pada Toko Online “Jaim” Original Shop Jalan Gejayan Soropadan XII, Depok, Sleman, Yogyakarta. Objek penelitian adalah harga, promosi, pelayanan, yang merupakan variabel independent, keputusan membeli adalah variabel dependen. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Toko Online “Jaim” Original Shop Jalan Gejayan Soropadan XII, Depok, Sleman, Yogyakarta baik yang sudah menjadi konsumen ataupun baru calon konsumen. Populasi penelitian didapat dari jumlah calon konsumen dan konsumen tetap selama 6 bulan dengan jumlah 24.120. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan proporsional sampling.

Sampel merupakan suatu bagian dari keseluruhan serta karakteristik yang dimiliki oleh sebuah populasi. Apabila populasi tersebut besar, sehingga para peneliti tentunya tidak memungkinkan untuk mempelajari keseluruhan yang ada pada populasi tersebut. Beberapa kendala yang akan di hadapi di antaranya seperti dana yang terbatas, tenaga dan waktu maka dalam hal ini perlunya menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Selanjutnya, apa yang dipelajari dari sampel tersebut maka akan mendapatkan kesimpulan yang nantinya diberlakukan untuk populasi. Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin yaitu:

$$n = N/N(e)^2 + 1$$

Keterangan:

n = sampel

N = Populasi

e = Standard Error 10% atau sig. 0,1

n = $24.120/24.120 (0,1)^2 + 1 = 24.120/242,2 = 99.587$

n dibulatkan menjadi 100

Operasionalisasi Variabel

Harga (X1)

Harga produk di Toko Online “Jaim” Original Shop menurut persepsi konsumen sangat terjangkau. Indikator-indikator pengukuran harga antara lain: (1) Terjangkau atau tidaknya harga produk di Toko Online “Jaim” Original Shop; (2) Persaingan harga dengan toko online lainnya; (3) Perbedaan harga di saat diskon dengan harga normal; (4) Perbedaan harga grosir dan eceran.

Promosi (X2)

Konsumen mengetahui produk yang ada di Toko Online “Jaim” Original Shop melalui promosi yang telah di lihat dari beberapa media. Indikator-indikator pengukuran promosi antara lain (1) Media promosi yang di gunakan Toko Online “Jaim” Original Shop; (2) Kreatifitas promosi yang di lakukan oleh Toko Online “Jaim” Original Shop; (3) Sering mengadakan sale atau diskon pada waktu tertentu; (4) Membedakan harga produk yang ada di Toko Online “Jaim” Original Shop dengan harga dari kompetitor lainnya.

Pelayanan (X3)

Pelayanan yang diberikan oleh pihak Toko Online “Jaim” Original Shop menurut persepsi konsumen cukup memuaskan. Indikator-indikator pengukuran pelayanan antara lain (1) Kinerja yang profesional; (2) Sikap perhatian, ramah tamah dan sopan; (3) Respon saat menghadapi keluhan dari konsumen; (4) Keamanan pesanan hingga ke tangan konsumen.

Keputusan Pembelian (Y)

Konsumen memutuskan untuk membeli produk di Toko Online “Jaim” Original Shop melihat dari harga yang terjangkau, melihat dari beberapa promosi yang dilakukan di media masa, dan pelayanan yang memuaskan. Pada tahap ini konsumen dihadapkan pada suatu pilihan untuk melakukan pembelian atau tidak. Keputusan pembelian diukur melalui indikator-indikator antara lain (1) Ketersediaan produk di Toko Online “Jaim” Original Shop; (2) Ketertarikan konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh Toko Online “Jaim” Original Shop; (3) Kemudahan dalam membeli produk di Toko Online “Jaim” Original Shop; (4) Kepercayaan konsumen terhadap keamanan dan produk di Toko Online “Jaim” Original Shop.

Metode pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner pada responden sebagai sampel untuk tanggapan dari konsumen terhadap permasalahan yang akan diteliti, dengan cara memberikan skor penilaian yaitu sangat setuju (nilai 5), setuju (nilai 4), kurang setuju (nilai 3), tidak setuju (nilai 2), sangat tidak setuju (nilai 1). Uji instrumen penelitian yaitu kuesioner untuk memastikan bahwa instrumen telah valid dan reliabel. Uji tersebut adalah uji validitas dan reliabilitas. Suatu pertanyaan dikatakan valid jika tingkat signifikansinya berada di bawah 0,05 atau nilai *Pearson Correlation* (r hitung) di atas r tabel (Ghozali, 2010). Butir kuesioner dikatakan reliabel (layak) jika *Cronbach alpha* > 0,60 dan dikatakan tidak reliabel jika *Cronbach alpha* < 0,60 (Sugiyono, 2013). Tahap berikutnya dilakukan uji asumsi klasik, yaitu uji normalitas menggunakan uji probability plot dan one sample Kolmogorov Smirnov, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini adalah uraian profil responden yang meliputi umur, jenis kelamin, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan penghasilan. Profil responden ini akan dapat membantu menjelaskan perilaku pengaruh keputusan membeli mereka. Profil responden disajikan dalam bentuk distribusi frekuensi responden yang menjawab.

Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap calon pembeli pada Toko Online Jaim Original Shop Jalan Gejayan Soropadan XII, Depok, Sleman, Yogyakarta dapat diketahui karakteristik dari responden dalam penelitian ini seperti terlihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Klasifikasi Responden Menurut Umur

No.	Umur (Tahun)	Jumlah Responden	
		Dalam Angka	Persentase
1.	<20	24	24%
2.	20-30	46	46%
3.	30-40	20	20%
4.	>40	10	10%

Tabel 1. menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar berumur antara 20 – 30 tahun yaitu sebanyak 46 orang (46%), karena produk yang dijual di toko “Jaim” Online Shop adalah *fashion* kekinian anak muda. Kemudian yang berumur <20 tahun sebanyak 24 orang (24%) dan yang berumur antara 30-40 tahun sebanyak 20 orang (20 %)., sisanya sebanyak 10 orang (10%) berumur >40 tahun.

Berdasarkan jenis kelamin, maka responden dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan seperti terlihat pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Klasifikasi Responden Menurut Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	
		Dalam Angka	Persentase
1.	Perempuan	10	10%
2.	Laki-laki	90	90%
Jumlah		100	100%

Tabel 2. menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 90 orang (90%), karena produk yang dijual di toko “Jaim” Online Shop adalah *fashion* khusus pria. Sisanya sebanyak 10 orang (10%) adalah perempuan. Pembahasan profil responden berikutnya adalah tingkat Pendidikan. Berdasarkan pendidikan terakhir yang ditempuhnya, maka responden dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan seperti pada Tabel 3. Berikut.

Tabel 3. Klasifikasi Responden Menurut Tingkat Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden	
		Dalam Angka	Persentase
1.	SMA/SMK	5	5%
2.	Diploma	50	50%
3.	Sarjana (S1)	20	20%
4.	Sarjana (S2)	25	25%
Jumlah		100	100%

Tabel 3. menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini telah menempuh pendidikan diploma yaitu sebanyak 50 orang (50%), kemudian yang menempuh tingkat pendidikan Sarjana (S2) sebanyak 25 orang (25%) dan yang menempuh pendidikan (S1) sebanyak 20 orang (20%). Sisanya sebanyak 5 orang (5%) tingkat pendidikan SMA/SMK.

Berdasarkan penghasilan yang diperoleh responden setiap bulannya, maka responden dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan seperti pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4. Klasifikasi Responden Menurut Penghasilan

No.	Pendapatan (Rp)	Jumlah Responden	
		Dalam Angka	Persentase
1.	<2.000.000	5	5%
2.	2.000.000-2.500.000	20	20%
3.	2.500.000-3.000.000	55	55%
4.	>3.000.000	20	20%
Jumlah		100	100%

Tabel 4. menunjukkan bahwa sebagian besar responden mempunyai tingkat pendapatan antara Rp. 2.500.000 – Rp. 3.000.000 yaitu sebanyak 55 orang (55%), mayoritas responden yang membeli produk di toko “Jaim” Online Shop adalah konsumen yang sudah bekerja dan memiliki penghasilan tetap. Kemudian yang mempunyai tingkat pendapatan lebih dari Rp. 3.000.000 sebanyak 20 orang (20%) dan responden yang mempunyai tingkat pendapatan antara Rp. 2.000.000 – Rp. 2.500.000 sebanyak 20 orang (20%) dan sisanya sebanyak 5 orang (5%) mempunyai tingkat pendapatan kurang dari Rp. 2.000.000.

Berikut ini pada Tabel 5. adalah hasil rekapitulasi jawaban responden yang seluruhnya berjumlah 144 responden.

Hasil uji validitas untuk masing-masing variabel yaitu harga, promosi, dan pelayanan variabel keputusan pembelian memiliki nilai sig. di bawah 0,05 maka pernyataan-pernyataan pada kuesioner dapat dinyatakan valid. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan ukuran *Cronbach alpha*. Seluruh nilai koefisien *Cronbach alpha* masing-masing variabel lebih besar dari 0,6 sehingga item pernyataan yang terdapat dalam kuesioner dinyatakan reliabel.

Hasil uji asumsi klasik pada Tabel 6. menunjukkan bahwa data berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinieritas dan tidak terjadi heteroskedastisitas, maka analisis data dapat dilanjutkan ke esitmasi regresi linier berganda.

Tabel 5. Rekapitulasi Jawaban Responden

Variabel	Item Soal	Total Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
Harga (X1)	1	0	0	0	53	47
	2	0	2	0	69	29
	3	6	11	0	59	24
	4	2	4	0	59	35
	5	0	0	0	42	58
Jumlah		8	17	0	282	193
Promosi (X2)	1	11	0	67	22	0
	2	2	4	0	65	29
	3	4	28	0	52	16
	4	5	30	0	50	15
	5	0	0	0	36	64
Jumlah		22	62	67	225	124
Pelayanan (X3)	1	0	6	0	30	64
	2	2	9	0	58	31
	3	1	5	0	25	69
	4	26	45	0	22	7
	5	0	29	0	51	20
Jumlah		29	94	0	186	191
Keputusan Pembelian (Y)	1	3	50	1	36	10
	2	8	47	2	34	9
	3	12	46	6	25	11
	4	2	9	0	48	41
	5	0	2	24	1	73
Jumlah		25	154	33	144	144

Tabel 6. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik	Hasil Uji	Kesimpulan
Uji Normalitas	$p(0,919) > 0,05$	Data terdistribusi normal
Uji Multikolinieritas	Tolerance (0,962, 0,870, 0,845) > 0,10 VIF (1,040, 1,149, 1,183) < 10	Tidak ada Multikolinieritas
Uji Heteroskedastisitas	$p(0,101, 0,149, 0,349) > 0,05$	Tidak terjadi Heteroskedastisitas

Tabel 7. Hasil Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Signifikansi
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12.146	2.112		5.750	.000
Harga	.403	.070	.497	5.733	.000
Pomosi	.043	.087	.145	2.493	.000
Pelayanan	.145	.077	.140	1.979	.063

Hasil regresi linier berganda berdasarkan Tabel 7., diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$\text{Kepmembeli} = 12,146 + 0,403\text{harga} + 0,043\text{promosi} + 0,145\text{pelayanan}$$

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada Tabel 7. maka terlihat bahwa harga dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Online “Jaim” Original Shop. Angka di kolom signifikan menunjukkan 0.63 lebih besar dari 0.05, maka dapat

disimpulkan bahwa pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Berikut ini pada Tabel 8. adalah hasil uji t (parsial) untuk ketiga variabel yaitu harga, promosi dan pelayanan. Nilai t tabel adalah 1,98498 dan nilai t hitung untuk variabel harga dan promosi lebih besar dari nilai t tabel, dapat disimpulkan bahwa harga dan promosi berpengaruh terhadap keputusan membeli.

Tabel 8. Hasil Uji t (Parsial)

Variabel	Uji t		Keterangan	Kesimpulan
	t hitung	t tabel		
Harga	5,733	1,98498	5,733>1,98498	Berpengaruh signifikan
Promosi	2,493	1,98498	2,493>1,98498	Berpengaruh signifikan
Pelayanan	1,979	1,98498	1,979<1,98498	Tidak berpengaruh signifikan

Tabel 9. Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	168.668	3	56.223	14.053	.000 ^a
Residual	384.082	96	4.001		
Total	552.750	99			

Tabel 9. menunjukkan bahwa diperoleh F hitung adalah sebesar 14,053 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena F hitung lebih besar dari F tabel yaitu 14.053> 2,70, maka bisa disimpulkan bahwa harga, promosi, dan pelayanan, secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan membeli sehingga H₀₄ ditolak dan H_{a4} diterima.

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	.741 ^a	.549	.283	1.98960

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Harga, Pomosi

b. Dependent Variable: Keputusan Membeli

Tabel 10. Menunjukkan hubungan (R) antara variabel X secara bersama-sama terhadap variabel Y adalah 0,741 atau sebesar 74,1 %. Nilai koefisien determinasi (R²) 0,549 atau 54,9 %. Artinya bahwa variabel harga, promosi, dan pelayanan berpengaruh terhadap keputusan membeli pada Toko Online “Jaim” Original Shop Jalan Gejayan Soropadan XII, Depok, Sleman, Yogyakarta sebesar 0,549 atau 54,9 %, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Pengaruh harga terhadap keputusan membeli

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penetapan harga produk yang dianggap sesuai dengan kualitas dan manfaat produk akan mendorong konsumen untuk membeli produk. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fernando dan Aksari (2018) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap minat pembelian produk *sanitary ware* Toto di kota Denpasar. Penelitian lain yang dilakukan oleh Bakti, et.al (2020) menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap minat beli pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung.

Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Membeli

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi berpengaruh terhadap keputusan

pembelian. Dalam melakukan pembelian produk secara *online*, konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung dipengaruhi oleh kegiatan promosi. Promosi secara langsung biasanya dalam bentuk penawaran di internet berupa gambar produk dengan deskripsi mengenai manfaat produk serta keterangan lainnya yang menguatkan dan meyakinkan konsumen akan produk tersebut. Promosi tidak langsung dapat berupa iklan yang didapatkan dari berbagai media seperti media elektronik (televisi, radio), media surat kabar (koran, majalah, brosur/leaflet), maupun periklanan secara publisitas yang dijumpai dalam aktivitas di lingkungan sehari-hari (spanduk, baliho, sponsorship dan lain sebagainya). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Setyarko (2016) yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk secara *online*. Penelitian lain yang dilakukan oleh Sholihat dan Rummyeni (2018) menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Kafe Crema Koffie di Pekanbaru.

Pengaruh Pelayanan terhadap Keputusan Membeli

Pada variabel pelayanan (X_3) diketahui t tabel 1,98498 sedangkan t hitung 1,979 dengan demikian t hitung lebih kecil dari t tabel ($1,979 < 1,98498$). Hasil ini mempunyai arti bahwa pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dalam melakukan pembelian produk secara *online*, persepsi terhadap pelayanan bukan menjadi hal utama yang dipikirkan oleh konsumen, karena pada dasarnya konsumen belanja online lebih mementingkan beberapa hal seperti menghemat waktu dan tenaga, mencari harga promo atau diskon dan bisa melihat perbandingan harga dari toko satu dengan toko yang lain. Hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Widajanti (2017) yang menyatakan bahwa dengan mempertahankan atau meningkatkan tingkat pelayanan dengan karyawan yang ramah, pelayanan yang cepat, memperhatikan antrian di kasir dan karyawan yang melayani retur pembelian dengan baik, maka keputusan konsumen dalam membeli produk akan meningkat. Penelitian lain yang hasilnya tidak sejalan dengan penelitian ini adalah Faroh (2017), Rachmawati et.al (2019), Bakti et. al (2020) yang menyatakan bahwa pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan pada bagian sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa harga dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Online “Jaim” Original Shop Jalan Gejayan Soropadan XII, Depok, Sleman, Yogyakarta. Pelayanan dalam penelitian ini tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Harga, promosi dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Saran bagi toko online “Jaim” adalah harga dan promosi dipertahankan yaitu harga yang kompetitif dan promosi yang lebih terencana, sedangkan pelayanan perlu mendapat perhatian khusus agar dapat meningkatkan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2011). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Astari, I.Y. (2019). Pengaruh *display*, harga, promosi, pelayanan dan interior terhadap keputusan pembelian pada toko grosir pakaian Aziziah kota Kediri. *Jurnal Ekuivalensi* 5(1), 83-97.

- Bakti, U., Hairudin, & Alie, M.S. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, produk dan harga terhadap minat beli pada toko *online* Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 101-118.
- Faroh, W. N. (2017). Analisis pengaruh harga, promosi dan pelayanan terhadap keputusan pembelian (Studi pemasaran *Online* melalui jejaring sosial Facebook “Perawatan Wajah”). *Jurnal Ilmiah*, 4(2), 3-24.
- Fernando, M. F., & Aksari, N. M. A. (2018). Pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan distribusi terhadap keputusan pembelian produk *sanitary ware* toto di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, 7(1), 441-469. doi: 10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i01.p17
- Ghozali, (2010). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2014). *Marketing dan kasus-kasus pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Ma'ruf, H. M. (2017). The infuence of product variations, price and sales promotions on consumer decisions in buying Mitsubishi cars in Surakarta. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 1(1), 48-56.
- Polla, F.C., Mananeke, L., & Taroreh, R. N. (2018). Analisis pengaruh harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT.Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal EMBA*, 6(4), 3068-3077.
- Rachmawati, D., Shukri, S., Azam, S. M. F. & Khatibi, A. (2019). Factors influencing customers purchase decision of residential property in Selangor Malaysia. *Management Science Letters*, 9(9), 1341-1348. doi: 10.5267/j.msl.2019.5.016
- Setyarko, Y. (2016). Analisis persepsi harga, promosi, kualitas layanan dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian produk secara *online*. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 5(2), 128-147.
- Sholihat, A. & Rummyeni (2018). Pengaruh promosi penjualan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Crema Koffie. *Jurnal Online Mahasiswa FISIP* 5(1), 1-15.
- Tjiptono, F. (2011). *Service management mewujudkan layanan prima*. Yogyakarta: Andi.
- Widajanti, E. (2017). Analisis efek moderasi tingkat pelayanan pada pengaruh produk dan harga terhadap keputusan membeli (Survei pada konsumen Luwes Group Surakarta). *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 17(3),459-468.