

JURNAL ILMIAH EKONOMI BISNIS

JOURNAL OF ECONOMIC AND BUSINESS

IT GOVERNANCE: MEASURE CAPABILITY LEVEL USING COBIT 5 FRAMEWORK	97
Noor Mutia, Renny Nur'ainy	
FAKTOR YANG MEMENGARUHI BEHAVIOR INTENTION UNTUK PENGGUNAAN APLIKASI DOMPET DIGITAL MENGGUNAKAN MODEL UTAUT 2	111
Aries Andrianto	
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENERIMAAN USER TERHADAP PENERAPAN QUICK RESPONSE INDONESIA STANDARD SEBAGAI TEKNOLOGI PEMBAYARAN PADA DOMPET DIGITAL	123
Rina Mayanti	
KETERKAITAN NILAI INDEKS SISTEM PEMERINTAHAN BERBASIS ELEKTRONIK DENGAN PENDAPATAN ASLI DAERAH	136
Yuhilza Hanum	
ANALISIS TINGKAT KESEHATAN BANK PADA PT. BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO), TBK DENGAN MENGGUNAKAN METODE RGEC	143
Cicilia Erly Istia	
PENGARUH PROFITABILITAS DAN LIKUIDITAS TERHADAP RETURN SAHAM DENGAN INTERNET FINANCIAL REPORTING SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PERUSAHAAN INDEKS LQ45 YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA	157
Nana Arviana, Masodah Wibisono	
PERAN USAHA MAJU SUKSES BERSAMA (MSB) DALAM MENDUKUNG PERTUMBUHAN EKONOMI INKLUSIF	169
Berlian Anggun Septiani, Dwiki Chandraderia, Triska Andri Arini, Yulius Pratomo	
PENGARUH CUSTOMER SERVICE, LOCATION, STORE DESIGN, DAN PRICE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN	186
Dandy Kurnia	

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 2, VOLUME 25, AGUSTUS 2020

DAFTAR ISI

IT GOVERNANCE: MEASURE CAPABILITY LEVEL USING COBIT 5 FRAMEWORK Noor Mutia, Renny Nur'ainy	97
FAKTOR YANG MEMENGARUHI <i>BEHAVIOUR INTENTION</i> UNTUK PENGGUNAAN APLIKASI DOMPET DIGITAL MENGGUNAKAN MODEL UTAUT 2 Aries Andrianto	111
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENERIMAAN <i>USER</i> TERHADAP PENERAPAN <i>QUICK RESPONSE INDONESIA STANDARD</i> SEBAGAI TEKNOLOGI PEMBAYARAN PADA DOMPET DIGITAL Rina Mayanti	123
KETERKAITAN NILAI INDEKS SISTEM PEMERINTAHAN BERBASIS ELEKTRONIK DENGAN PENDAPATAN ASLI DAERAH Yuhilza Hanum	136
ANALISIS TINGKAT KESEHATAN BANK PADA PT. BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO), TBK DENGAN MENGGUNAKAN METODE RGEC Cicilia Ery Istia	143
PENGARUH PROFITABILITAS DAN LIKUIDITAS TERHADAP <i>RETURN</i> SAHAM DENGAN <i>INTERNET FINANCIAL REPORTING</i> SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PERUSAHAAN INDEKS LQ45 YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA Nana Arviana, Masodah Wibisono	157
PERAN USAHA MAJU SUKSES BERSAMA (MSB) DALAM MENDUKUNG PERTUMBUHAN EKONOMI INKLUSIF Berliana Anggun Septiani, Dwiki Chandraderia, Triska Andri Arini, Yulius Pratomo	169
PENGARUH <i>CUSTOMER SERVICE, LOCATION, STORE DESIGN, DAN PRICE</i> TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN Dandy Kurnia	186

IT GOVERNANCE: MEASURE CAPABILITY LEVEL USING COBIT 5 FRAMEWORK

¹Noor Mutia, ²Renny Nur'ainy

^{1,2}Universitas Gunadarma

Jl. Margonda Raya 100 Pondok Cina Depok Jawa Barat Indonesia

¹mutianoor24@gmail.com, ²renny@staff.gunadarma.ac.id

Abstract

The measurement of IT Governance capability level becomes useful for companies in order to reduce and avoid the mistake and losses in IT management. This research aims to measure the capability level of IT Governance in Oil & Gas Company listed in Indonesia, in occasion at PT Energi Mega Persada Tbk (EMP), and support the IT governance that has not reached the EMP's target. The data engaged directly from respondents achieved from the results of questionnaires, interviews and observations. COBIT 5 Framework developed to measure the capability level of process by using Process Assessment Model (PAM). The result found that the capability level of IT Governance measurement of 37 IT processes for all domains in EMP presently at level 3,3 or established level. It means that IT Governance based on COBIT 5 in EMP has been commonly documented, communicated and implemented by default and has standardized. This research is likely to assist company in realize the capability level of IT Governance presently matched to the target that the company wants to reach. In order to the enhancements can conduct to make IT Governance more effective, efficient, and able to support the achievement of company goals.

Keyword: Capability Level COBIT 5 Framework, IT Governance

This paper is a revised and expanded version of a paper entitled *IT Governance: Measure Capability Level Using Cobit 5 Framework (Case Study in PT EMP Jakarta Indonesia)* presented at UG Economic Faculty International Conference October 31st, 2019, Bekasi, West Java, Indonesia.

INTRODUCTION

The part of information technology (IT) in management of information is to create information more efficient and effective for decision-making. Consequently, the decision-making process can be more effective (Romney, Steinbart & John, 2012). At the while of the business conversion process, significant IT investment reaching 1-8% of gross revenue is typically necessary (dependent on the industry and other factors) (ISACA, 2012). High requirement of IT, large extents of investment on IT and IT-related risks, this necessity the good IT Governance to accomplish company goals. IT Governance helps companies to make sure that investments made on IT make value for the company and diminish IT-related risks. Furthermore, the presence of IT Governance can rise profitability for the company and added provide return on investment better than its competitors (Shivashankarappa, Smalov, Dharmalingam & Anbazhagan, 2012). Nevertheless, when companies do not have the decent IT Governance, there may be possibilities of technology investment, failure to deliver services to the consumers and obedience of regulatory (Wibowo, 2011).

COBIT framework provides best practices that help companies enhance the use of technology for their business processes, guide management in controlling the IT governance, and achieve their goals (ISACA, 2012). COBIT 5 advanced to measure the capability level of process by using Process Assessment Model (PAM). PAM is a framework for

measurement that offers a basis for decisive the capability level of a process in COBIT 5. The persistence of capability level assessment is to apprise executive level management, Board of Directors and stakeholder management of the capabilities of existing IT processes in organization in addition to board improvements based on the needs of organization.

Prior research conduct by Wibisono (2014) which aims to measure the level of information technology maturity through the COBIT 5 framework to realize what should be the consideration of management to refining the quality of information systems in PT Agranet Multicitra Siberkom. The research shows that the level of information technology capabilities of PT AMS amounted level 1 (Performed). In order to increase its capability level PT AMS needs to make improvements by focusing on initiation to process that does not exist and improve documentation and procedures for the process already running. Furthermore, research from Tristiadi (2015) aims to measure the level of IT Governance capability as well as provide suggestions for increasing the role of IT Governance in National Library of Indonesia. The results show that the level of information technology capabilities of National Library of Indonesia amounted 2.13 (Managed). Improvements have made on a sustainable basis within a period of two years with the priority of governance and risk management being the most important.

This research measuring the capability level of IT Governance currently by using assessment tools COBIT 5 framework. Moreover, to knowing whether Oil & Gas Company in Indonesia already achieve their goals of IT Governance, and also measuring the target of capability level of IT Governance. These results will provide an overview of the implementation of IT Governance Oil & Gas Company in Indonesia, especially PT EMP, Tbk, and will then be analyzed and expected to provide recommendations. In accordance to background above, the research problem are at which the capability level of IT Governance Oil & Gas Company in Indonesia currently? Does the capability level of IT Governance currently meet to the target capability level of information technology governance in Oil & Gas Company in Indonesia?, What the recommendation to improve the IT Governance capability level in Oil & Gas Company in Indonesia?

LITERATURE REVIEW

IT Governance and COBIT 5 Framework

According to IT Governance Institute (ITGI, 2007), IT Governance is the responsibility of executives and the board of directors. In addition consists of leadership, organizational structures and processes that ensure that the enterprise's IT sustains and extends the organization's strategies and objectives.

COBIT (Control Objective for Information and Related Technology) is a framework and tool that can bridge the gap between control needs, technical issues and business risks, and communicate that level of control to stakeholders. While, Inline with ISACA (2012), COBIT is a set of documentation and guidelines for implementing IT Governance, a framework that helps auditors, management, and users to bridge the gap between business risk, control needs and technical issues. COBIT 5 developed to measure the capability level of process by using Process Assessment Model (PAM).

Process Assessment Model (PAM)

PAM is a framework for measurement that provides a basis for determining the capability level of a process in COBIT 5 as seen in Figure 1. PAM adapts ISO/IEC 15504-

2. Software Engineering Standard that describes the requirements for the assessment implementation and measurement scale to assess the capability of a process. The purpose of process capability assessment is to inform executive level management, board of directors and stakeholder management of the capabilities of existing IT processes in organization as well as target improvements based on the needs of organization.

Capability Dimension COBIT 5

The level of capability of COBIT 5 starts from level 0 (incomplete) up to 5 (optimizing). Each capability level adjusted to the conditions of organization. The dimension of capability there is also a set of attribute processes. The attribute process provides characteristics for measurement of a process capability. Each capability level has a different attribute process.

Figure 2 shows that the six levels of COBIT 5 capability which have processes attribute will be the basis of measurement of each process contained in COBIT 5 namely amounting to 9 (nine) process attributes will be measured using ISO/IEC 15504 to obtain the process capability level.

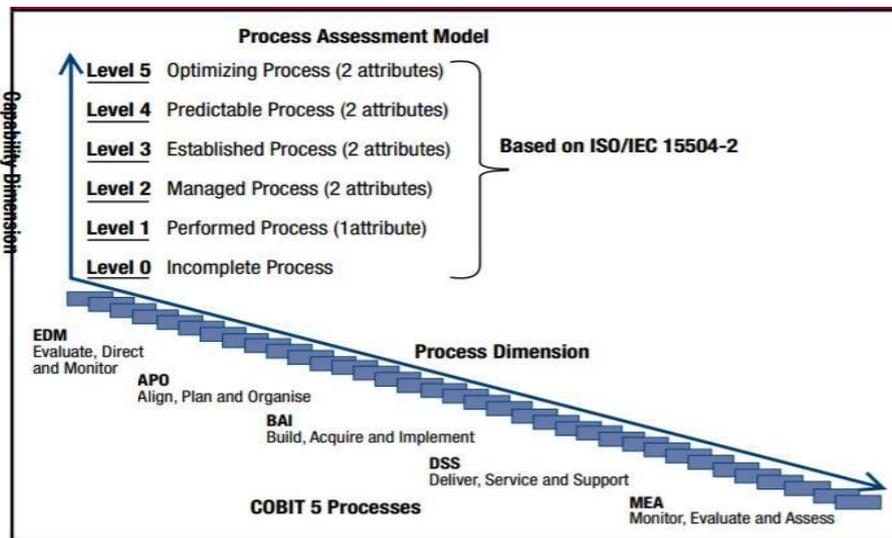


Figure 1. Process Assessment Model
Source: ISACA (2012)

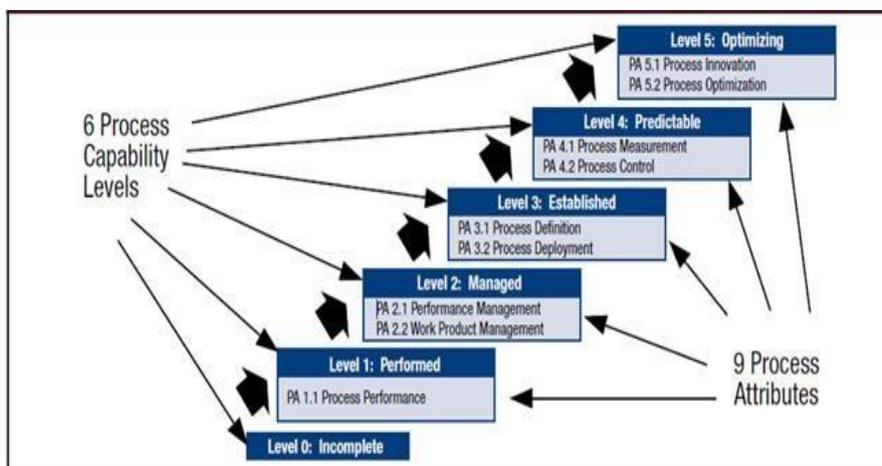


Figure 2. Capability Levels and Process Attributes
Source: ISACA (2012)

Based on Figure 2, Level 1 (Performed) is the process was implemented according to ad hoc (in outline, it depends on the individual). Level 2 (Managed) is the process was implemented and managed well plan and monitored. Level 3 (Established) is the process was implemented in standard procedure. Level 4 (Predictable) is the process was implemented on standard procedure with some restrictions in order to be consistent and achieve the good results. Level 5 (Optimizing) is the process was evaluated and fixed continuously.

Previous Research

Research from Wibisono (2014) entitled Measurement of Capability of Information Technology at PT Agranet Multicitra Siberkom (Information System Analysis Using COBIT 5 Framework). This research aims to determine the level of process capability related to information technology PT AMS uses COBIT 5 framework so that improvements proposed to increase the quality of PT AMS's information system. This research uses a qualitative method, namely by conducting a case study at PT AMS to determine the current condition of the PT AMS information system using the COBIT 5 framework. The following stages Determining the scope of assessment by mapping enterprise goals to IT related goals; Capability assessment is using the self-assessment format provided by COBIT (ISACA: Self Assessment Guide, 2012) and conducting interviews based on an self assessment guide provide from ISACA format to ascertain the current state of IT. The results showed that the measurement of PT AMS's IT capability level were at level 1 (Performed), which means the information technology process at PT AMS has been running and achieving the desired goals but PT AMS does not have a standard process required documentation.

Research from Tristiadi (2015) entitled Measurement of Capability Level of Information Technology Governance Using COBIT 5 Assessment Tools (Case Study at Perpustakaan Nasional Republik Indonesia). The results show that, the IT capability level in Perpustakaan Nasional Republik Indonesia at level 2 (Managed). The suggested enhancements are assessing policies that are not prime, mainly the policy of division of tasks between work units and supervision of coordination between work units, coordinating and make regulations with the Partner Library (Province and City) regarding the integration of digital libraries and supervision of collaboration between libraries in Indonesia.

Research from Yudithiarini (2015) aims to provide an assessment of the application of information technology governance at PT XYZ using COBIT 5 Framework and provide corrective actions that can take in order to improve achievement of process capability levels. The results showed that the IT capability level of PT XYZ at level 2 (managed) which means that in general from each process has been well documented and controlled, a review of each process has also been carried out. While, the recommendation is the provision of adequate IT human resources for operational activities and initiatives that can be carried out by others from the center.

Research from Renata (2015) show that the level of IT governance capability in Indocement uses the COBIT 5 framework at 2.05 (managed), which means that the implementation of the IT process carried out by the Management Information System of Indocement has generally been carried out with planning, monitoring and adjustment. Work products have compiled, controlled and managed appropriately. The recommended recommendations are to emphasize the application of policies and procedures in each activity carried out. The existing policies and procedures are complete, but have not

implemented properly and evaluations regarding existing applications are already running effectively by minimizing errors.

Research from De Haes, Grembergen, Debreceny (2013) is a study literature, which explores the use of COBIT in future research activities. The research revealed that Investigates COBIT as an artifact, sees the framework within an ecosystem of competing and complementary frameworks and standard. Uses it as a common measurement foundation for investigation of some particular aspect of EGIT or cognate areas of enquiry such IT audit and assurance. These research questions can be a source of inspiration for researchers in this field. There are many research opportunities on EGIT and aligned research domains.

Research from Junita (2012) aims to obtain the maturity level of the Company's information and communication technology governance currently compared to the target to achieved with COBIT maturity models 4.1. The results show that the maturity level of the Company's IT process is currently at levels between 2 (Repeatable but Intuitive) and 3 (Defined Process), there are relatively few gaps with the short-term maturity target set by the Company, namely 3 (Defined Process) . The fundamental improvements that needed are the establishment of a work unit that is responsible for the internal implementation of IT controls and documentation of general policies and governance processes of information and communication technology, so that supervision of the implementation of policies carried out effectively and ensure the implementation of IT Governance.

Research from Nugraha (2012) aims to determine the maturity level of PT XYZ information technology development using COBIT 4.1 framework so that improvements done to improve the level of IT governance maturity. The results shows that the current maturity IT level of PT XYZ is at level 2 (Repeatable but Intuitive) which means that IT of PT XYZ has standard procedures for most of its IT processes accompanied by documentation, and communicated through training, but not yet adequate and unable to detect the deviation that occurs. The recommendations suggested that the level of maturity can increase simultaneously is a gradual improvement of all business processes including improvement of the completeness of procedures and documentation, improvement of HR competencies, the establishment and optimization of supporting organs and the conduct of IT audits.

Research from Wolden, Valverde, and Talla (2015) which investigates the effectiveness of the implementation of the COBIT 5 Information Security Framework in the reduction of risk of Cyber Attacks on The Supply Chain Management System (SCMS). The results indicated that COBIT 5 added a new dimension for IS security governance via strict policies and rule set that further strengthened enterprise applications security and that organization benefit from implementing the COBIT 5 framework security measures in SCMS and ERP system.

Research from Adhayanti and Karmilasari (2012) which purpose to assess the performance of the SPRI (Surat Perjalanan Republik Indonesia) system in terms of information technology aspects to achieve good government governance at Bogor Immigration Office using COBIT 4.1 Framework. The results showed the performance evaluation of the SPRI system at the Bogor immigration office had a maturity manage on level 4.1, which means that the entire process carried out according to standards and the results can measured. The recommendation are the management of human resources by intensifying information technology training, determining clear job descriptions and evaluating personnel performance, increasing the identification of automated solutions

and the availability of information technology services.

Research from Maskur, Djunaedi, Adhipta, and Sumirah (2016) aims to determine the maturity level of information technology governance using COBIT 5 framework at Jeneponto Regency Government, which can help organizations to achieve IT goals and deliver value through effective governance and management. The results show that there are eight COBIT processes that are not yet complete implemented or applied so that it has not yet reached the purpose of the process which on level 0 Incomplete Process. The recommendation are political will is needed to support the application of IT in realize good governance and make improvements to leadership. In addition, organizational structure as follows necessary to establish a Chief Information Officer (CIO), establish an IT Strategy Committee to ensure harmony between the objectives of the Jeneponto Regency Government and any ongoing IT initiatives, establish an IT steering committee responsible for monitoring IT investment and Structure of the work unit of the Jeneponto Regency IT management.

Research from Utomo and Mariana (2011) which aims to Measuring IT Governance through Deliver and Support (DS), Monitor and Evaluate (ME) on Cobit 4.1 Framework and Provide recommendations related to IT management in accordance with the business strategy and objectives of Stikubank Semarang University based on Key Goal Indicator and Key Performance Indicator. The results show that the level of IT Governance at level 3, which means the process, documented and communicated. The recommendation are rearrangement of data management between BAAK and academic services in the Study Program at Stikubank Semarang University integrated in one network, where data surveillance centralized at the data center, namely the server at P2ICT. Educating and training users, managing data and monitoring and evaluating IT performance are made interrelated with each other, so that can improve the efficiency and effectiveness of IT performance.

RESEARCH METHOD

This research is qualitative with using case study of EMP to recognize the implementation of IT governance in EMP. Hence, the data collects by direct and cooperating with people at the research site (McMillan & Schumacher, 2003).

The data collection carried out by field studies out to get primary data by taken directly from respondents obtained from the results of questionnaires, interviews and observations. Furthermore, the secondary data composed from several public reports internally, and other institutions that can be confidential namely company profile, company policy, standard operational procedure, and governance guidelines. Moreover, as a reference for more comprehending about this research, the secondary data was collected from literature review of national and international books, journals, thesis about evaluating the IT governance based on COBIT 5 Framework.

Research Phase

In order to identify the implementation of IT governance by using COBIT 5 framework with several phase, **Phase 1** is identification enterprise goals. To identify the goals of the EMP's company from EMP documentation, the researcher would do mapping with the enterprise goals based on COBIT 5. **Phase 2** is identification IT-related goals. On this phase, identify COBIT 5 enterprise goals identified with IT related goals COBIT 5 formed by using IT dimension balance scorecard. **Phase 3** is identification IT process.

In this phase to arranged the mapping of IT related goals COBIT 5 had been identified in the previous phase with IT process of COBIT 5 based on 5 domain or process such as EDM, APO, BAI, DSS, MEA. The result of identification is the IT process had function as processes in assessing capability level of IT governance for the future need of company. **Phase 4** is assessment capability levels. Finally, **Phase 5** is Arrangement of Recommendation. This final phase was the arrangement of recommendation in IT governance improvement based on the current capability level matched with the capability target level by the guide on COBIT 5.

In accordance with measuring of process capability, level in agreement to the Self Assessment Guide: Using COBIT 5 (ISACA, 2012) with several level. Level 0 is incomplete process. On the first level, the process not be practical or means unsuccessful on the process. It is only a little or no attest in each systematic attainment on the goals from the processes. Level 1 is performed process (Informed). On this level, the process has applied and reached the goals of the process. Moreover, this level has one attribute process which PA.1.1 process performance. This attribute has a function to measure how far the goals have achieved of this process. Level 2 is managed process (planned & monitored). This level an applied process managed and the outcome applied and controlled containing planning and controlling. This level has two attributes are PA 2.1 performance management and PA 2.2 work product management. PA 2.1 has a function to measure how far the process has applied. Through PA 2.2 work product management has a function to measure how far the result achieved from the process.

Furthermore, Level 3 is established process (well defined). The process has been made is formerly applied using a defined process capable of achieving the result of the process. This level has two attributes are PA 3.1 process definition and PA 3.2 process deployment. PA 3.1 process definition has a function to extent how far standard process applied in order to support the definite processes. PA 3.2 process assignment has a function to measure how far standard process worked effectively on the explained process to achieve the results.

Level 4 is predictable process (quantitatively achieved). This level constructed process operated on the certain restrictions in order to achieve the results of the process. This level has two attributes are PA 4.1 process measurement and PA 4.2 process control. PA 4.1 process measurement has a function to identify and measure how far the results of the measurements could use to ensure and support on achieving the goals of the processes and the company. The measurement could done by measuring the process, the product and both of them. PA 4.2 process control has a function to identify how far one process in quantitative process could give the stable results, competent and measured in certain restriction. Level 5 is optimizing process (continuous improvement). On this level, the process predicted to do enhancement in order to fulfill the relevant business goals with project goals. This level has two attributes are PA 5.1 process innovation and PA 5.2 process optimization. On PA 5.1 process innovation the measurement from the variations of one process known over general cause analysis built on differences performances and investigations with innovative approach in explanation and applying the process. On PA 5.2 process optimization clarified the measurement based on definitions, managements and working processes in order to provision attaining the process goals with optimum and effective.

RESULT AND DISCUSSION

PT. EMP is a fabricator, developer and explorer company in the oil and gas sector. As an oil and gas company, the business activities take on EMP namely exploration,

Table 1. Average of Capability Level Per Domain

Domain	Average of Capability Level (Current)
Evaluate, Direct and Monitor (EDM)	3.2
Align, Plan and Organize (APO)	2.8
Build, Acquire and Implement (BAI)	3.4
Deliver, Service and Support (DSS)	3.7
Monitor, Evaluate and Assess (MEA)	3.7
Average of All Domain	3.3

development and exploitation of crude oil and natural gas. EMP business aims will charted against COBIT 5 enterprise goals. The following is Table 1 about the performed average measurement of the capability level of 37 IT processes from 5 domains.

Table 1 shows that Evaluate, Direct and Monitor (EDM), Build, Acquire and Implement (BAI), Deliver, Service and Support (DSS), Monitor, Evaluate and Assess (MEA) achieve to level 3 or established level. Whereas, only Align, Plan and Organize (APO) achieved to level 2 or managed. Level 3 is the greatest extensively achieved level of each domain. This specify that generally of every IT process there are standards in the practice of policies, company procedures and other guidance such as Working Guideline No. 53 of 2013 concerning information and communication technology on Contractor Cooperation Contract (PTK-053/SKO0000/2013/SO-Teknologi Informasi dan Komunikasi pada KKKS). The guidelines goal to enhance ICT resources used or owned by KKKS in upstream oil and gas business activities related to the confidentiality of integrity, and the availability of data or information. So overall the capability level of IT governance results in EMP amounting to 3.3 or established, which means that IT governance process based on COBIT 5 framework in EMP has been commonly was documented, communicated and implemented by evasion and has been standardized.

Later on the measurement of capability level IT process currently, then compare between the results of capability level IT process currently with the results of capability level IT process target. The targets are jointly by ICT Department management led by ICT Department Manager taking into account the availability of resources. The result of the comparison between the capability level IT process currently and the target seen in the figure 3 as below.

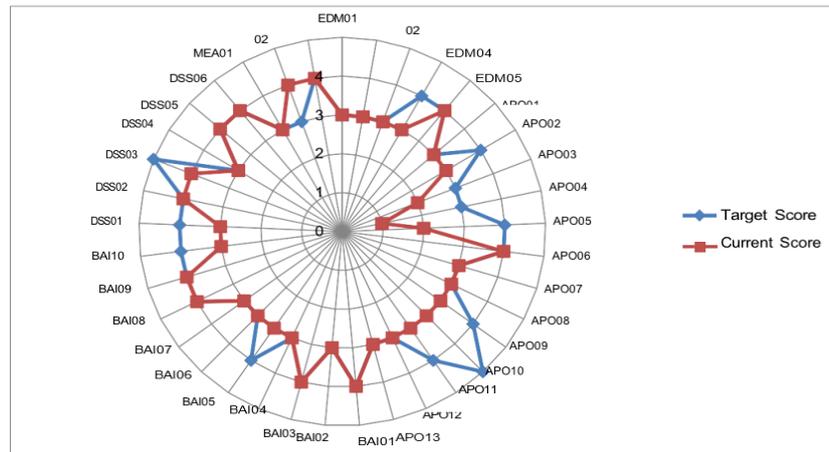


Figure 3. Diagram of Current and Target IT Process Capability level

Table 2. List of Unreached IT Process Currently to Target

IT Process ID	IT Process Name	Target Score	Current Score	Gap
EDM04	Ensure resource optimization	4	3	1
APO02	Manage strategy	4	3	1
APO03	Manage enterprise architecture	3	2	1
APO04	Manage innovation	3	1	2
APO05	Manage portfolio	4	2	2
APO09	Manage service management	4	3	1
APO10	Manage suppliers	5	3	2
APO11	Manage quality	4	3	1
BAI05	Manage organizational change enablement	4	3	1
BAI10	Manage configuration	4	3	1
DSS01	Manage operations	4	3	1
DSS03	Manage problems	5	4	1

Based on diagram it have identified that there are 25 IT processes feast across in all domains have reached the targets among others. They are EDM 01, EDM 02, EDM 03, EDM 05, APO 01, APO 06, APO 07, APO 08, APO 12, APO 13, BAI 01, BAI 02, BAI 03, BAI 04, BAI 06, BAI 07, BAI 08, BAI 09, DSS 02, DSS 04, DSS 05, DSS 06, MEA 01, MEA 02, and MEA 03. Moreover, there are 12 IT processes feast across in four domains that have not reached the target among others that is EDM 04, APO 02, APO 03, APO 04, APO 05, APO 09, APO 10, APO 11, BAI 05, BAI 10, DSS 01 and DSS 03. The gaps between the capability level of IT process currently with the target capability level IT process by EMP used as the basis for researcher in focusing IT process that has not reached the target, which will be prepared recommendations.

Discussion

Table 2 indicated the matching between capability levels IT processes currently that have not reached the target with the target that created the gap between them. After knowing the level of gaps that arise in these IT process, then decided references to attain targets that meet the prospects of EMP.

Based on the table IT process EDM 04 is ensuring resource optimization. The optimization of resources not only connected to human resources, but also the resources of assets (hardware and software) with a cost effective. Now, general EMP has optimized the use of resources. However, the optimization of asset resources that surpasses its

economic lifetime was impact the performance poverty of those resources. To advance the accomplishment of the capability level these process are scheming the decline of cost through the utilization of resource, enhanced direction of maintenance with Department of Budgeting and Finance. In order to prevailing asset resources can track optimally, checking the management of IT asset resources particularly maintenance by finding problems that happen, reporting, and then performed corrective action.

IT process APO 02 is managing strategy. ICT department has short and long-term goals that provision the company's strategy. Yet, these long-term goals have not obviously definite. To increase the attainment of the capability level these process are describe forthcoming business targets based on an understanding of EMP business environment and requirements. Formerly, analyses the hole between current and future IT capability circumstances. Additionally, creating strategic plans and information technology roadmap for the long term and containing into short-term information technology strategy. The strategic plan defines how information technology objectives will give to the company's strategic objectives and chance of current needs. These long-term and short-term strategies has accepted and communicated to stakeholders and those involved directly elaborate in the objectives. This is to ensure that future of IT strategic plans and roadmaps assumed by all stakeholders. Finally, implement the strategic plan and assess the application of the strategic plan.

Furthermore, IT process APO 03 is manage enterprise architecture. ICT Department EMP has ICT blueprint, but it is not accomplished until be fulfilled. To expand the reaching of the capability level these process are constructing an initiative architecture vision by detecting stakeholder requirements, EMP's strategic goals and plans, aligning architecture with strategic program significances, EMP's capabilities and needs, evaluating EMP readiness for change, defining architectural scope, describing architectural principles, constructing architectural visualization, explain architectural value proposition, objectives, and benchmarks, identify architectural risks. Selecting, maintaining, and verifying the architecture model, then documenting the architecture. Identification opportunities and solutions, improve implementation and movement strategies through gap analysis between current and targeted environments in the architecture. Building an implementation and migration plan that line up with the program and project portfolio. Provide and manage service in accordance with enterprise architecture.

IT process APO 04 is manage innovation. The EMP ICT Department does not yet have rules and procedures that explicitly regulate innovation management. To expand the attainment of the capability level these process the improvement have to complete by establish policies and procedures regarding innovation intend to analysis of rejected initiatives which covering the causes of the initiative being rejected, corrective action and the requirements for the proposed initiative to be accepted.

Next IT process APO 05 is manage portfolio. ICT Department of EMP has been undertaking a portfolio of IT investments, however not yet measured the success of the portfolio. Whether the IT investment have to done aligned with the strategy of the EMP itself. To improve the achievement of the capability level these process, evaluate and selective to the programs to be funded by assessing those programs. It also by measuring the percentage of IT investments that match the company's strategy and management's satisfaction with the IT contribution to the success of the IT strategy through calculates the Net Present Value (NPV) and Internal Rate Return (IRR). In addition, monitoring, optimizing and reporting on investment portfolio performance. Measuring the ratio

between the funds allocated to the funds used and the funds available with funds allocated for IT investments through one of Return of Investment (ROI). For the portfolio of programs, projects, services and IT assets deemed by ICT EMPs to be non-beneficial and not used, then they should be documented into retired services. This documentation is required if one day the replacement service does not meet the specifications. The old service can be reused or when defining a new service, the old service used as a reference in defining its functionality. The retired services documentation may also be used as an archive of data whose information can be used in the future.

IT process APO 09 is managing service agreement. In managing service agreements, ICT Departments have contracts with suppliers. The contracts there are rights and obligations of each party, the validity period of the agreement, force majeure and dispute settlement. In addition, there is also a service level agreement (SLA). However, the requirements for quality management listed in the SLA, for acceptance criteria not yet available. To improve the achievement of the capability level these processes are developing frameworks and procedures in the management of service level especially acceptance criteria. Developing and implementing monitoring procedures, logging, complaints handling, management of disturbances, and solving problems related to IT services. Then, monitoring and measuring SLA achievements against targeted ones. Finally, conducting service reviews and identifying improvement opportunities.

Moreover, IT process APO 10 is Manage suppliers. In managing relationships with suppliers, ICT Department has used a tender mechanism in accordance with PTK-007 year 2015 on supply chain management of cooperative contracting contractors (KKKS), in addition there are several supplier catalog indicators established but no risk assessment has been undertaken on the supplier. To improve the achievement of the capability level these processes are EMP identify and evaluate supplier relationships and existing contracts with categorized into their type, significance level and critical level. In addition, evaluate the supplier and contract criteria to find out the available supplier portfolio and supplier alternatives. EMP can also identify and manage risks associated with the supplier's ability continually in deliver services safely, efficiently and effectively. This risk assessment is documented and available when needed for decision making with regard to suppliers. Furthermore, EMP routinely review the overall performance of supplier based on the contractual requirements, the value obtained compared to the costs incurred and other issues of concern. This review is documented and available when needed for supplier selection in the future.

IT process APO 11 is manage quality. In managing the quality, ICT Department has conducted periodic monitoring of the services provided, but sometimes there are recurring problems. To improve the achievement of the capability level these processes are establish and maintain a Quality Management System (QMS). QMS provides a standard, formal and sustainable approach to quality management of information, application of technology and business processes according to business needs. Initial stages in the implementation of this QMS focus on important processes related to business continuity. For EMP related to the quality of internet access speed so that data exchange, business transactions can run smoothly. Furthermore, establish and manage quality for standards, practices and procedures in accordance with QMS that have approved by management. Then, analysis the comparative costs incurred with the profit earned. This quality standard should also be in line with the information technology control needs. Finally, focusing on quality management to stakeholders, shareholders by determining needs tailored to quality management practices. In case the speed of access to the latest news on the official

website of www.emp.id and the issuance of financial statements in a timely manner.

On IT process BAI 05 is manage organizational change enablement. In adjusting the dynamics of the oil and gas business that has decreased over the past four years, structural changes have occurred in ICT Department. There are communications conducted to those who have affected by the changes but no follow-up has taken to ensure that the changes are sustainable. To improve the achievement of the capability level these process are preparing qualified human resources for changes in structure and function and responsibility with the first training and evaluate the implementation.

IT process BAI 10 is manage configuration. Configuration updates performed as needed not periodically. To improve the achievement of the capability level these process EMP setting and manage configuration storage on a regular basis with current configuration by populating the changes made. This should arranged in detail for any project of any priority at EMP without exception. Documentation for this activity is an updated storage with the latest configuration items and approved base values. Furthermore, reporting related to status and configuration periodically that record when changes occur. This report does not distinguish between projects with top priority with low priorities project. All project have to fully documented and reported. The documentation for this activity is a configuration status report.

Then IT process DSS 01 is managing operations. ICT Department has been running in accordance with Standard Operational Procedure related, but the target of this process is the process implemented according to certain standards and constraints to be consistent in achieving the results set. To improve the achievement of the capability level these process are design and development of interference/event detection system, first level filtering of the event/interruption occurs to determine whether the event needs further handling or neglected bias. If the event would to ignored, the event have to documented into the log file even though no further handling is necessary. In addition, if the event caused by a service or device that exceeds the threshold, it must checked. If the event caused by components/devices that are not functioning normally, then investigation and further handling that must done. Furthermore, conducting a review of the disruption/event that occurred along with the handling that has done. Finally, monitoring, logging, interference detection, solving problems related to IT infrastructure in accordance with established procedures.

Finally, IT process DSS 03 is managing problems. ICT Department has applied in accordance with SOP no. EMP-ICT-SOP-00.018. Target of this process is that the process evaluated and improved a continuing basis. To improve the achievement of the capability level these process are elevate known errors by identifying the cause of the problem, making notes on known errors and appropriate solutions, and identifying other potential solutions. Documentation for this activity is a known and ever-known record of errors and ongoing solutions to known errors. Furthermore, proactively management the problem by analyzing operational data (especially incident and change records) to identify emerging trends that may be indicative of the problem. Documentation for this activity is an observation report for problem resolve, and identification against sustainable solutions.

CONCLUSION

Based on the measurement capability level of IT governance using COBIT 5 Framework at PT. EMP Tbk, it can be concluded that the capability level of IT Governance capability currently at level 3,3. The 37 IT processes in all domains, such as

Evaluate, Direct and Monitor (EDM), Align, Plan and Organize (APO), Build, Acquire and Implement (BAI), Deliver, Service and Support (DSS), Monitor, Evaluate and Assess (MEA) are established level. It means that IT governance by using COBIT 5 in EMP has been generally documented, communicated and implemented by default and has standardized.

If it compares with the target of company, capability level of IT governance predicted by EMP amounting to 25 IT processes currently have reached to the target company. However, there are still amounting to 12 IT processes on EDM, APO, BAI and DSS domains that have not reached the target. Thus, there are recommendations of activities that performed by EMP in order to increase the capability level. Furthermore, EMP have to implementation of good IT governance with improvement of EDM can be done by focusing on improving maintenance coordination and monitoring. APO, the improvement can focus on making Standard Operational Procedure especially for manage innovation by considering the working guidance on information and communication technology on Contractor Cooperation Contract (PTK-053/SKO0000/2013/SO-Information Technology and Communication on KKKS) as the basic preparation. Moreover, BAI improvements can focus on documenting, improving supervision and training submissions when organizational structure changes. Moreover, DSS improvements can focus on the development of interference or event detection systems and increased supervision.

EMP needs to make improvements in order to increase the capability level of IT governance as targeted by EMP. The improvement have to done gradually within two years by completing activity recommendations on IT processes that have not reached the target namely EDM 04, APO 02, APO 03, APO 04, APO 05, APO 09, APO 10, APO 11, BAI 05, BAI 10, DSS 01 and DSS 03. The company emphasize that the implementation of policies and procedures in each activity related to information technology have to communicate to all interested parties. In addition, the company review existing procedures to determine their eligibility with the latest conditions. Finally, the company ensure that every activity and process is appropriates documented for control and recommendation needs. For regulators, the results of this research have to use as input and suggestion especially for SKK MIGAS in making a regulation that in the future can cover all IT operational activities on contractor cooperation contract.

REFERENCES

- Adhayanti, N. & Karmilasari. (2012). *Audit TIK pada sistem penerbitan surat perjalanan Republik Indonesia (SPRI) di Kantor Imigrasi Bogor*. Prosiding Seminar Ilmiah Nasional Komputer dan Sistem Intelejen, 7(44), 323-330.
- De Haes, S., Grembergen W.V., & Debreceny, R.S. (2013). COBIT 5 and enterprise governance of information technology: Building blocks and research opportunities. *Journal of Information System*, 27(1), 307-324.
- ISACA. (2012). *COBIT 5-self assessment guide: Using COBIT 5*. Retrieved from <https://www.isaca.org/2018/01/01>
- ISACA. (2012). *Implementation COBIT 5*. Retrieved from <https://www.isaca.org/2018/01/01>
- ISACA. (2012). *Process assessment model (PAM): Using COBIT 5*. Retrieved from <https://www.isaca.org/2018/01/01>
- IT Governance Institute. (2007). *COBIT 5: Framework, objective controls*, management

- guidelines. Retrieved from <https://www.itgi.org/2018/01/01>
- Junita, E. (2012). *Audit tata kelola teknologi informasi dan komunikasi melalui pendekatan maturity assessment tools COBIT 4.1: Studi kasus pada PT. Semen Gresik Persero, Tbk* (Master's thesis). Jakarta: Universitas Indonesia.
- Maskur, Djunaedi, A., Adhipta, D., & Sumirah. (2016). Perancangan tata kelola TI dengan menggunakan framework Cobit 5 (studi kasus: Pemerintah Kab. Jeneponto). *Jurnal Teknologi Informasi dan Komputer*, 1(1), 10-15.
- McMillan, J. H & Schumacher, S. (2003). *Research in education*. New Jersey: Pearson Press.
- Mutia, N. (2018). *The Measurement of Information Technology Governance Capability Level Using COBIT 5 Framework (Case Study of PT Energi Mega Persada, Tbk)* (Master's Thesis). Jakarta: Universitas Gunadarma.
- Nugraha, R. (2012). *Pengukuran tingkat kematangan teknologi informasi dengan menggunakan kerangka kerja COBIT 4.1 studi kasus pada PT. XYZ* (Master's thesis). Jakarta: Universitas Indonesia
- Renata, T. (2015). *Analisis tata kelola teknologi informasi berdasarkan COBIT 5 framework: Studi kasus pada PT Indocement Tunggul Perkasa* (Undergraduate's thesis). Jakarta: Universitas Indonesia.
- Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2012). *Accounting information system*. 12th edition. London: Pearson Press.
- Shivashankarappa, A.N, Smalov, L., Dharmalingam, R., & Anbazhagan, N. (2012). *Implementing IT Governance Using COBIT: A case study focusing on critical success factors*. Internet Security (World CIS), 2012 World Congress on, pp, 144-149, IEEE.
- Tristiadi, B. (2015). *Pengukuran tingkat kapabilitas tata kelola teknologi informasi dengan menggunakan assesment tools COBIT 5 (Studi kasus pada Perpustakaan Nasional Republik Indonesia)* (Master's thesis). Jakarta: Universitas Indonesia.
- Utomo, A. P., & Mariana, N. (2011). Analisis tata kelola teknologi informasi (IT Governance) pada bidang akademik dengan COBIT framework studi kasus pada Universitas Stikubank Semarang. *Dinamik*, 16(2), 139-149.
- Wibisono, L. (2014). *Pengukuran tingkat kapabilitas teknologi informasi pada PT Agranet Multicitra Siberkom (analisis sistem informasi menggunakan kerangka kerja COBIT 5)* (Master's thesis). Jakarta: Universitas Indonesia.
- Wibowo. A. M. (2011). *IT Governance Maturity at Indonesian State Owned Enterprises: Contingent Factors and Impacts* (Master's thesis). Jakarta: Universitas Indonesia.
- Wolden, M., Valverde, R., & Talla, M. (2015). The effectiveness of COBIT 5 information security framework, for reducing cyber attacks on supply chain management system. *IFAC-PapersOnLine*, 48(3), 1846-1852.
- Yudithiarini, A. (2015). Analisis tata kelola teknologi informasi berdasarkan COBIT 5 framework pada kontraktor kontrak kerja sama (KKKS) minyak & gas bumi (studi kasus pada PT XYZ) (Master's thesis). Jakarta: Universitas Indonesia.

FAKTOR YANG MEMENGARUHI BEHAVIOR INTENTION UNTUK PENGGUNAAN APLIKASI DOMPET DIGITAL MENGUNAKAN MODEL UTAUT2

Aries Andrianto

*Magister Manajemen Sistem Informasi Universitas Gunadarma
Jl. Margonda Raya No. 100, Depok 16424, Jawa Barat
ariesandrianto@gmail.com*

Abstrak

Berdasarkan data Bank Indonesia, transaksi uang elektronik tumbuh pesat dalam 10 tahun terakhir. Sepanjang 2018, volume transaksi uang elektronik sebanyak 2,92 miliar transaksi atau tumbuh 16.600 kali dibandingkan 2009. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan aplikasi dompet digital LinkAja dengan menggunakan metode UTAUT 2. Subjek penelitian ini adalah pengguna aplikasi dompet digital LinkAja yang berdomisili di Jakarta. Variabel independen yang diteliti pada penelitian ini adalah Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Price Value, Hedonic Motivation, dan Habit terhadap Behavior Intention dengan menggunakan teknik analisis PLS-SEM. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Price Value berpengaruh positif terhadap Behavior Intention sedangkan untuk faktor lainnya tidak berpengaruh terhadap Behavior Intention.

Kata Kunci: *Behavior Intention, Dompet Digital, PLS-SEM, UTAUT 2*

Abstract

Based on Bank Indonesia data, electronic money transactions have grown rapidly in the past 10 years. Throughout 2018, the volume of electronic money transactions was 2.92 billion transactions, growing 16,600 times compared to 2009. This study aims to analyze the factors that influence interest in using the LinkAja digital wallet using the UTAUT 2 method. The object of this study is the LinkAja digital wallet user who is domiciled in Jakarta. The independent variables examined in this study were Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Price Value, Hedonic Motivation, and Habit on Behavior Intention using PLS-SEM analysis techniques. The results of this study indicate that the Price Value variable has a positive effect on Behavior Intention while the other factors do not affect Behavior Intention.

Keywords: *Behavior Intention, Digital Wallet, PLS-SEM, UTAUT 2*

PENDAHULUAN

Gubernur Bank Indonesia Agus D. W. Martowardojo, pada Kamis, 14 Agustus 2014 di Jakarta secara resmi mencanangkan “Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT)”. GNNT ditujukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penggunaan instrumen non tunai, sehingga berangsur-angsur terbentuk suatu komunitas atau masyarakat yang lebih menggunakan instrumen non tunai (*Less Cash Society/LCS*) (Bank Indonesia, 2014). GNNT terdiri dari penggunaan kartu debit, kartu kredit, dan uang elektronik.

Berdasarkan data Bank Indonesia, transaksi uang elektronik tumbuh pesat dalam 10 tahun terakhir. Sepanjang 2018, volume transaksi sebanyak 2,92 miliar transaksi atau tumbuh 16.600 kali dibandingkan 2009. Riset iPrice Group dan App Annie menunjukkan, pengguna aktif bulanan GoPay merupakan yang terbanyak di Indonesia. Diperingkat dua ada Ovo yang stabil mengikuti Gojek, sedangkan Dana yang baru muncul di kuartal keempat di 2018 berhasil menunjukkan pertumbuhan yang positif dan berhasil mengalahkan pemain lama seperti LinkAja dan Jenius (Katadata, 2019). Padahal per 1 Maret 2019 beberapa produk dompet digital milik Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yaitu TCash milik Telkomsel, Yap! milik BNI, e-Cash milik Bank Mandiri dan T-bank dari Bank BRI di lebur menjadi satu produk dompet digital yaitu LinkAja (Kompas, 2019). Berdasarkan latar belakang inilah penelitian ini membahas pengguna LinkAja yang berada di Jakarta.

Penelitian ini menggunakan teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2) yang memiliki 7 faktor/indikator yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Price Value*, *Hedonic Motivation*, dan *Habit*. Dari 7 faktor tersebut, 6 faktor digunakan dalam penelitian ini adalah *price value*, *hedonic motivation*, *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *habit*. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi *Behavior Intention* (niat penggunaan) aplikasi dompet digital LinkAja di Jakarta serta untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari faktor-faktor tersebut terhadap *Behavior Intention* aplikasi LinkAja di Jakarta.

KERANGKA TEORI

Penelitian ini didasarkan pada satu teori yaitu *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2). Berikut ini uraian tentang UTAUT 2 dan faktor-faktor yang terdapat di dalamnya.

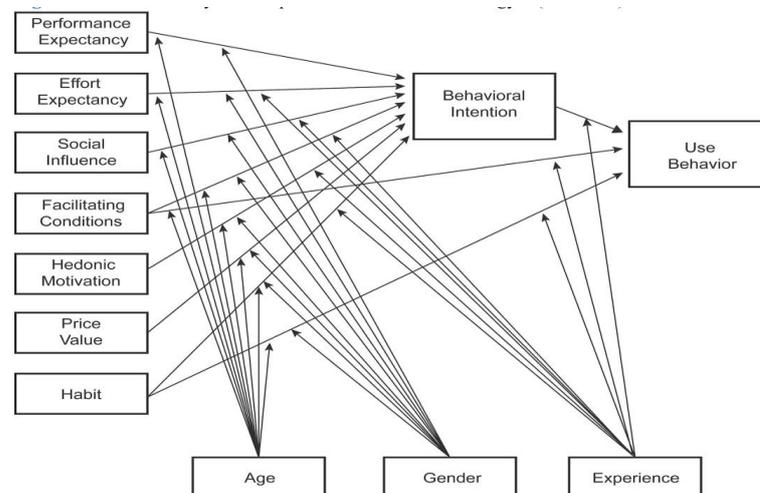
UTAUT 2 (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2*)

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2) merupakan sebuah model penerimaan teknologi dari Venkatesh, Thong dan Xu (2012). Model ini menjelaskan bahwa penerimaan suatu teknologi berdasarkan sisi pengguna, menjadi lebih baik dengan persentase perbaikan dari 56% menjadi 74%. Aspek penerimaan berupa niat perilaku penggunaan, dengan persentase dari 40% menjadi 52% (Venkatesh et.al, 2012). Model ini menjelaskan bagaimana niat dan perilaku pengguna terhadap penerimaan suatu teknologi yang dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *price value*, *hedonic motivation* dan *habit*. Berikut ini faktor-faktor yang terdapat pada UTAUT2, (1) ***Performance expectancy (PE)***: Digunakan untuk menjelaskan sejauh mana pengguna mendapatkan manfaat dalam menggunakan suatu sistem atau teknologi (Venkatesh et. al., 2012); (2) ***Effort Expectancy (EE)***: Menjelaskan sejauh mana suatu sistem atau teknologi mudah untuk digunakan (Jambulingam, 2013); (3) ***Social Influence (SI)***: Menjelaskan seseorang menggunakan suatu teknologi karena adanya dorongan dari orang-orang sekitar (Harsono & Suryana, 2014); (4) ***Facilitating Condition (FC)***: Menjelaskan persepsi seseorang bahwa infrastruktur berupa perangkat atau pengetahuan mendukung penggunaan suatu sistem atau teknologi (Raman & Don, 2013); (5) ***Hedonic Motivation (HM)***: Merupakan

motivasi kesenangan yang diperoleh dari penggunaan suatu sistem atau teknologi (Venkatesh et al., 2012); (6) **Price Value (PV)**: Trade-off antara biaya yang dibayar dengan manfaat yang didapatkan dari penggunaan teknologi (Venkatesh et al., 2012); (7) **Habit (H)**: Menjelaskan bagaimana seseorang menggunakan suatu sistem dalam kesehariannya (Harsono & Suryana, 2014). Hubungan antara setiap faktor dalam UTAUT2 digambarkan pada Gambar 1 yaitu tujuh faktor yang memengaruhi *Behavior Intention*.

Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai *Behavior Intention* (Niat Penggunaan) telah dilakukan oleh beberapa peneliti dengan berbagai pendekatan dan metode. Beberapa penelitian membahas tentang adopsi penerimaan teknologi di bidang keuangan seperti *e-money*, *m-banking*, *m-payment*, *m-marketing*, dan *digital wallet*. Putri, Indrawati dan Harsono (2017) mengembangkan model UTAUT2 dengan menambahkan faktor baru yaitu kepercayaan (trust) ke dalam model UTAUT2. Zhulhaida dan Giri (2017) menunjukkan bahwa variabel *Performance Expectancy*, *Effort expectancy*, *Social Influence* adalah yang paling signifikan mempengaruhi *Behavior Intention*. Ramdhani, Rachmawati, dan Prabowo (2017) menunjukkan bahwa Variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, dan *Habit* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Behavior Intention*. Pertiwi dan Ariyanto (2017) menunjukkan bahwa Variabel *performance expectancy* berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Nugroho, Winarno, dan Hartanto (2017) menunjukkan bahwa *facilitating conditions*, dan *price value* memiliki pengaruh terhadap niat menggunakan *mobile payment*. Nuriska, Asakdiyah dan Setyawan (2018) menunjukkan bahwa Variabel *Habit*, *Facilitating Condition*, dan *Price Value* berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *Go-Pay*. Faridhal (2019) menunjukkan bahwa Variabel *Habit*, *Effort Expectancy*, dan *Facilitating Condition* merupakan konstruk yang paling berpengaruh terhadap *Behavior Intention*. Ispriandina dan Sutisna (2019) menunjukkan bahwa *habit* memiliki pengaruh paling signifikan terhadap intensi kontinuitas penggunaan *mobile wallet* di Kota Bandung. Eneizan, Mohammed, Alnoor, Alaboodi dan Enaizan (2019) menunjukkan bahwa variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *hedonic motivation*, *social influence*, *price value*, *facilitating conditions*, dan *habit* mempengaruhi variabel *behaviour intention*.

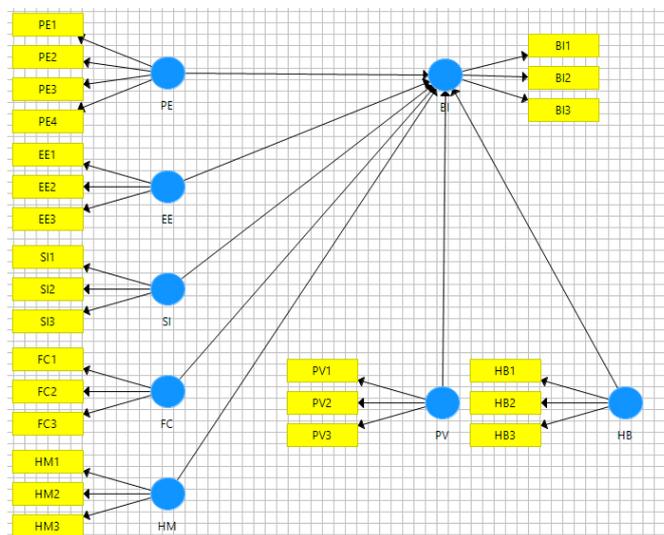


Gambar 1. Model UTAUT 2 Venkatesh, et al 2012

Kwateng, Atiemo, Appiah (2019) menunjukkan bahwa *Habit* dan *Price Value* adalah faktor utama yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan *m-banking* di Ghana. Dapat disimpulkan dari 9 penelitian tersebut bahwa variabel *Habit* dan *Price Value* adalah variabel yang memiliki pengaruh paling signifikan pada adopsi penerimaan teknologi keuangan (*e-money, m-banking, m-payment, dan digital wallet*).

Ada juga penelitian yang membahas tentang adopsi penerimaan teknologi perangkat lunak seperti *Operating System, Application Mobile, dan Sistem Informasi Pengelolaan Keuangan Daerah (SIPKD)*. Gayatrie, Kusyanti dan Saputra (2017) menunjukkan bahwa variabel *Habit, Social Influence, Effort Expectancy* berpengaruh terhadap *Behavior Intention*. Sutanto, Ghozali dan Handayani (2018) menunjukkan bahwa Variabel *Hedonic Motivation* dan *Habit* berpengaruh signifikan terhadap variabel *Behavior Intention*. Budiarto (2018) menunjukkan peran dominan *Price Value* dan *Hedonic Motivation* sebagai penentu pada *Behavior Intention*. Nugroho, Kusrini dan Sudarmawan (2018) menunjukkan bahwa penerimaan aplikasi SIPKD dipengaruhi oleh faktor *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, dan habit*. Dapat disimpulkan dari 4 penelitian tersebut bahwa variabel *Hedonic Motivation* dan *Habit* adalah variabel yang memiliki pengaruh paling signifikan pada adopsi penerimaan teknologi perangkat lunak seperti *Operating System, Application Mobile, dan Sistem Informasi Pengelolaan Keuangan Daerah (SIPKD)*.

Selain itu ada beberapa penelitian yang membahas tentang adopsi penerimaan teknologi pada *online travel agent*. Chang, Liu, Huang dan Hsieh (2019) menunjukkan bahwa variabel *performance expectancy, social influence, facilitating condition, hedonic motivation, price value, dan habit* berpengaruh positif terhadap *behavior intention*. Ahmed dan Kranthi (2019) menunjukkan bahwa variabel *performance expectancy, price value, dan habit* adalah faktor terpenting yang mempengaruhi penerimaan *m-ticketing*. Lubis dan Rahmiati (2019) menunjukkan bahwa *Social Influence, Hedonic Motivation, dan Habit* berpengaruh signifikan terhadap *Behavior Intention*. Dapat disimpulkan dari 3 penelitian tersebut bahwa variabel *Habit* adalah variabel yang memiliki pengaruh paling signifikan pada adopsi penerimaan teknologi pada *online travel agent* diikuti oleh variabel *Hedonic Motivation, Price Value, Social Influence, dan Performance Expectancy*.



Gambar 2. Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Berdasarkan penelitian UTAUT2 terdahulu yang telah dibahas pada bagian sebelumnya, untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan atau *Behavior Intention*, maka penelitian ini menggunakan variabel-variabel seperti *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Price Value*, *Hedonic Motivation*, dan *Habit*. Kerangka teori pada penelitian ini menggambarkan hubungan variabel bebas dan variabel terikat. Variabel terikat yang digunakan pada penelitian ini adalah *Behavior Intention*, yaitu niat penggunaan terhadap aplikasi dompet digital LinkAja. Variabel bebas yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Contidions*, *Price Value*, *Hedonic Motivation*, dan *Habit*.

Penelitian ini meneliti pengaruh antar variabel yang sudah digambarkan dalam model penelitian dalam bentuk hipotesis berdasarkan variable dalam UTAUT2, LinkAja, yaitu niat penggunaan terhadap aplikasi LinkAja. Variabel bebas yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Contidions*, *Price Value*, *Hedonic Motivation*, dan *Habit*, dan *Behavior Intention*. Hipotesis pada model UTAUT2 yang dapat diasumsikan adalah sebagai berikut:

Hipotesis 1, H_1 = Ada pengaruh positif antara *Performance Expectancy* dengan *Behavior Intention*.

Hipotesis 2, H_2 = Ada pengaruh positif antara *Effort Expectancy* dengan *Behavior Intention*.

Hipotesis 3, H_3 = Ada pengaruh positif antara *Social Influence* dengan *Behavior Intention*.

Hipotesis 4, H_4 = Ada pengaruh positif antara *Facilitating Contidions* dengan *Behavior Intention*.

Hipotesis 5, H_5 = Ada pengaruh positif antara *Price Value* dengan *Behavior Intention*.

Hipotesis 6, H_6 = Ada pengaruh positif antara *Hedonic Motivation* dengan *Behavior Intention*.

Hipotesis 7, H_7 = Ada pengaruh positif antara *Habit* dengan *Behavior Intention*.

Berdasarkan indikator-indikator yang terdapat pada setiap variabel maka berikut ini adalah 25 pertanyaan yang telah disesuaikan dengan indikator variabel yang ada pada UTAUT2. Daftar Pertanyaan dapat dilihat di Tabel 1.

Penelitian ini menggunakan skala *likert* yaitu jawaban sangat tidak setuju dengan bobot 1, tidak setuju dengan bobot 2, netral dengan bobot 3, setuju dengan bobot 4, dan sangat setuju dengan bobot 5. Alat analisis yang digunakan adalah Structural Equation Model (SEM) berbasis komponen atau varian yang disebut Partial Least Square (PLS). Uji Statistika yang dilakukan dibagi dua yaitu pengujian pada outer model dan inner model. Pengujian outer model dilakukan dengan menggunakan tiga jenis pengujian, yaitu *Construct Reliability*, *Uji Average Variance Extracted (AVE)* dan *Discriminant Validity*, sedangkan pengujian inner model dilakukan dengan menggunakan tiga jenis pengujian, yaitu *Path Value*, *R-Square*, dan Uji T.

Tabel. 1 Daftar Pertanyaan

Variabel	Label	Pertanyaan
<i>Performance Expectancy (PE)</i>	PE1	Aplikasi dompet digital LinkAja sangat bermanfaat untuk keseharian saya dalam melakukan berbagai macam transaksi
	PE2	Aplikasi dompet digital LinkAja meningkatkan efisiensi kinerja saya
	PE3	Aplikasi dompet digital LinkAja membantu menyelesaikan masalah pembayaran saya lebih cepat
	PE4	Aplikasi dompet digital LinkAja meningkatkan produktivitas saya
<i>Effort Expectancy (EE)</i>	EE1	Aplikasi dompet digital LinkAja mudah untuk dipelajari dan dipahami
	EE2	Aplikasi dompet digital LinkAja tidak mudah untuk di gunakan
	EE3	Mudah bagi saya untuk terampil menggunakan aplikasi dompet digital LinkAja
<i>Social Influence (SI)</i>	SI1	Orang-orang yang penting bagi saya berpikir bahwa saya harus menggunakan aplikasi dompet digital LinkAja
	SI2	Orang-orang yang memengaruhi perilaku saya berpikir bahwa saya harus menggunakannya aplikasi dompet digital LinkAja
	SI3	Orang yang pendapatnya saya hargai lebih suka menggunakan aplikasi dompet digital LinkAja
<i>Facilitating Conditions (FC)</i>	FC1	Saya memiliki sumber daya (koneksi internet dan telepon genggam pintar) yang diperlukan untuk menggunakan aplikasi dompet digital LinkAja
	FC2	Saya memiliki pengetahuan yang cukup untuk menggunakan aplikasi dompet digital LinkAja
	FC3	Terdapat tenaga ahli yang dapat membantu apabila saya mengalami kesulitan dalam menggunakan aplikasi dompet digital LinkAja
<i>Hedonic Motivation (HM)</i>	HM1	Saya merasa senang saat menggunakan Aplikasi dompet digital LinkAja
	HM2	Saya merasa tidak nyaman saat menggunakan Aplikasi dompet digital LinkAja
	HM3	Saya merasa menikmati saat menggunakan Aplikasi dompet digital LinkAja
<i>Price Value (PV)</i>	PV1	Saya merasa harga untuk mendapatkan Aplikasi dompet digital LinkAja masuk akal
	PV2	Saya merasa harga layanan pada Aplikasi dompet digital LinkAja sudah sesuai dengan layanan yang dijanjikan
	PV3	Saya bersedia untuk membayar seharga yang telah ditetapkan untuk menggunakan Aplikasi dompet digital LinkAja
<i>Habit (HB)</i>	HB1	Saya sudah terbiasa menggunakan Aplikasi dompet digital LinkAja
	HB2	Saya merasa harus terus menggunakan Aplikasi dompet digital LinkAja
	HB3	Jika saya ingin bertransaksi , maka saya akan menggunakan aplikasi dompet digital LinkAja
<i>Behavior Intention (BI)</i>	BI1	Saya berkeinginan untuk terus menggunakan aplikasi dompet digital di masa depan
	BI2	Orang-orang di sekitar saya merasa tidak puas dalam menggunakan aplikasi dompet digital LinkAja
	BI3	Saya merasa aplikasi dompet digital LinkAja sudah berjalan dengan baik

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini uraian pembahasan diawali dengan profil dari responden. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner daring (*google form*) yang kemudian disebarkan ke responden dan diperoleh 31 responden. Waktu pengumpulan data yaitu pada bulan Februari 2020 dengan rentang waktu kurang lebih 2 minggu. Responden yang mengisi kuesioner mayoritas adalah laki-laki sebanyak 64.50% atau 20 orang, sisanya 35.5% atau 11 orang adalah perempuan. Usia responden terbanyak adalah antara 17-30 tahun sebesar 87.10% atau ada 27 orang. Hal ini dapat dipahami bahwa mereka yang menggunakan LinkAja tentunya adalah yang sudah memiliki penghasilan sendiri, walaupun ada juga yang masih usia sekolah telah menggunakan aplikasi LinkAja. Hal ini dimungkinkan karena pada usia muda umumnya rasa ingin tahu dan mencoba aplikasi baru cukup besar. Pekerjaan responden terbanyak adalah dari karyawan swasta yaitu sebesar 61.3% atau 19 orang. Responden yang pekerjaannya Pegawai Negeri dan Pelajar/Mahasiswa dalam penelitian ini sama besar yaitu 12.9% atau 4 orang. Mayoritas responden berdomisili di Jakarta Utara sebanyak 32.3% atau 10 orang, Jakarta Selatan 29% atau 9 orang, Jakarta Pusat 16.10% atau 5 orang, Jakarta Timur 9.7% atau 3 orang, Jakarta Barat 12.9% atau 4 orang. Terlampir data lengkap demografis responden pada Tabel 2 berikut.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan pada kuesioner telah valid yaitu nilai corrected item total correlation lebih besar dari nilai r tabel, yaitu antara 0.448-0.660. Nilai r tabel pada tingkat signifikansi 0.05 dengan jumlah data (n) sebanyak 31 adalah sebesar 0.344. Hasil uji reliabilitas selengkapnya tersaji pada Tabel 3. berikut.

Tabel 2. Demografis Responden

Demografis Responden		%
Jenis Kelamin	Perempuan	35.50%
	Laki-Laki	64.50%
Usia	< 17 tahun	3.20%
	17-30 tahun	87.10%
	31-50 tahun	6.50%
	> 50 tahun	3.20%
Pekerjaan	Karyawan Swasta	61.30%
	Pegawai Negeri	12.90%
	Pelajar/Mahasiswa	12.90%
	Ibu Rumah Tangga	6.50%
	Wirausaha	6.50%
Domisili	Jakarta Pusat	16.10%
	Jakarta Utara	32.30%
	Jakarta Timur	9.70%
	Jakarta Barat	12.90%
	Jakarta Selatan	29%

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Laten	Cronbach's Alpha	Jumlah Item
BI	0.616	2
EE	0.944	3
FC	0.848	3
HB	0.933	3
HM	0.873	2
PE	0.962	4
PV	0.899	3
SI	0.899	3

Berdasarkan hasil pengolahan data yang terdapat di Tabel. 3 hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa pertanyaan kuesioner sudah reliabel karena telah memenuhi kriteria yaitu angka Cronbach's Alpha > 0.6.

Path Coefficient (β)

Berdasarkan pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai *path coefficient*, dimana jika nilai tersebut < 0.05 maka jalur (*path*) dapat dikatakan mempunyai pengaruh yang signifikan. Hasil uji path coefficient terlihat pada Tabel 4, menunjukkan bahwa variabel *Price Value* mempunyai pengaruh terhadap variabel *Behaviour Intention*.

Uji Hipotesis dan Pembahasan

Hasil uji hipotesis tersaji lengkap pada Tabel 5. Berikut ini adalah pembahasan untuk masing-masing pengaruh variabel sesuai dengan hipotesis:

Hipotesis 1: Ada pengaruh positif antara *Performance Expectancy* dengan *Behavior Intention*. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa nilai *T-Statistics* dari *Performance Expectancy* adalah 0.585 dan nilai *Path Coefficient* dari *Performance Expectancy* adalah 0.559. *T-Statistics* dengan nilai < 1.96 dan *Path Coefficient* dengan nilai > 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak. *Performance Expectancy* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *Behavior Intention*.

Hipotesis 2: Ada pengaruh positif antara *Effort Expectancy* dengan *Behavior Intention*. Nilai *T-Statistics* yang diperoleh dari pengolahan data menunjukkan bahwa

Tabel 4. Hasil Uji Path Coefficient

Hubungan Jalur	Antar Path Coefficient (β)
EE → BI	0.75
FC → BI	0.539
HB → BI	0.833
HM → BI	0.12
PE → BI	0.559
PV → BI	0.021
SI → BI	0.236

Effort Expectancy adalah 0.319 dan nilai *Path Coefficient* dari *Effort Expectancy* adalah 0.75. *T-Statistics* dengan nilai < 1.96 dan *Path Coefficient* dengan nilai > 0.05 , maka dapat disimpulkan bahwa H_2 ditolak. *Effort Expectancy* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *Behavior Intention*.

Hipotesis 3: Ada pengaruh positif antara *Social Influence* dengan *Behavior Intention*. Berdasarkan pengolahan data, nilai *T-Statistics* dari *Social Influence* adalah 1.187 dan nilai *Path Coefficient* dari *Social Influence* adalah 0.236. *T-Statistics* dengan nilai < 1.96 dan *Path Coefficient* dengan nilai > 0.05 , maka dapat disimpulkan bahwa H_3 ditolak. *Social Influence* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *Behavior Intention*.

Hipotesis 4: Ada pengaruh positif antara *Facilitating Contidions* dengan *Behavior Intention*. Nilai *T-Statistics* yang diperoleh dari pengolahan data adalah *Facilitating Contidions* adalah 0.614 dan nilai *Path Coefficient* dari *Facilitating Contidions* adalah 0.539. *T-Statistics* dengan nilai < 1.96 dan *Path Coefficient* dengan nilai > 0.05 , maka dapat disimpulkan bahwa H_4 ditolak. *Facilitating Contidions* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *Behavior Intention*.

Hipotesis 5: Ada pengaruh positif antara *Price Value* dengan *Behavior Intention*. Berdasarkan hasil pengolahan data, maka dapat dilihat nilai *T-Statistics* dari *Price Value* adalah 2.313 dan nilai *Path Coefficient* dari *Price Value* adalah 0.021. *T-Statistics* dengan nilai > 1.96 dan *Path Coefficient* dengan nilai < 0.05 , maka dapat disimpulkan bahwa H_5 diterima. *Price Value* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavior Intention*.

Hipotesis 6: Ada pengaruh positif antara *Hedonic Motivation* dengan *Behavior Intention*. Nilai *T-Statistics* yang diperoleh untuk *Hedonic Motivation* adalah 1.556 dan nilai *Path Coefficient* dari *Hedonic Motivation* adalah 0.12. *T-Statistics* dengan nilai < 1.96 dan *Path Coefficient* dengan nilai > 0.05 , maka dapat disimpulkan bahwa H_6 ditolak. *Hedonic Motivation* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *Behavior Intention*.

Hipotesis 7: Ada pengaruh positif antara *Habit* dengan *Behavior Intention*. Nilai *T-Statistics* dari *Habit* adalah 0.211 dan nilai *Path Coefficient* dari *Habit* adalah 0.833. *T-Statistics* dengan nilai < 1.96 dan *Path Coefficient* dengan nilai > 0.05 , maka dapat disimpulkan bahwa H_6 ditolak. *Habit* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *Behavior Intention*. Rangkuman dari hasil uji untuk setiap hipotesis dapat dilihat pada Tabel. 5 berikut ini.

Variabel *Price Value* berpengaruh positif terhadap niat penggunaan aplikasi dompet digital LinkAja. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Budiarto (2018), Nugroho et.al (2018), Chang et.al (2019), Ahmed dan Kranthi (2019), dan Lubis dan Rahmiati (2019). Penjelasan bahwa *price value* memengaruhi niat penggunaan aplikasi dompet digital LinkAja, yaitu para pengguna merasa harga untuk mendapatkan Aplikasi dompet digital LinkAja masuk akal, layanan yang diberikan oleh Aplikasi dompet digital

Tabel 5. Rangkuman Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Keterangan	Status
H1	<i>Performance Expectancy</i> → <i>Behavior Intention</i>	Ditolak
H2	<i>Effort Expectancy</i> → <i>Behavior Intention</i>	Ditolak
H3	<i>Social Influence</i> → <i>Behavior Intention</i>	Ditolak
H4	<i>Facilitating Contidions</i> → <i>Behavior Intention</i>	Ditolak
H5	<i>Price Value</i> → <i>Behavior Intention</i>	Diterima
H6	<i>Hedonic Motivation</i> → <i>Behavior Intention</i>	Ditolak
H7	<i>Habit</i> → <i>Behavior Intention</i>	Ditolak

LinkAja sudah sesuai dengan layanan yang dijanjikan. Selain itu, pengguna bersedia untuk membayar seharga yang telah ditetapkan untuk dapat menggunakan Aplikasi dompet digital LinkAja. Untuk variabel lainnya dalam penelitian ini tidak terbukti memengaruhi pengguna dalam menggunakan aplikasi dompet digital LinkAja.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, maka beberapa kesimpulan yang dapat peneliti berikan adalah Faktor yang mempengaruhi niat penggunaan aplikasi dompet digital LinkAja adalah *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Price Value*, *Hedonic Motivation*, dan *Habit*.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan dalam hal perolehan data kuisioner yang berhasil peneliti kumpulkan sebanyak 31 responden, hal ini berpengaruh pada hasil penelitian jika dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang menggunakan data lebih banyak. Saran yang dapat diberikan adalah Aplikasi LinkAja dapat lebih memperhatikan faktor *Performance Expectancy* dan *Effort Expectancy* agar minat penggunaan aplikasi LinkAja dapat bertambah. Intensitas promo dan sosialisasi keunggulan produk juga sebaiknya terus dilakukan di berbagai macam media. Faktor *Price Value* tetap dipertahankan pada harga yang terjangkau dan kompetitif karena *price value* tersebut merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap niat menggunakan aplikasi dompet digital LinkAja.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia (2014). Bank Indonesia Mencanangkan Gerakan Nasional Non Tunai. [online]. Available at https://www.bi.go.id/id/ruang-media/siaran-pers/pages/sp_165814.aspx [Accessed 26 January 2020].
- Budiarto, R. (2018). Analisis faktor adopsi aplikasi mobile berdasarkan pengalaman, usia dan jenis kelamin menggunakan UTAUT2. *Jurnal Ilmiah Teknologi Sistem Informasi*, 3(2), 114-126.
- Chang, C. M., Liu, L. W., Huang, H. C., & Hsieh, H. H. (2019). Factors influencing online hotel booking: Extending UTAUT2 with age, gender, and experience as moderators. *Information*, 10(281), 1-18.
- Enaizan, B., Mohammed, A.G., Alnoor, A., Alabboodi, A.S., & Enaizan, O. (2019). Customer acceptance of mobile marketing in Jordan: An extended UTAUT2 model with trust and risk factors. *International Journal of Engineering Business Management*, 11, 1-10.
- Faridhal, M. (2019). Analisis transaksi pembayaran nontunai melalui e-wallet: Perspektif dari modifikasi model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 7(2), 1-17.
- Gayatrie, M.S., A. Kusyanti, A & Saputra, M. C (2017). Analisis penerimaan OS Windows 10 dengan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 1(6), 514-523.
- Harsono L.D, & Suryana L.A (2014). *Factors affecting the use behavior of social media using UTAUT 2 model*. Proceedings of the First Asia-Pacific Conference on Global

- Business, Economics, Finance and Social Sciences (AP14 Singapore Conference), Paper ID: S471.
- Ispriandina, A. & Sutisna, M. (2019). *Faktor-faktor penerimaan teknologi yang memengaruhi intensi kontinuitas penggunaan mobile wallet di Kota Bandung*. Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar, *10*(1), 1046-1055.
- Jambulingam, M. (2013). Behavioural intention to adopt mobile technology among tertiary students. *World Applied Sciences Journal*, *22*(9), 1262-1271.
- Katadata (2019). Inilah daftar dompet digital terbesar di Indonesia. [online] . Available at <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/08/23/inilah-daftar-dompet-digital-terbesar-di-indonesia> [Accessed 26 January 2020].
- Kompas (2019). LinkAja mulai beroperasi 1 Maret 2019?. [online]. Available at <https://ekonomi.kompas.com/read/2019/02/22/074804226/linkaja-mulai-beroperasi-1-maret-2019?page=all> [Accessed 26 January 2020].
- Kwateng, K. O., Atiemo, K. A. O., & Appiah, C.(2019). Acceptance and use of mobile banking: an application of UTAUT2. *Journal of Enterprise Information Management*, *32*(1), 118-151.
- Lubis, M. F. T. & Rahmiati, F. (2019). User acceptance of online travel agents agent for millenials and gen Z. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, *3*(2), 375– 388.
- Nugroho, K. T., Kusriani, & Sudarmawan (2018). *Pengujian Sistem Informasi Pengelolaan Keuangan Daerah berbasis Web Kabupaten Majalengka dengan Menggunakan UTAUT 2*. Prosiding Seminar Nasional GEOTIK 2018, 111-120.
- Nugroho, P., Winarno, W.W., & Hartanto, R. (2017). *Faktor-faktor yang mempengaruhi niat menggunakan mobile payment dengan pendekatan extended The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*. Prosiding Seminar Nasional CITEE 2017, 226-233.
- Nuriska, A., Asakdiyah, S., & Setyawan, R. R. (2018). Factors affecting behavior intention in using Go-Pay with the Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 Model (UTAUT 2). *Muhammadiyah International Journal of Economics and Business*, *1*(2), 107-114.
- Pertiwi, N.W. & Ariyanto, D. (2017). Penerapan model UTAUT 2 untuk menjelaskan minat dan perilaku penggunaan mobile banking di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, *18*(2), 1369-1397.
- Putri, D. A., Indrawati, & Harsono, L. D. (2017). The use of Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 model to analyze factors influencing continuance intention of e-payment adoption (A case study of Go-Pay from Indonesia). *International Journal of Science and Research (IJSR)*, *6*(11), 1322-1326.
- Raman, A & Don Y. (2013). Preservice teachers' acceptance of learning management software: An application of the UTAUT2 Mode. *International Education Studies*, *6*(7), 157-164.
- Ramdhani, A.B., Rachmawati, I., & Prabowo, F.S.A, (2017). Pengaruh adopsi teknologi layanan uang elektronik Telkomsel Cash menggunakan pendekatan UTAUT2. *e-Proceeding of Management* , *4*(1), 53-60.
- Sutanto, Ghozali, I., & Handayani, R.S. (2018). Faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan Sistem Informasi Pengelolaan Daerah (SIPKD) dalam perspektif Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 Model (UTAUT2) di Kabupaten Semarang. *Jurnal Akuntansi dan Auditing*, *15*(1), 37-68.

- Venkatesh, V., Thong, J.Y.L., dan Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157-178.
- Zhulhaida, R., & Giri, R. R. W. (2017). Analisis minat masyarakat terhadap penggunaan layanan e-money di Indonesia dengan menggunakan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2). *Majalah Ilmiah Unikom*, 15(2), 155-166.

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENERIMAAN USER TERHADAP PENERAPAN *QUICK RESPONSE INDONESIA STANDARD* SEBAGAI TEKNOLOGI PEMBAYARAN PADA DOMPET DIGITAL

Rina Mayanti
Magister Manajemen Sistem Informasi Universitas Gunadarma
Jl. Margonda Raya No. 100, Depok 16424, Jawa Barat
rinamayanti16@gmail.com

Abstrak

Quick Response Indonesian Standard (QRIS) merupakan standarisasi Quick Response Code (QR Code) sebagai teknologi untuk metode pembayaran yang ditetapkan oleh Bank Indonesia sejak Januari 2020. Standarisasi ini dibentuk untuk memberikan metode pembayaran nontunai yang lebih mudah dan efisien. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerimaan masyarakat terhadap penerapan Quick Response Indonesian Standard sebagai teknologi untuk metode pembayaran nontunai dengan menggunakan metode Unified Theory of Acceptance and Use Technology 2. Objek penelitian ini adalah masyarakat yang merupakan pengguna aplikasi Electronic Wallet (Go-Pay dan OVO) yang telah menerapkan Quick Response Indonesian Standard sebagai pengganti Quick Response Code. Variabel independen yang diteliti pada penelitian ini adalah Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivation, dan Habit terhadap Behavior Intention dan Use Behavior dengan menggunakan teknik analisis Partial Least Squares-Structural Equation Modelling. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Facilitating Condition dan Hedonic Motivation memiliki pengaruh positif yang terhadap Behavior Intention, serta Behavior Intention juga memiliki pengaruh positif yang terhadap Use Behavior.

Kata Kunci: *Dompot Digital, Teknologi Pembayaran, Quick Response Indonesian Standard Unified Theory of Acceptance and Use Technology 2*

Abstract

Quick Response Indonesia Standard (QRIS) is the Quick Response Code (QR Code) which is standardized by Bank Indonesia as the technology used for the cashless payment method. It has been released officially since January 2020. The aim of this standardization is to provide an easier and more efficient payment method by QR Code technology. The electronic wallet's provider which have already implemented QRIS as their payment technology are Go-Pay and OVO. The goal of this research is to analyze the factors affecting the user acceptance of Quick Response Indonesia Standard implementation as the electronic wallet's payment technology. The user acceptance regarding the Quick Response Indonesia Standard implementation is predicted by user technology acceptance model called Unified Theory of Acceptance and Use Technology 2. The variables used in this research are all Unified Theory of Acceptance and Use Technology 2 model variables except age, gender, experience, and price value. The method used for analysing the data in this research is Partial Least Squares-Structural Equation Modelling. The result of this research shows that the facilitating conditions and hedonic motivation affect the user's behavioral intention for using QRIS as their payment technology, and this behavioral intention also gives the effect to use behavior.

Keywords: *Electronic Wallet, Payment Technology, Quick Response Indonesian Standard, Unified Theory of Acceptance and Use Technology 2*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan *financial technology (fintech)* tertinggi di Indonesia terdapat pada sektor pembayaran. Metode pembayaran merupakan salah satu unsur yang termasuk ke dalam sektor pembayaran (Wijaya, 2019). Metode pembayaran yang berkembang pada masyarakat saat ini adalah pembayaran berbasis digital (*cashless*). Menurut Bank Indonesia, metode pembayaran nontunai terbagi menjadi dua yaitu, *e-money* dan *e-wallet*. *E-money* atau uang elektronik merupakan metode pembayaran berbasis chip (*offline*) sedangkan *e-wallet* atau dompet digital, merupakan metode pembayaran berbasis server (*online*), seperti OVO, Go-Pay, Dana, Link-Aja, dan i-saku (Devita, 2020).

Quick Response Code (QR Code) merupakan inovasi teknologi yang digunakan sebagai metode pembayaran pada dompet digital secara umum (Ruslan, Karmawan, Suharjito, Fernandoand & Gui, 2019). *QR Code* adalah barcode dua dimensi yang dapat menyimpan data. Fungsi *QR Code* dalam aspek metode pembayaran yaitu menghubungkan pengguna dengan layanan transaksi pembayaran dengan cara memindai *QR Code* menggunakan kamera smartphone yang sudah terhubung dengan akun pengguna. Pada sisi lain, kenaikan pada penggunaan metode pembayaran dompet digital di Indonesia pada tahun 2018, yaitu mencapai US\$1,5 miliar, yang diprediksikan terus meningkat hingga mencapai US\$ 25 miliar pada tahun 2023, mendorong Bank Indonesia untuk membuat standar untuk penggunaan teknologi *QR Code* sebagai teknologi yang digunakan untuk metode pembayaran, dengan tujuan peningkatan efisiensi transaksi. Pada tanggal 1 Januari 2020, Bank Indonesia resmi merilis standar untuk penggunaan *QR Code* Indonesia atau *Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS)*. Menurut Gubernur Bank Indonesia, QRIS bertujuan mengusung semangat UNGGUL (UNiversal, GampanG, Untung dan Langsung). QRIS berfungsi agar satu kode bisa dipakai melalui layanan pembayaran yang berbeda (Mulia, 2019).

Uraian tersebut sebagai motivasi untuk meneliti tentang penerimaan masyarakat mengenai penerapan QRIS sebagai teknologi untuk melakukan transaksi pada dompet digital, guna mengetahui terlaksananya tujuan perilis QRIS sebagai teknologi pembayaran nontunai. Objek penelitian yang digunakan pada penelitian ini merupakan dompet digital yang telah menerapkan QRIS pada teknologi pembayarannya. Dompet digital yang digunakan sebagai objek penelitian pada penelitian ini adalah Go-Pay dan OVO. Hal ini didasarkan pada survey yang dilakukan mengenai pertumbuhan dari sepuluh penyelenggara fintech dompet digital di Indonesia. Survey tersebut menunjukkan bahwa dompet digital Go-Pay dan OVO. Jenis metode penerimaan yang digunakan oleh peneliti-peneliti terdahulu untuk menghitung tingkat penerimaan masyarakat terhadap teknologi *QR Code* secara umum adalah *Theory Acceptance Model (TAM)* (Musyaffi, 2020; Arianti, 2019) dan *Unified Theory of Acceptance and Use Technology (UTAUT)* (Soviah, 2019; Andre, 2019) dengan menambahkan faktor risiko sebagai variabel independen. Hal ini dikarenakan munculnya berbagai kerugian yang dirasakan oleh pengguna *QR Code*. Akan tetapi, hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa faktor risiko tidak berpengaruh terhadap keinginan masyarakat dalam menggunakan teknologi *QR Code*. Selain itu, berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya mengenai *QR Code*, pengguna *QR Code* cenderung termasuk masyarakat milenial, sehingga penulis tertarik untuk melihat faktor *hedonic motivation* dan *habit* yang terdapat pada metode penerimaan

Unified Theory of Acceptance and Use Technology (UTAUT2) pada penerimaan masyarakat terhadap penerapan QRIS.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat penerimaan masyarakat terhadap penggunaan QRIS sebagai standar QR Code Indonesia dengan menggunakan faktor-faktor yang terdapat pada model UTAUT 2, yaitu faktor *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*, *habit*, *behaviour intention*, dan *user behaviour*. Objek penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pengguna dompet digital Go-Pay dan OVO di wilayah Kota DKI Jakarta.

KERANGKA TEORI

Financial Technology (Fintech)

Fintech didefinisikan sebagai industri yang terdiri dari perusahaan-perusahaan yang menggunakan teknologi agar sistem keuangan dan penyampaian layanan keuangan lebih efisien. Aktivitas-aktivitas *Fintech* dalam layanan jasa keuangan dapat diklasifikasikan ke dalam lima kategori (Wijaya, 2019), yaitu pembayaran, transfer, kliring, dan penyelesaian (payment, clearing and settlement).

Quick Response Code (QR Code)

QR adalah singkatan dari *Quick Response* yang digunakan untuk menerjemahkan isinya dengan cepat. *Quick Response (QR) Code* merupakan barcode dengan algoritma khusus yang dapat dibaca oleh pembaca barcode ataupun Smartphone dengan menggunakan kamera (Surekha, Anand & Indu, 2015). *QR Code* terdiri kotak persegi yang besar kemudian terdapat bagian kotak persegi yang kecil dan terdapat struktur pola dalam penyimpanan data terkandung dalam *QR Code* tersebut (ISO/IEC 18004:2000). *QR Code* yang diterapkan pada metode pembayaran pada dompet digital bersifat dinamis. Hal ini dikarenakan proses pemindaian *QR Code* membutuhkan data user berdasarkan kebutuhan user tersebut, seperti personalisasi, total transaksi, dan informasi situs perujuk dompet digital tertentu (Ruslan et.al., 2019).

Quick Response Indonesia Standard (QRIS)

Pada tanggal 1 Januari 2020, Bank Indonesia resmi merilis standar untuk penggunaan QR Code Indonesia atau *QR Code Indonesian Standard (QRIS)*. QRIS adalah standar *QR Code* pembayaran untuk sistem pembayaran Indonesia yang dikembangkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI). Setiap penyedia Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) berbasis QR wajib menggunakan QRIS yang diatur dalam BI dalam PADG No.21/18/2019 tentang Implementasi Standar Internasional QRIS untuk pembayaran (Bank Indonesia, 2019). *QR Code* berfungsi agar satu kode bisa dipakai melalui layanan pembayaran yang berbeda. Standar Nasional *QR Code* diperlukan untuk mengantisipasi inovasi teknologi dan perkembangan kanal pembayaran menggunakan *QR Code* yang berpotensi menimbulkan fragmentasi baru di industri sistem pembayaran serta untuk memperluas akseptasi pembayaran non tunai nasional secara lebih efisien (Mulia, 2019).

Teori Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2)

Model penerimaan UTAUT 2 menjelaskan penerimaan suatu teknologi berdasarkan sisi pengguna lebih baik dengan persentase perbaikan dari 56% menjadi 74% untuk penerimaan berupa niat perilaku penggunaan dan perbaikan pada penerimaan

berupa perilaku penggunaan dengan persentase dari 40% menjadi 52% (Venkatesh et.al, 2012). Model ini menjelaskan bagaimana niat dan perilaku pengguna terhadap penerimaan suatu teknologi yang dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *price value*, *hedonic motivation*, dan *habit* (Raman, 2013): (1) **Performance expectancy (PE)**: Digunakan untuk menjelaskan sejauh mana pengguna mendapatkan manfaat dalam menggunakan suatu sistem atau teknologi (Venkatesh et al., 2012); (2) **Effort Expectancy (EE)**: Menjelaskan sejauh mana suatu sistem atau teknologi mudah untuk digunakan (Jambulingam, 2013), (3) **Social Influence (SI)**: Menjelaskan seseorang menggunakan suatu teknologi karena adanya dorongan dari orang-orang sekitar (Harsono, 2014); (4) **Facilitating Condition (FC)**: Menjelaskan persepsi seseorang bahwa infrastruktur berupa perangkat atau pengetahuan mendukung penggunaan suatu sistem atau teknologi (Raman et al., 2014); (5) **Hedonic Motivation (HM)**: Merupakan motivasi kesenangan yang diperoleh dari penggunaan suatu sistem atau teknologi (Venkatesh et al., 2012); (6) **Price Value (PV)**: Trade-off antara biaya yang dibayar dengan manfaat yang didapatkan dari penggunaan teknologi (Venkatesh et al., 2012); (7) **Habit (H)**: Menjelaskan bagaimana seseorang menggunakan suatu sistem dalam kesehariannya (Harsono, 2014).

Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian sebelumnya yang menjadi rujukan pada penelitian ini yaitu penelitian mengenai faktor penerimaan user pada metode pembayaran pada dompet digital diuraikan sebagai berikut. Surekha et.al (2015) tim peneliti dari India, mengusulkan metode alternatif yang menggunakan aplikasi kriptografi visual. Dua pendekatan baru diusulkan untuk tujuan transaksi pembayaran elektronik. Metode pertama membutuhkan informasi pribadi terbatas pelanggan yang diperlukan untuk transfer dana selama belanja online. Ini melindungi data pelanggan yang memang meningkatkan kepercayaan pelanggan dan mencegah pencurian identitas. Metode kedua adalah pembuatan tiket elektronik yang aman untuk aplikasi kereta dan film berdasarkan QR-Codes dengan konten terenkripsi. Metode yang diusulkan kompatibel dengan infrastruktur minimal yang saat ini tersedia dengan pelanggan. Handayani dan Sudiana (2015) menemukan bahwa *Expectancy (PE)*, *Social Influence (SI)* and *Facilitating Condition (FC)* memengaruhi *Behavioral Intention*, sementara *Effort Expectancy (EE)* tidak memengaruhi *Behavioral Intention*.

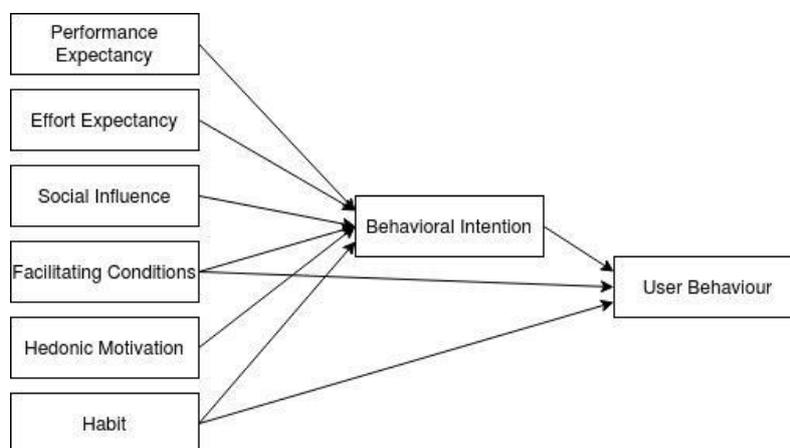
Penelitian yang dilakukan oleh Zulhaida dan Giri (2017) menunjukkan bahwa variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, dan *social influence* memengaruhi *behavior intention*. Nugroho, Winarno dan Hartanto (2017) menunjukkan bahwa *facilitating condition* dan *price value* memengaruhi niat penggunaan *mobile payment*. Gayatrie, Kusyanti dan Saputra (2017) menunjukkan bahwa *habit*, *social influence*, dan *effort expectancy* berpengaruh terhadap *behavior intention*. Sutanto, Ghozali dan Handayani (2018) menunjukkan bahwa *hedonic motivation* dan *habit* memengaruhi *behavior intention*. Penelitian penggunaan *QR Code* juga dilakukan oleh Faridhal (2019). (Andre, 2019) menggunakan model UTAUT sebagai variabel-variabel independen dan dependen. Selain itu, penelitian ini menambahkan faktor *perceived risk* dan *cost* sebagai variabel independen tambahan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived risk* dan *cost* tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap penerimaan user pada metode pembayaran dompet digital. Faktor yang berpengaruh pada penerimaan user adalah faktor *social influence*. Penelitian tersebut menggunakan variabel-variabel pada

UTAUT 2 yang menunjukkan bahwa seluruh faktor pada UTAUT 2 memberikan pengaruh positif terhadap penerimaan user dalam penggunaan *QR Code* sebagai metode pembayaran. Faktor usia, jenis kelamin, dan pengalaman menunjukkan tidak berpengaruh terhadap penerimaan user. Arianti, Darma, Maradona, dan Mahyuni (2019) menyimpulkan bahwa secara umum *QR Code* belum dapat diterima dalam transaksi bisnis di Bali, dan pemberian informasinya masih perlu ditingkatkan lagi dengan penerapan strategi yang lebih baik dan sosialisasi dari pihak perbankan sehingga program yang dicanangkan berjalan sesuai harapan. Ispriandina dan Sutisna (2019) menunjukkan bahwa habit memiliki pengaruh terhadap intensi kontinuitas penggunaan mobile wallet di Kota Bandung. Penelitian *QR Code* juga dilakukan oleh (Soviah, 2019) dengan menggunakan variabel UTAUT. Hasil penelitian menunjukkan seluruh variabel menunjukkan pengaruh signifikan, selain *age*, *gender*, dan *experience*. Penelitian juga telah dilakukan oleh (Musyaffi, 2020) menggunakan model TAM 3, serta memasukkan variabel tambahan yaitu *plan to continue to use*, *frequently to use*, *recommend to others*, *clear and understandable*, *less effort*, *error probability*, *problem risk*, dan *risky*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap penerimaan user pada *QR Code* sebagai metode pembayaran dompet digital, sedangkan faktor risiko tidak berpengaruh.

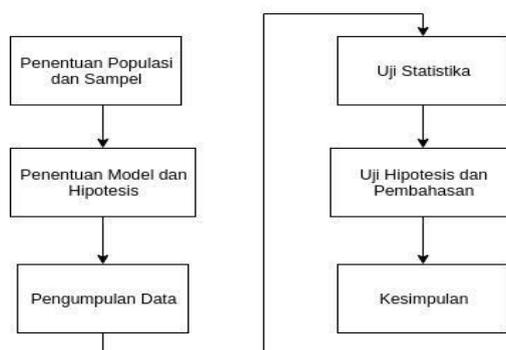
Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya, variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini sebagai bahan ukur adalah variabel-variabel pada model UTAUT 2, tanpa memasukkan variabel *age*, *gender*, dan *experience*. Penelitian ini juga tidak menambahkan faktor risiko. Variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini dirangkum dalam model penerimaan teknologi yang dapat dilihat pada Gambar 2.

Variabel-variabel pada penelitian ini kemudian dirangkum sebagai hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H1 : *Performance Expectancy* berpengaruh terhadap *Behavior Intention*
- H2 : *Effort Expectancy* berpengaruh terhadap *Behavior Intention*
- H3 : *Social Influence* berpengaruh terhadap *Behavior Intention*
- H4 : *Facilitating Condition* berpengaruh terhadap *Behavior Intention*
- H5 : *Hedonic Motivation* berpengaruh terhadap *Behavior Intention*
- H6 : *Habit* berpengaruh terhadap *Behavior Intention*
- H7 : *Facilitating Condition* berpengaruh terhadap *Use Behavior*
- H8 : *Habit* berpengaruh terhadap *Use Behavior*
- H9 : *Behavior Intention* berpengaruh terhadap *Use Behavior*



Gambar 1. Model Penerimaan Teknologi



Gambar 2. Bagan Prosedur

METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2. Metode penelitian dibagi menjadi enam langkah (Suriasumantri, 2005), yaitu menentukan populasi dan sampel penelitian, menentukan model penelitian dan hipotesis, mengumpulkan data, melakukan pengujian (uji statistika dan uji hipotesis), pembahasan dari hasil pengujian, dan penarikan kesimpulan.

Wilayah daerah yang digunakan sebagai objek dalam penelitian ini adalah wilayah Kota DKI Jakarta dengan jumlah populasi 10,5 juta jiwa. Wilayah kota administrasi Jakarta terbagi menjadi beberapa bagian yaitu Jakarta Barat, Jakarta Timur, Jakarta Pusat, Jakarta Utara, dan Jakarta Selatan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini bukan populasi penduduk, melainkan populasi pengguna e-wallet aktif (Go-Pay dan OVO) di Kota Jakarta. Akan tetapi, data pengguna aktif tidak diketahui. Kriteria sampel yang dibutuhkan untuk penelitian ini adalah sampel untuk populasi pengguna e-wallet (Go-Pay dan OVO) di wilayah DKI Jakarta. Ukuran sampel minimum dalam analisis PLS-SEM yaitu 10 kali dari jumlah maksimum anak panah (jalur) yang mengenai variabel. Berdasarkan pengertian di atas maka jumlah minimum sampel pada penelitian ini adalah sepuluh kali jumlah variabel (sembilan) yaitu 90 data.

Variabel independen untuk penelitian ini adalah *performance expectancy (PE)*, *effort expectancy (EE)*, *social influence (SI)*, *facilitating condition (FC)*, *hedonic motivation (HM)*, dan *habit (HT)*. Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya, *variabel experience*, *gender*, *age*, dan *price value* tidak dimasukkan ke dalam model penelitian (Soviah, 2019; Andre, 2019), sedangkan variabel dependen pada penelitian ini adalah *behavioral intention (BI)* and *user behavior (UB)*. Berdasarkan model pengukuran yang dibuat maka hipotesis yang akan dibuktikan pada penelitian ini berjumlah sembilan, seperti yang telah dijelaskan pada bagian kerangka teori.

Data dikumpulkan menggunakan kuesioner *online (google form)* yang kemudian disebar ke responden dan digunakan di tahapan selanjutnya untuk uji statistika. Ada 24 pertanyaan yang diberikan kepada responden. Pertanyaan yang disebar terdiri dari empat buah pertanyaan yang mencerminkan indikator pada variabel PE, tiga pertanyaan yang mencerminkan indikator EE, tiga pertanyaan yang mencerminkan indikator SI, tiga pertanyaan yang mencerminkan indikator FC, tiga pertanyaan yang mencerminkan indikator HM, dua pertanyaan yang mencerminkan indikator HT, tiga pertanyaan yang mencerminkan indikator BI, tiga pertanyaan yang mencerminkan indikator UB (Mulia, 2019).

Pada tahap uji statistika, data yang terkumpul kemudian diproses, diuji, dianalisis untuk diuji hipotesisnya. Alat analisis yang digunakan adalah Structural Equation Model (SEM) berbasis komponen atau varian yang disebut Partial Least Square (PLS). Uji Statistika yang dilakukan dibagi dua yaitu pengujian pada outer model dan inner model. Pengujian outer model dilakukan dengan menggunakan tiga jenis pengujian, yaitu *Construct Reliability*, *Uji Average Variance Extracted (AVE)* dan *Discriminant Validity*, sedangkan pengujian inner model dilakukan dengan menggunakan tiga jenis pengujian, yaitu *Path Value*, *R-Square*, dan Uji T-Statistika.

HASIL DAN PEMBAHASAN

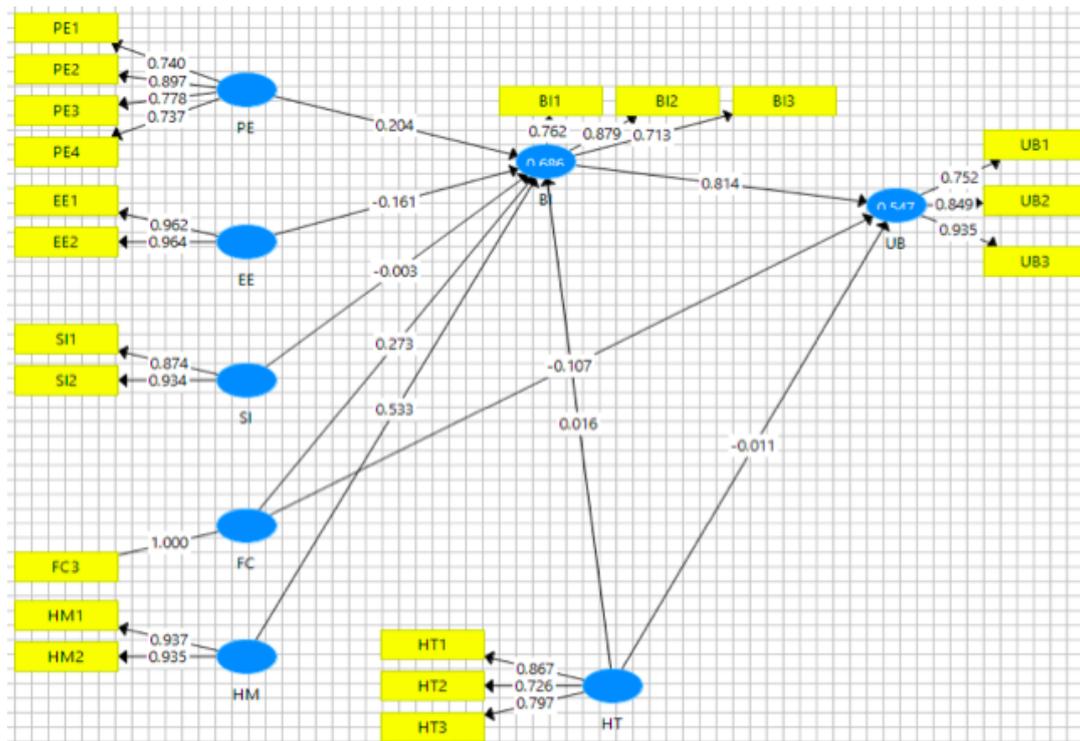
Jumlah data primer yang terkumpul adalah sebanyak 97 responden. Data dibagi menjadi dua kategori, yaitu data personal dan data teknis. Data personal responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, dan domisili responden, sedangkan data teknis terdiri dari data yang berhubungan dengan indikator dan variabel penelitian.

Domisili dari data personal yang didapatkan terdiri dari 36% pria dan 64% wanita, sedangkan sebaran personal data pada demografi usia adalah 10% untuk range usia 16-20 tahun, 20% untuk range usia dari 21-25 tahun, 38% untuk range 26-30 tahun, 24% untuk range usia 31-35 tahun, dan 8% untuk range 36-40 tahun. Hasil dari demografi domisili yaitu 50% responden berdomisili di Kota DKI Jakarta dan 50% responden tidak berdomisili di Kota DKI Jakarta. Data yang diambil untuk dilakukan analisis adalah data responden yang berdomisili di Kota DKI Jakarta. Analisis data dilakukan dengan menggunakan software smartPLS 3.2.9 yang membagi analisis pengujian menjadi dua bagian, yaitu evaluasi pada outer model dan evaluasi pada inner model.

Evaluasi pada *Outer Model*

Evaluasi pada outer model berjenis reflektif yakni evaluasi hubungan variabel laten terhadap indikatornya. Evaluasi pengukuran reflektif dilakukan dengan menggunakan tiga jenis model pengujian, yaitu *Construct Reliability*, *Discriminant Validity* dan *Outer Loading*.

Uji *Individual Item Reliability* digunakan untuk melihat loading factor yang menunjukkan besarnya korelasi antara indikator variabel dengan melihat nilai outer loading. Suatu variabel laten dinyatakan valid jika nilai koefisien untuk variabel laten terhadap indikatornya lebih besar atau sama dengan 0.7 (Hair, 2014). Hasil dari pengujian outer loading pada model penerimaan seperti yang digambarkan pada Gambar 2, terdapat beberapa indikator yang tidak lulus uji pada tahapan uji *Outer Loadings* yaitu pada indikator ketiga untuk variabel EE (EE3), indikator pertama dan kedua pada variabel FC (FC1 dan FC2) dan indikator ketiga pada variabel HM (HM3). Oleh karena itu, selanjutnya dilakukan penghapusan indikator-indikator tersebut untuk dapat semua variabel laten lulus uji *Construct Reliability*. Gambar 3 menunjukkan model penelitian yang telah dilakukan penghapusan beberapa indikator yang tidak lulus uji pada tahapan uji *outer loading*, beserta nilai uji *outer loading* dari setiap indikator variabel-variabelnya (model penerimaan teknologi yang telah direvisi).



Gambar 3. Model Penerimaan Teknologi Revisi

Selanjutnya dilakukan uji *Construct Reliability* untuk mengukur apakah indikator-indikator pada masing-masing variabel sudah stabil dan reliabel. Suatu variabel dikatakan telah dapat diandalkan untuk dijadikan model (reliabel) jika nilai uji construct reliabilitasnya lebih besar dari 0.7. Hasil uji *construct reliabilitas* dari model baru yang telah dibangun menunjukkan nilai lebih dari 0.7 sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap variabel pada model tersebut sudah reliabel atau dapat diandalkan.

Pengujian selanjutnya adalah uji AVE (*Average Variance Extracted*). Uji AVE digunakan untuk mengukur variansi dari latent variable yang dihimpun dari indikator dengan menyesuaikan pada tingkat kesalahan. Nilai AVE dikatakan valid jika nilai AVE lebih besar dari 0.5. Artinya, variabel dapat menjelaskan rata-rata lebih dari setengah varian dari indikator-indikatornya. Hasil dari penelitian Uji AVE bahwa nilai AVE sudah berada diatas 0.5 sehingga Uji AVE sudah memenuhi syarat dan tidak ada masalah dalam pengujian AVE.

Uji *Discriminant Validity* dilakukan untuk membandingkan korelasi indikator dengan konstruk dan konstruk lainnya. Bila korelasi antara indikator dengan konstruksinya lebih tinggi dari konstruk lainnya maka menunjukkan konstruk tersebut baik. Hasil dari penelitian ini adalah setiap variabel memiliki nilai tinggi dari konstruk lainnya. Berdasarkan empat tahap yang telah dilalui maka analisis pengukuran outer model yaitu *individual item reliability*, *internal consistency reliability*, *average variance extracted* dan *discriminant validity* dapat dinyatakan bahwa model penelitian ini memenuhi syarat batas minimum dan tahapan selanjutnya akan dilakukan model struktural (inner model).

Evaluasi pada *Inner Model*

Inner model adalah model yang menunjukkan hubungan antar laten variabel dalam model penelitian. Tahapan pengujian pada inner model dilakukan berdasarkan *Path*

Value, *Coefficient of Determination (R Square)*, dan Uji T-Statistik. Penarikan kesimpulan terhadap hipotesis dilakukan dengan perbandingan tingkat error pada penelitian ini dengan nilai *p-value*. Tingkat error pada penelitian ini adalah sebesar 5% atau dengan kata lain α sama dengan 0.05. Hipotesis dikatakan diterima jika nilai *p-value* lebih kecil dari tingkat errornya ($p\text{-value} < 0.05$). Selain *p-value*, pengujian hipotesis juga dapat menghitung nilai T-Statistika. Terdapat hubungan positif antara variabel independen dan variabel dependen jika nilai T-Statistika lebih besar dari 1,96 (T-Statistic > 1.96).

Berdasarkan hasil uji path value, variabel independen (latent) yang memiliki hubungan positif signifikan adalah $BI \rightarrow UB$, $FC \rightarrow BI$, dan $HM \rightarrow BI$. Hal ini dikarenakan nilai dari *p-value* dari setiap ketiga hubungan tersebut adalah kurang dari 0.05, serta nilai T-statistika yang lebih dari 1.96. Dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel dependennya adalah variabel *Hedonic Motivation* terhadap *Behavioral Intention*, *Facilitating Condition* terhadap *Behavioral Intention* dan *Behavioral Intention* terhadap *User Behavior*.

Evaluasi model struktural juga dapat dilakukan dengan melakukan *Uji Coefficient of Determination (R Square)*. *R Square* digunakan untuk menunjukkan seberapa kuat pengaruh variabel eksogen terhadap endogen. Hasil *R Square* sebesar 0,67 ke atas digunakan pada variabel laten endogen dalam model struktural yang mengindikasikan pengaruh variabel eksogen (yang mempengaruhi) terhadap variabel endogen (yang dipengaruhi) termasuk dalam kategori baik. Jika hasilnya sebesar 0,33 – 0,67 maka termasuk dalam kategori sedang, dan jika hasilnya sebesar 0,19 – 0,33 maka termasuk dalam kategori lemah. Nilai hasil dari BI memiliki *R Square* sebesar 0.686 yang artinya PE, EE, SI, dan HM mampu menjelaskan pengaruh terhadap variabel 68.6% sedangkan 31.4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk., sedangkan UB memiliki nilai *R square* sebesar 54.7% sehingga UB dikategorikan memiliki pengaruh terhadap variabel laten lainnya dalam kategori sedang.

Tabel 2. Uji Hipotesis

Hipotesis	Variabel	Simpulan Hipotesis
H1	<i>Performance Expectancy - Behavior Intention</i>	Ditolak
H2	<i>Effort Expectancy - Behavior Intention</i>	Ditolak
H3	<i>Social Influence - Behavior Intention</i>	Ditolak
H4	<i>Facilitating Condition - Behavior Intention</i>	Diterima
H5	<i>Hedonic Motivation - Behavior Intention</i>	Diterima
H6	<i>Habit - Behavior Intention</i>	Ditolak
H7	<i>Facilitating Condition - Use Behavior</i>	Ditolak
H8	<i>Habit - Use Behavior</i>	Ditolak
H9	<i>Behavior Intention - Use Behavior</i>	Diterima

Uji hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai *p-value* dan nilai T-statistik. Hipotesis dinyatakan diterima jika nilai *p-value* pada variabel hipotesis kurang dari 0.05

dan nilai dari T-statistik lebih besar dari 1.96. Berdasarkan pada aturan tersebut maka hipotesis yang diterima adalah hipotesis empat (H4), lima (H5), dan sembilan (H9). Simpulan dari uji hipotesis dapat dilihat pada Tabel 2.

Penjelasan dari simpulan hipotesis di Tabel 2. adalah sebagai berikut:

H1: *Performance Expectancy* tidak berpengaruh terhadap *Behavior Intention*, simpulan hipotesis adalah ditolak, hal ini menunjukkan bahwa *Performance Expectancy* tidak berpengaruh terhadap *Behavior Intention* pengguna aplikasi sistem pembayaran kode QRIS yang terdapat di E-Wallet Go-Pay dan OVO. Pengguna belum percaya bahwa metode pembayaran QRIS dapat meningkatkan kinerja kerjanya sehingga pengguna belum merasa mendapatkan manfaat maupun cukup membantu dalam menyelesaikan proses pembayaran dengan cepat serta meningkatkan produktivitas para konsumen.

H2: *Effort Expectancy* tidak berpengaruh terhadap *Behavior Intention*

Hal ini menunjukkan bahwa kinerja *Effort Expectancy* terhadap *Behavior Intention* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengguna akan aplikasi sistem pembayaran kode QRIS yang terdapat di E-Wallet Go-Pay dan OVO. Pengguna belum merasakan bahwa ekspektasi usaha belum mempengaruhi pengguna dalam menggunakan QRIS dari segi interaksi dan pada fitur.

H3: *Social Influence* tidak berpengaruh terhadap *Behavior Intention*

Hal ini menunjukkan bahwa kinerja *Social Influence* berpengaruh *Behavior Intention* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengguna akan aplikasi sistem pembayaran kode QRIS yang terdapat di E-Wallet Go-Pay dan OVO. Pengaruh sosial tidak dapat mempengaruhi niat penggunaan QRIS di merchant pembayaran.

H4: *Facilitating Condition* berpengaruh terhadap *Behavior Intention*

Hal ini menunjukkan bahwa kinerja *Facilitating Condition* terhadap *Behavior Intention* berpengaruh signifikan terhadap pengguna akan aplikasi sistem pembayaran kode QRIS yang terdapat di E-Wallet Go-Pay dan OVO. Hasil ini sejalan dengan penelitian dari Nugroho et.al (2017) bahwa *facilitating condition* memengaruhi minat penggunaan mobile payment. Konsumen sudah merasakan kemudahan serta memiliki cukup pengetahuan dalam mengoperasikan QRIS yang ada di berbagai tipe smartphone dan tablet pada E-Wallet.

H5: *Hedonic Motivation* berpengaruh terhadap *Behavior Intention*

Hal ini menunjukkan bahwa kinerja *Hedonic Motivation* terhadap *Behavior Intention* berpengaruh signifikan terhadap pengguna akan aplikasi sistem pembayaran kode QRIS yang terdapat di E-Wallet Go-Pay dan OVO. Pengguna merasakan tertarik dan senang akan menggunakan QRIS. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Sutanto et.al (2018).

H6: *Habit* tidak berpengaruh terhadap *Use Behavior*

Hal ini menunjukkan bahwa kinerja *Habit* terhadap *Use Behavior* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengguna akan aplikasi sistem pembayaran kode QRIS yang terdapat di E-Wallet Go-Pay dan OVO. Pengguna belum merasakan kecanduan dalam menggunakan QRIS dalam transaksi pembayaran.

H7: *Facilitating Condition* tidak berpengaruh terhadap *Use Behavior*

Hal ini menunjukkan bahwa kinerja *Facilitating Condition* terhadap *Use Behavior* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengguna akan aplikasi sistem pembayaran kode QRIS yang terdapat di E-Wallet Go-Pay dan OVO. Pengguna belum merasakan QRIS berpengaruh besar saat melakukan transaksi.

H8: *Habit* tidak berpengaruh terhadap *Use Behavior*

Hal ini menunjukkan bahwa kinerja *Performance Expectancy* terhadap *Behavior Intention* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengguna akan aplikasi sistem pembayaran kode QRIS yang terdapat di E-Wallet Go-Pay dan OVO. Pengguna belum terbiasa dalam penggunaan QRIS sehingga pengguna merasa bingung atau belum terbiasa dalam menggunakan teknologi ini.

H9: *Behavior Intention* berpengaruh terhadap *Use Behavior*

Hal ini menunjukkan bahwa kinerja *Performance Expectancy* terhadap *Behavior Intention* berpengaruh signifikan terhadap pengguna akan aplikasi sistem pembayaran kode QRIS yang terdapat di E-Wallet Go-Pay dan OVO. Pengguna merasakan pelayanan teknologi yang sudah baik maka semakin banyak pengguna menggunakan QRIS akan berdampak ke penggunaan dimasa akan datang.

Kemungkinan alasan yang melatarbelakangi penolakan pada hipotesis-hipotesis di atas adalah penyebaran kuesioner yang relative terlalu dini (satu bulan setelah perilis QRIS) sehingga masyarakat masih baru mengenal QRIS dan belum merasakan dampak manfaatnya. Pada hipotesis-hipotesis yang diterima, alasan yang melatarbelakanginya adalah masyarakat dapat menerima QRIS sebagai metode pembayaran dikarenakan cukupnya pengetahuan masyarakat terhadap teknologi.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, bahwa penerapan *Quick Response Indonesian Standard (QRIS)* dapat diterima oleh masyarakat sebagai teknologi untuk metode pembayaran nontunai, dengan mendapatkan hasil bahwa *Behavior Intention* berpengaruh positif terhadap *Use Behavior*, serta *Facilitating Condition* memiliki pengaruh terhadap *User Behaviour*, *Hedonic Motivation* memiliki pengaruh terhadap *Behavior Intention*, serta *Behavior Intention* terhadap *Use Behavior*. Bagi perusahaan pengelola Go-Pay dan OVO agar tetap mempertahankan fasilitas yang telah dimiliki, hal ini terbukti bahwa *facilitating condition* (dalam hal ini adanya QRIS) memengaruhi minat penggunaan Go-Pay dan OVO.

DAFTAR PUSTAKA

- Andre, G. V., Baptista, P. T., & Setiowati, R. (2019). The determinants factors of mobile payment adoption in DKI Jakarta. *Journal of Research in Marketing*, 10(3), 823-831.
- Arianti, N. L. N., Darma, G. S., Maradona, A. F., & Mahyuni, L. P. (2019). Menakar keraguan penggunaan QR Code dalam transaksi bisnis. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(2), 67-78.

- Devita, V. D. (2020). IPrice: Siapa aplikasi e-wallet dengan pengguna terbanyak di Indonesia. Diakses dari <https://iprice.co.id/trend/insights/e-wallet-terbaik-di-indonesia/>.
- Faridhal, M. (2019). Analisis transaksi pembayaran nontunai melalui E-wallet: Perspektif dari modifikasi Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 7(2), 1-17.
- Gayatrie, M.S., A. Kusyanti, A & Saputra, M. C (2017). Analisis penerimaan OS Windows 10 dengan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 1(6), 514-523.
- Hair Jr, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). *European Business Review*, 26(2), 106-121.
- Handayani, T., & Sudiana (2015). Analisis model UTAUT (Unified Theory of Acceptance And Use Technology) terhadap perilaku pengguna sistem informasi. *Jurnal Angkasa*, VII(2), 165-180.
- Harsono L.D, & Suryana L.A (2014). *Factors affecting the use behavior of social media using UTAUT 2 model*. Proceedings of the First Asia-Pacific Conference on Global Business, Economics, Finance and Social Sciences (AP14 Singapore Conference), Paper ID: S471.
- Ispriandina, A. & Sutisna, M. (2019). *Faktor-faktor penerimaan teknologi yang memengaruhi intensi kontinuitas penggunaan mobile wallet di Kota Bandung*. Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar, 10(1), 1046-1055.
- Ruslan, Karmawan, G. M., Fernandoand, Y., & Gui, A. (2019). *QR code payment in Indonesia and its application on mobile banking*. FGIC 2nd Conference on Governance and Integrity, KnE Social Sciences, 551-568, DOI 10.18502/kss.v3i22.5073
- Mulia, I. (2019). *Analisis faktor penerimaan implementasi cashless society dengan menggunakan framework UTAUT* (Master's thesis). Program Studi Manajemen Sistem Informasi, Program Pascasarjana Ilmu Komputer. Jakarta: Universitas Bina Nusantara.
- Musyaffi, A. M., & Kayati, K. (2020). Dampak kemudahan dan risiko sistem pembayaran QR Code: Technology acceptance model (TAM) extension. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 3(2), 161-176.
- Nugroho, P., Winarno, W.W., & Hartanto, R. (2017). *Faktor-faktor yang mempengaruhi niat menggunakan mobile payment dengan pendekatan extended The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*. Prosiding Seminar Nasional CITEE 2017, 226-233.
- Raman, A & Don Y. (2013). Preservice teachers' acceptance of learning management software: An application of the UTAUT2 Mode. *International Education Studies*, 6(7), 157-164.
- Soviah, S. (2019). *Analisa pengaruh performance expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, dan Facilitating Condition terhadap Intensitas Penggunaan Layanan QR Code Sister For Student (SFS) Universitas Jember* (Undergraduate's thesis). Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Jember.
- Surekha, A., Anand, P. M. R., & Indu, I. (2015). E-payment transactions using encrypted QR codes. *International Journal of Applied Engineering Research*, 10(77), 460-463.

- Suriasumantri, J. S. (2005). *Filsafat ilmu sebuah pengantar*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Sutanto, Ghozali, I., & Handayani, R.S. (2018). Faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan Sistem Informasi Pengelolaan Daerah (SIPKD) dalam Perspektif Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 Model (UTAUT2) di Kabupaten Semarang. *Jurnal Akuntansi dan Auditing*, 15(1), 37-68.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS quarterly*, 36(1), 157-178.
- Wijaya, A.S. (2019). Binus: The development of Fintech and its influence in Indonesia. Diakses dari <https://sis.binus.ac.id/2019/07/19/perkembangan-fintech-dan-pengaruhnya-di-indonesia/>.
- Zhulhaida, R., & Giri, R. R. W. (2017). Analisis minat masyarakat terhadap penggunaan layanan e-money di Indonesia dengan menggunakan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2). *Majalah Ilmiah Unikom*, 15(2), 155-166.

KETERKAITAN NILAI INDEKS SISTEM PEMERINTAHAN BERBASIS ELEKTRONIK DENGAN PENDAPATAN ASLI DAERAH

Yuhilza Hanum
Program Pascasarjana Sosial Budaya, Universitas Gunadarma
Jl. Margonda Raya 100, Depok 16424
yuhilza@staff.gunadarma.ac.id

Abstrak

Penelitian ini menghubungkan indeks Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik (SPBE) yang merupakan hasil evaluasi tahun 2019 dengan Pendapatan Asli Daerah (PAD). SPBE saat ini harus dilakukan di seluruh Indonesia, sesuai dengan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 95 Tahun 2018. Kementerian dan Lembaga yang merupakan instansi pusat, bersama dengan Pemerintah Daerah harus memiliki SPBE. Penyusunan rencana dan anggaran SPBE Pemerintah Daerah dikoordinasikan oleh perangkat daerah yang bertanggung jawab di bidang perencanaan pembangunan. Hasil evaluasi SPBE tahun 2019 untuk Pemerintah Provinsi dikaitkan dengan nilai PAD untuk provinsi yang bersangkutan. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai PAD yang tinggi tidak menjamin nilai indeks SPBE yang tinggi pula.

Kata Kunci: *Pendapatan Asli Daerah, SPBE*

Abstract

This study connects the index of Electronic-Based Government Systems (SPBE) which is the result of the evaluation in 2019 with Original Local Government Revenue (PAD). SPBE must now be implemented throughout Indonesia, in accordance with Presidential Regulation of the Republic of Indonesia Number 95 of 2018. Ministries and institutions which are central agencies, together with the Regional Government must implement SPBE. The preparation of SPBE plans and budgets by the Regional Government is coordinated by the regional apparatus responsible for development planning. The results of the 2019 SPBE evaluation for the Provincial Government are linked to the PAD value for the province concerned. The analysis shows that a high PAD value does not guarantee a high SPBE index value.

Keywords: *Original Local Government Revenue, SPBE*

PENDAHULUAN

Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik (SPBE) adalah penyelenggaraan pemerintahan yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk memberikan layanan kepada penggunanya. Indonesia yang merupakan negara kepulauan dapat menggunakan sistem ini untuk mengatasi keterbatasan komunikasi karena kendala geografis.

Pemerintah telah menetapkan peraturan dengan mengeluarkan Peraturan Presiden Nomer 95 Tahun 2018 tentang Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik. Pasal 22 PP tersebut mengatur tentang rencana dan anggaran SPBE Pemerintah Daerah. Setiap

Pemerintah Daerah menyusun rencana dan anggaran SPBE, dan dikoordinasikan oleh perangkat daerah yang bertanggung jawab di bidang perencanaan.

Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah pendapatan yang diperoleh daerah yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan, guna keperluan daerah yang bersangkutan dalam membiayai kegiatannya. PAD terdiri dari pajak daerah, retribusi daerah, hasil perusahaan milik daerah, dan pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah. Dalam Ringkasan APBD 2018 (Direktorat Jendral Perimbangan Keuangan, 2018) dikatakan bahwa komposisi pendapatan daerah dalam APBD terdiri dari PAD, Dana Perimbangan dan Lain-lain pendapatan daerah yang sah. Pada tingkat provinsi, perimbangan dana perimbangan dan PAD hampir sama besar.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis hubungan antara nilai indeks SPBE dengan PAD provinsi. Indeks SPBE yang digunakan merupakan hasil evaluasi tahun 2019. PAD diambil dari tahun yang sama yaitu tahun 2019.

KERANGKA TEORI

SPBE melingkupi cakupan yang lebih luas dari *e-government*, karena di dalamnya terdapat kebijakan, tata kelola, dan layanan. Bahasan literatur mengenai SPBE masih sangat sedikit, atau masih menggunakan nama *e-government*. Dana untuk *e-government* yang dibahas pada penelitian-penelitian sebelumnya sebagian besar masih dalam kaitannya dalam membangun sistem.

Hasil survey yang dilakukan oleh Perserikatan Bangsa-bangsa (*Department of Economic and Social Affairs*, 2018) menyatakan bahwa terdapat perbedaan kapasitas pendanaan dan pendekatan nasional dalam implementasi *e-government*. Yang pertama dilakukan pemerintah India, misalnya, adalah membangun jaringan fiber optik nasional pada tahun. Negara Prancis memfokuskan hampir seluruh investasi pemerintah untuk daerah pedesaan, sementara daerah perkotaan didukung oleh operator sektor swasta.

Martins, Zambalde, Grützmann, de Souza Bermejo, Almeida, Nascimento (2019) menjelaskan bahwa inovasi nilai selalu diinginkan dari proyek pemerintah yang spesifik, yang menghasilkan manfaat dan mengurangi biaya (Martins et.al, 2019, p. 165). Inovasi nilai pada sektor publik terdiri dari penetapan strategi dan praktik yang baru, yang dapat mencapai dampak sosial yang tinggi dengan biaya yang rendah (Martins et.al, 2019, p. 166).

Aritonang (2017, p.108) mengemukakan bahwa pemerintah pusat telah melakukan berbagai upaya untuk mendukung pengembangan sistem *e-government*. Upaya terkait dana adalah dengan memberikan hibah guna mendukung pemerintah lokal, walaupun masih belum mencukupi.

Dari kajian-kajian tersebut dapat diuji keterkaitan nilai indeks SPBE provinsi di Indonesia dengan PAD. Indeks SPBE mewakili keberhasilan implementasi SPBE di provinsi tersebut. Pengujian ini juga dikuatkan oleh informasi dari Ringkasan APBD (2018) yang menyebutkan bahwa PAD dan dana perimbangan hampir sama pada tingkat provinsi. Hal ini juga didukung oleh penelitian Aritonang (2017) yang menyebutkan bahwa dukungan dari pemerintah pusat belum mencukupi.

Hipotesis: Terdapat hubungan antara nilai indeks SPBE provinsi dengan PAD.

METODE PENELITIAN

Data indeks SPBE untuk penelitian ini diambil dari hasil evaluasi tahun 2019 (<http://spbe.go.id/moneval>). Tidak semua provinsi bersedia nilai indeksnya dicantumkan pada situs ini. Dari 34 provinsi di Indonesia, hanya 22 yang nilai indeksnya dipublikasikan. PAD provinsi didapat dari Badan Pusat Statistik (<https://www.bps.go.id>). Karena hubungan antara nilai indeks SPBE dengan besarnya PAD masih harus dibuktikan, maka digunakan perumusan fungsi sebagai berikut:

$$y = f(x)$$

dengan: y = nilai indeks SPBE

x = nilai PAD (rupiah)

Tabel 1. Urutan Provinsi Berdasarkan Nilai Indeks SPBE Hasil Evaluasi Tahun 2019

No.	Provinsi	Indeks SPBE	PAD (ribu rupiah)
1	A	3.85	14.112.159.378
2	B	3.51	3.609.065.922
3	C	3.43	1.921.564.734
4	D	3.12	19.765.448.937
5	E	3.10	2.491.393.000
6	F	3.10	16.825.138.567
7	G	3.04	5.452.964.353
8	H	3.03	3.647.605.586
9	I	2.96	7.583.849.755
10	J	2.83	3.329.244.877
11	K	2.77	1.682.135.490
12	L	2.73	1.252.765.640
13	M	2.66	4.133.010.825
14	N	2.45	3.423.635.941
15	O	2.41	2.046.976.954
16	P	2.40	1.188.157.368
17	Q	2.24	1.131.943.379
18	R	1.91	532.803.031
19	S	1.83	7.344.821.273
20	T	1.78	560.761.385
21	U	1.61	1.524.642.944
22	V	1.61	370.109.976

Sumber: <http://spbe.go.id/moneval> dan <https://www.bps.go.id> (Data diolah).

Dalam pembuatan tabel, data diurutkan berdasarkan nilai indeks SPBE dengan nama provinsi yang diganti dengan alfabet dari A sampai V. Selanjutnya data diurutkan kembali berdasarkan nilai PAD. Untuk melihat hubungan bahwa $y = f(x)$, atau nilai indeks SPBE merupakan fungsi dari PAD, dibuat pula grafik garis antara keduanya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uraian hasil dan pembahasan dimulai dengan penyajian nilai indeks SPBE dan PAD tahun 2019. Tabel 1 menyajikan urutan provinsi berdasarkan nilai indeks SPBE tertinggi sampai terendah.

Sebagai perbandingan, Tabel 2 menyajikan data yang sama dengan urutan dari PAD yang terbesar.

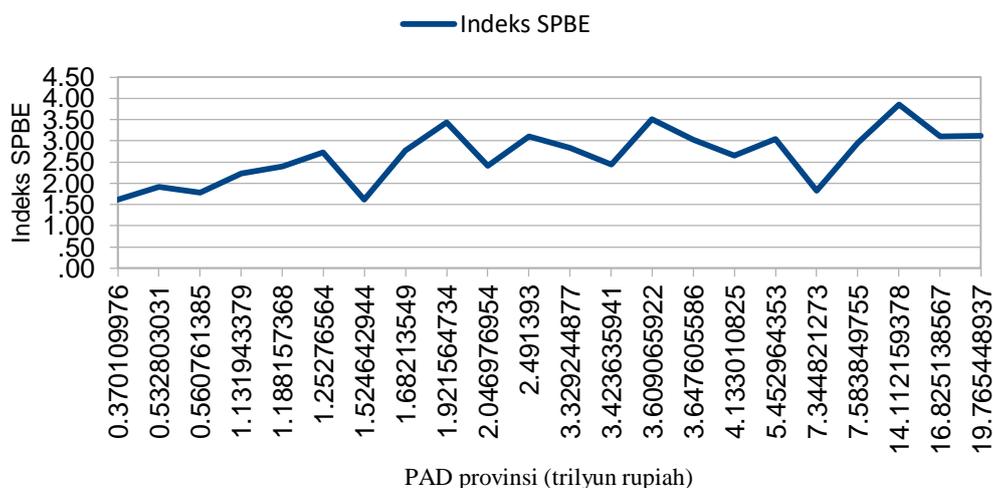
Fluktuasi nilai indeks SPBE terhadap besarnya PAD dapat terlihat pada Gambar 1 yaitu grafik indeks SPBE terhadap PAD provinsi.

Tabel 2. Urutan Provinsi Berdasarkan Nilai PAD Tahun 2019

No.	Provinsi	Indeks SPBE	PAD (ribu rupiah)
1	D	3.12	19.765.448.937
2	F	3.10	16.825.138.567
3	A	3.85	14.112.159.378
4	I	2.96	7.583.849.755
5	S	1.83	7.344.821.273
6	G	3.04	5.452.964.353
7	M	2.66	4.133.010.825
8	H	3.03	3.647.605.586
9	B	3.51	3.609.065.922
10	N	2.45	3.423.635.941
11	J	2.83	3.329.244.877
12	E	3.10	2.491.393.000
13	O	2.41	2.046.976.954
14	C	3.43	1.921.564.734
15	K	2.77	1.682.135.490
16	U	1.61	1.524.642.944
17	L	2.73	1.252.765.640
18	P	2.40	1.188.157.368
19	Q	2.24	1.131.943.379
20	T	1.78	560.761.385
21	R	1.91	532.803.031
22	V	1.61	370.109.976

Sumber: <http://spbe.go.id/moneval> dan <https://www.bps.go.id> (Data diolah).

Grafik Indeks SPBE terhadap PAD provinsi



Gambar 1. Grafik Indeks SPBE terhadap PAD Provinsi

Tabel 1 dan 2 menunjukkan bahwa PAD yang besar tidak menjamin tingginya nilai indeks SPBE. Indeks SPBE tertinggi ke-dua dan ke-tiga bahkan dicapai oleh provinsi dengan PAD di bawah 5 (lima) trilyun rupiah. Dari grafik dapat disimpulkan bahwa indeks SPBE bukan merupakan fungsi dari PAD, karena grafik yang dihasilkan tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis ditolak.

Pendanaan oleh Pemerintah atau Swasta

Hasil ini sebenarnya telah diprediksi oleh Söderström dan Melin (2019, p.126), bahwa ada beberapa kontradiksi dalam inovasi pemerintah lokal. Pemerintah lokal memiliki misi untuk menyediakan jasa bagi pembayar pajak. Mereka harus bekerja dalam batas peraturan untuk melakukan inovasi tanpa dana dari luar. Hal ini tampaknya dilaksanakan dengan baik oleh beberapa provinsi di Indonesia yang dapat mencapai indeks yang baik walaupun dengan dana terbatas.

Implementasi *e-government* di Nigeria (Adeyamo, 2011) melibatkan pihak non-pemerintah, yaitu *African Development Bank* untuk membangun infrastruktur telekomunikasi terlebih dulu. Hal serupa juga dilakukan di negara-negara anggota Uni Eropa, dalam hal implementasi *e-government* pada sektor publik pada periode 2009-2013 didanai oleh *European Union Structural Funds* (Ubaldi, 2011). Salah satu hal yang masih harus ditelusuri pada implementasi SPBE adalah pendanaan oleh swasta, selain yang sudah masuk melalui pajak ke dalam PAD.

Cara penilaian

Sundberg dan Gidlund (2017, p. 356) menyatakan bahwa harus ditentukan skala prioritas antara nilai yang didapat dari *e-government* dengan alokasi dana publik. Rorissa, Demissie, dan Pardo (2011, p.361) telah menjelaskan bahwa dengan adanya hasil *benchmarking* oleh pembuat kebijakan, praktisi, dan penyedia dana, pekerjaan berikutnya adalah melakukan mitigasi berbagai keterbatasan *framework* yang digunakan untuk mengukur indeks dan menghasilkan *ranking*. Instrumen yang digunakan untuk mengukur indeks SPBE di Indonesia telah memasukkan 2 (dua) di antara 35 indikator yang berhubungan dengan alokasi dana.

Kesiapan masyarakat

Implementasi *e-government* di Jordan yang dibahas oleh Al-Shboul, Rababah, Al-Shboul, Ghnemat, dan Al-Saqqa (2014, p.1123) dipengaruhi, diantaranya, oleh pendanaan dan koordinasi. Mereka juga mengidentifikasi tidak adanya kebijakan, dan *digital gap* dalam masyarakat sebagai kendala. Penelitian Overgaard (2011) juga menyinggung mengenai *digital gap*. Menurut Overgaard (2011), keengganan Kementerian Keuangan Denmark untuk menanamkan investasi pada *e-government* adalah karena 75% masyarakatnya tidak berhasil mengakses layanan yang disediakan. Khusus untuk Indonesia, Huda dan Yunas (2016) juga menyatakan bahwa diperlukan kesiapan masyarakat dalam menggunakan *e-government*, karena biaya yang dibutuhkan tidak sedikit. Dalam pemerintahan daerah, hal ini juga mencakup kesiapan jajaran administrasi pemerintahan untuk menggunakan SPBE.

Postur Belanja Daerah Tingkat Provinsi

Pada ringkasan APBD untuk tahun anggaran 2018, tercantum bahwa Belanja Pegawai mendapat porsi 25,9%, Belanja Barang dan Jasa 22,5%, Belanja Modal 17%, dan Belanja Lainnya 34,6%. Jika anggaran untuk SPBE dimasukkan dalam Belanja Barang dan Jasa, maka porsinya tampak signifikan. Walaupun demikian, dari bukti yang ditunjukkan pada saat evaluasi, terbukti bahwa anggaran terkait SPBE tidak selalu sama dengan porsi tersebut di atas, karena adanya pos-pos lain yang termasuk dalam kategori yang sama.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Indeks SPBE provinsi-provinsi di Indonesia tidak berhubungan dengan PAD. Banyak faktor yang menyebabkan hasil ini. *Pertama*, adalah belum terbukanya pendanaan SPBE di tiap provinsi. Peraturan Pemerintah memang menyatakan bahwa dana SPBE diambil dari anggaran daerah masing-masing. Hal ini dinilai pada instrumen penilaian indeks SPBE, tetapi belum ditelusuri lebih jauh. Isu lain adalah pendanaan oleh pihak swasta untuk pengembangan SPBE. *Kedua*, kesiapan masyarakat akan mempengaruhi keberhasilan implementasi SPBE. Pemerintah daerah yang belum melihat kesiapan jajarannya dan masyarakat untuk menggunakan SPBE, akan cenderung lebih memprioritaskan bidang lain.

Saran

Masih banyak yang dapat diteliti sehubungan implementasi SPBE di Indonesia. Seperti telah dikatakan di awal penulisan ini, SPBE tidak hanya mencakup sistem, tetapi juga kebijakan dan tata kelola. Dengan demikian, penelitian ini juga dapat diperluas guna memasukkan domain tersebut. Terkait penelitian ini, yang dapat dilakukan lebih lanjut adalah eksplorasi lebih jauh mengenai pendanaan SPBE. Survey mengenai kesiapan jajaran pemerintahan dan masyarakat juga dapat dilakukan dengan menggunakan alat bantu tertentu. Selain itu, instrumen untuk menilai indeks SPBE yang baru dapat dipelajari untuk memprediksi keberhasilannya atau membandingkannya dengan instrumen yang baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Adeyamo, A.B. (2011). E-government implementation in Nigeria: An assessment on Nigeria's global e-gov ranking. *Journal of Internet and Information System*, 2(1), 11-19.
- Al-Shboul, M., Rababah, O., Al-Shboul, M., Ghnemat, R., & Al-Saqqa, S. (2014). Challenges and factors affecting the implementation of e-government in Jordan. *Journal of Software Engineering and Applications*, 7(13), 1111-1129.
- Aritonang, D.M. (2017). The impact of E-government system on public service quality in Indonesia. *European Scientific Journal*, 13(35), 99-111.
- BPS. (2019). *Statistik keuangan pemerintahan provinsi 2016-2019*. Retrieved April 13, 2020 from <https://www.bps.go.id>.
- Department of Economic and Social Affairs. (2018). *United Nations E-government Survey 2018*. New York: United Nations.
- Direktorat Jenderal Perimbangan Keuangan. (2018). *Ringkasan APBD 2018*. Retrieved from <http://www.djpk.kemenkeu.go.id/wp-content/uploads/2019/06/Ringkasan-APBD-TA-2018.pdf>.
- Huda, M., & Yunas, N.S. (2016). The development of e-government system in Indonesia. *Jurnal Bina Praja*, 8(1), 97-108.
- Martins T.C.M., Zambalde A.L., Grützmann A., de Souza Bermejo P.H., de Almeida E.L., do Nascimento T.B.P. (2019) Value Innovation in the Public Sector: Concept, Determining Factors and Framework. In: Kó A., Francesconi E., Anderst-Kotsis G., Tjoa A., Khalil I. (eds) *Electronic Government and the Information Systems Perspective. EGOVIS 2019* (pp. 163-175). Lecture Notes in Computer Science, 11709. Springer, Cham
- Overgaard, J. (2011). The impact of the financial crisis on Danish e-government strategy. *European Journal of ePractice*, 11, 39-54.
- Peraturan Presiden Nomor 95 Tahun 2018 tentang Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik. (Oktober 2018). Retrieved from <http://spbe.go.id/assets/images/42cd6e83a028c3eb408f559751ec41f8.PDF>.
- Rorissa, A., Demissie, D., Pardo, T.A. (2011). Benchmarking e-government: A comparison of framework for computing e-government index and ranking. *Government Information Quarterly*, 28(3), 354-362.
- Söderström, F., & Melin, U. (2019). *Creating local government innovation: Lessons learned from an institutional theory perspective*. In Lindgren, I., Janssen, M., Lee, H., Polini, A., Bolívar, M.P.R., Scholl, H.J., & Tambouris, E. (Eds.). *Electronic Government. Proceedings of the 18th IFIP WG 8.5 International Conference, EGOV 2019* (pp. 125-138), San Benedetto Del Tronto, Italy.
- Sundberg, L., & Gidlund, K.L. (2017). *Value-based decision making: Decision theory Meets e-government*. In Janssen, M., Axelsson, K., Glassey, O., Klievink, B., Krimmer, R., Lindgren, I., Parycek, P., Scholl, H.J., & Trutnev, D. (Eds.). *Electronic Government. Proceedings of the 16th IFIP WG 8.5 International Conference, EGOV 2017* (pp. 351-358), St. Petersburg, Russia.
- Tim SPBE. (2019). *Hasil monitoring dan evaluasi SPBE*. Retrieved April 13, 2020 from <http://spbe.go.id/moneval>.
- Ubaldi, B. (2011). The impact of the economic and financial crisis on e-government in OECD member countries. *European Journal of ePractice*, 11, 5-18.

ANALISIS TINGKAT KESEHATAN BANK PADA PT. BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO), TBK DENGAN MENGGUNAKAN METODE RGEC

Cicilia Erly Istia

Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma

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

Cicilia_el@staff.gunadarma.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kesehatan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk untuk periode 2016 - 2019 menggunakan metode RGEC (Profil Risiko, Tata Kelola Perusahaan yang Baik, Penghasilan, dan Modal). Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penilaian menunjukkan bahwa: (1) tingkat kesehatan bank dalam hal aspek profil risiko 2016 hingga 2019 berada dalam kategori baik (2) tingkat kesehatan bank dalam hal Tata Kelola Perusahaan yang Baik pada 2016 - 2019 berada pada nilai komposit sehat (3) bank tingkat kesehatan dalam hal Penghasilan tahun 2016 hingga 2019 kedua kategori dengan upaya bank untuk meningkatkan pendapatan (4) kesehatan bank dalam hal Modal pada tahun 2016 - 2019 diklasifikasikan sebagai sehat (5) penilaian tingkat kesehatan bank masih dalam kategori baik dan bank terus meningkatkan kinerja untuk menghadapi risiko yang dihadapi di masa depan.

Kata kunci: capital, earning, good corporate governance, profil risiko

Abstract

This study aims to analyze the health level of PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk for the period of 2016 - 2019 using the RGEC (Risk Profile, Good Corporate Governance, Earnings, and Capital) methods. This type of research is descriptive with a quantitative approach. Assessment results show that: (1) the level of bank health in terms of the risk profile aspects of 2016 to 2019 are in the good category (2) the level of bank health in terms of Good Corporate Governance in 2016 - 2019 are at a healthy composite value (3) health level banks in terms of Earnings in 2016 to 2019 both categories with the efforts of the bank to increase revenue (4) the soundness of the bank in terms of Capital in 2016 - 2019 classified as healthy (5) the assessment of the soundness of the bank is still in good category and the bank continue to improve performance to face the risks faced in the future.

Keywords: Earning, Capital, Good Corporate Governance Risk Profile

PENDAHULUAN

Tantangan global yang semakin meningkat memberikan dampak persaingan perbankan yang semakin ketat salah satunya masuknya perbankan asing di Indonesia yang menggerakkan perbankan Indonesia untuk melakukan peningkatan efektivitas *Good Corporate Governance* serta manajemen risiko. Peningkatan efektivitas ini diharapkan sektor perbankan Indonesia mampu bertahan dalam berbagai kondisi.

Bank merupakan industri yang dalam kegiatan usaha yang mengandalkan kepercayaan masyarakat sebagai wadah untuk mengelola dana nasabah. Bank dengan manajemen yang baik harus bisa menjaga kepercayaan nasabah penyimpan dananya (Lasta, Arifin & Nuzula, 2014). Permana, (2012) mengungkapkan bahwa bank yang sehat adalah bank yang mampu menjalankan fungsinya dengan baik yaitu dapat menjaga dan memelihara kepercayaan nasabah, dapat menjalankan fungsi intermediasi, membantu kelancaran lalu lintas pembayaran serta dapat digunakan oleh pemerintah dalam melaksanakan kebijakan moneter. Upaya untuk menjaga kepercayaan nasabah salah satu dengan menjaga kesehatan bank yaitu bank tetap menjaga likuiditas untuk memenuhi kewajibannya dan menjaga kinerjanya secara optimal.

Penilaian kinerja dalam kesehatan bank merupakan muara akhir atau hasil dari aspek pengaturan dan pengawasan perbankan yang menunjukkan kinerja perbankan nasional (Putri & Damayanthi, 2013). Bagi industri perbankan hasil akhir dari penilaian kesehatan bank dapat digunakan sebagai salah satu tolak ukur dalam menetapkan strategi usaha diwaktu yang akan datang, sedangkan bagi Bank Indonesia berfungsi sebagai sarana penetapan dan implementasi strategi pengawasan bank dan dasar untuk mengambil kebijakan yang berhubungan dengan kebijakan bank dimasa yang akan datang (Trisnawati dan Puspita, 2014). Sebagaimana yang diatur dalam Peraturan Bank Indonesia No.13/1 /PBI/2011, faktor-faktor yang menjadi indikator Peringkat Kesehatan Bank adalah: (1) *Risk profile*, (2) *Good Corporate Governance*, (3) *Earnings*, dan (4) *Capitals*.

Beberapa penelitian sebagai pendukung dalam melakukan penelitian ulang terhadap tingkat kesehatan bank dengan menggunakan metode RGEC salah satunya Marcellina dan Imam (2018) mengenai tingkat kesehatan bank pada Bank Mandiri, BRI dan BNI periode 2011 – 2015, *risk profile* pada aspek risiko kredit di ukur dengan rasio NPL (*Non Performing Loan*), aspek risiko likuiditas diukur dengan rasio LDR (*Loan to Deposit Ratio*), GCG terdiri dari 11 aspek penilaian, *Earning* di ukur dengan rasio ROA dan NIM, *Capital* di ukur dengan CAR. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi ketiga bank secara umum dalam kondisi sehat walaupun ada beberapa aspek penilaian yang masih dalam tingkat kesehatan yang cukup baik.

Nufus, Muchtar dan Triyanto, (2019) pada penelitian tentang tingkat kesehatan bank pada Bank Negara Indonesia periode 2013 – 2017, *risk profile* dengan menggunakan rasio LDR dan NPL, GCG, rasio *earning* menggunakan ROA dan CAR pada capital mengungkapkan penilaian tingkat kesehatan BNI menunjukkan predikat kesehatan bank sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh Bank Indonesia.

Fokus pada penelitian ini adalah PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk yang merupakan Bank BUMN (Badan Usaha Milik Negara) pertama yang menjadi perusahaan publik setelah mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya pada tahun 1996. Dalam upaya memperkuat struktur keuangan dan daya saingnya di tengah industri perbankan nasional, BNI melakukan sejumlah aksi korporasi, antara lain proses rekapitalisasi oleh Pemerintah di tahun 1999, divestasi saham Pemerintah di tahun 2007, dan penawaran umum saham terbatas di tahun 2010. Saat ini, 60% saham-saham BNI dimiliki oleh Pemerintah Republik Indonesia, sedangkan 40% sisanya dimiliki oleh masyarakat, baik individu maupun institusi, domestik dan asing. BNI kini tercatat sebagai Bank nasional terbesar ke-4 di Indonesia, dilihat dari total aset, total kredit maupun total dana pihak ketiga. Dalam memberikan layanan *finansial* secara terpadu, Bank Negara Indonesia didukung oleh sejumlah perusahaan anak, yakni Bank BNI Syariah, BNI Multifinance, BNI Sekuritas, BNI Life

Insurance, dan BNI Remittance, hal ini memberikan dampak luasnya layanan yang ditawarkan oleh pihak Bank BNI kepada nasabah baik pada layanan penyimpanan dana maupun fasilitas pinjaman dari segmen korporasi, menengah, maupun kecil yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah. Dengan luasnya layanan yang diberikan maka meningkatkan minat nasabah terhadap penggunaan layanan yang diberikan oleh pihak bank. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nufus et.al. (2019) menyatakan bahwa terjadi peningkatan kredit bermasalah setiap tahunnya dari tahun 2013 hingga 2016 sehingga mengakibatkan tingkat keuntungan laba yang diperoleh sempat mengalami penurunan karena *margin* dari penyaluran kredit yang lemah dan tingginya kredit bermasalah terhadap pengembalian kredit.

Dengan demikian, penilaian tingkat kesehatan bank dengan menggunakan metode RGEC menjadi konsep pada penelitian ini dengan tujuan menganalisis tingkat kesehatan Bank Negara Indonesia dengan menggunakan metode RGEC periode 2016 – 2019. Hal ini dapat mengetahui sejauh mana pihak bank mengatasi peningkatan masalah kredit, laba yang diperoleh setiap tahun dan upaya – upaya yang dilakukan pihak bank dalam mengatasi kendala tersebut serta menarik pihak investor dalam pengambilan keputusan untuk tetap menyimpan dana dalam usaha sektor perbankan di Indonesia.

KERANGKA TEORI

Risk Profile

Profil risiko (*Risk Profile*) merupakan gambaran keseluruhan risiko yang melekat pada operasional bank dimana penyusunan *risk profile* diperlukan sebagai bahan superfisi untuk mengendalikan risiko bank secara efektif. *Risk Profile* menjadi salah satu komponen penilaian kesehatan bank dimana laporan ini digabungkan dengan laporan tingkat kesehatan bank (Christian, Tommy dan Tulung, 2017). Penilaian risiko dibagi menjadi delapan bagian diantaranya Risiko Kredit, Risiko Pasar, Risiko Likuiditas, Risiko Operasional, Risiko Hukum, Risiko Strategis, Risiko Kepatuhan, Risiko Reputasi. Beberapa rasio yang digunakan pada penilaian faktor *Risk Profile* yaitu risiko kredit dengan rasio *Non Performing Loan (NPL)*, risiko pasar dengan rasio *Interest rate Risk (IRR)*, risiko likuiditas dengan rasio *Loan to Deposit Ratio (LDR)*, *Loan to Asset Ratio (LAR)* dan *Cash Ratio (CR)*.

Risiko kredit dengan rasio *Non Performing Loan (NPL)* dikelompokkan menjadi tiga kelompok yaitu kurang lancar, diragukan dan rugi. Semakin tinggi tingkat NPL maka semakin besar risiko kredit yang akan di hadapi oleh bank. Formula untuk NPL adalah terlihat pada persamaan 1 berikut (Marcellina, dan Imam, 2018).

$$NPL = \frac{\text{Kredit bermasalah}}{\text{Total Kredit}} \times 100\% \quad (1)$$

Risiko Likuiditas dengan rasio LDR (*Loan to Deposit Ratio*), Semakin tinggi nilai LDR menunjukkan bahwa kredit semakin rendah likuiditas bank karena terlalu besar jumlah dana masyarakat yang di alokasikan ke kredit (Diarso, 2016).

$$LDR = \frac{\text{Total Kredit}}{\text{Dana Pihak Ketiga}} \times 100\% \quad (2)$$

Surat Edaran Bank Indonesia No. 13/24/DPNP Tahun 2011 menetapkan peringkat pada komponen NPL dan LDR, seperti pada Tabel 1.

Risk profile yang sehat menunjukkan suatu bank semakin baik kualitas pengelolaan terhadap jumlah penyaluran kredit bermasalah, dana pihak ketiga dan asetnya (Diarso, 2016). Hal ini didukung oleh penelitian Marginingsih, (2018) pada bank BNI periode 2013 – 2017 dengan menggunakan NPL, LDR sebagai indikator penilaian risiko, hasil analisis menyatakan pengelolaan risiko kredit dalam kondisi sehat sehingga kemampuan pihak bank dalam pengelolaan kredit masih cukup baik. Adapun penelitian lain dengan pengujian Bank yang berbeda yaitu penelitian Susanto, Dzulkrirom dan Zahroh (2016) *risk profile* pada bank Mandiri periode 2010 – 2014 melalui NPL dan LDR sebagai indikator penilaian risiko hasil analisis menyatakan tidak semua rasio mengalami sehat dan perlu meningkatkan likuiditas agar dapat menambah pendapatan yang dapat meningkatkan profitabilitas.

Good Corporate Governance

Hadiwijaya, Lahindah dan Pratiwi (2016) berargumen *Good Corporate Governance* (GCG) merupakan seperangkat mekanisme yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan sehingga operasi perusahaan dapat berjalan sesuai dengan harapan para pemangku kepentingan. Implementasi GCG di sektor perbankan didasarkan oleh lima prinsip dasar diantaranya adalah Transparansi, Akuntabilitas, Tanggungjawab, Independensi, dan Keadilan. Adapun penilaian penerapan GCG sebagaimana di atur dalam Peraturan Bank Indonesia No. 15/15 / DPNP pada 29 April 2013 tentang Penerapan Tata Kelola Perusahaan yang Baik untuk Bank Umum yang didasarkan atas tiga aspek tata kelola yaitu struktur tata kelola, proses tata kelola dan hasil tata kelola (Marcellina dan Imam, 2018). Matrik penilaian GCG peraturan Bank Indonesia terlihat pada Tabel 2.

Tabel 1. Matriks Kriteria Peringkat Komposit Komponen NPL dan LDR

Peringkat	Kriteria NPL	Kriteria LDR	Keterangan
PK 1	$NPL < 2\%$	$50\% < LDR \leq 75\%$	Sangat Sehat
PK 2	$2\% \leq NPL < 5\%$	$75\% < LDR \leq 85\%$	Sehat
PK 3	$5\% \leq NPL < 8\%$	$85\% < LDR \leq 100\%$	Cukup Sehat
PK 4	$8\% \leq NPL < 11\%$	$100\% < LDR \leq 120\%$	Kurang Sehat
PK 5	$NPL > 11\%$	$LDR > 120\%$	Tidak Sehat

Sumber: Surat Edaran Bank Indonesia No. 13/24/DPNP Tahun 2011

Tabel 2. Matriks Kriteria Peringkat Komposit GCG

Nilai Komposit	Predikat Komposit
Nilai Komposit < 1,5	Sangat Baik
$1,5 \leq \text{Nilai Komposit} < 2,5$	Baik
$2,5 \leq \text{Nilai Komposit} < 3,5$	Cukup Baik
$3,5 \leq \text{Nilai Komposit} < 4,5$	Kurang Baik
$4,5 \leq \text{Nilai Komposit} < 5$	Tidak Baik

Sumber: Surat Edaran Bank Indonesia No. 13/24/DPNP Tahun 2011

Earnings

Pada aspek rentabilitas (*Earnings*) menyatakan kemampuan bank dalam meningkatkan laba dan efisiensi usaha yang dicapai. Nilai rentabilitas yang meningkat merupakan tolak ukur untuk menyatakan bahwa bank tersebut dalam kondisi sehat (Diarso, 2016). Penilaian terhadap faktor rentabilitas ini dinilai dengan menggunakan rasio, yaitu *Return on Asset* (ROA), *Return on Equity* (ROE), *Net Interest Margin* (NIM) dan BOPO (Beban Operasional terhadap Pendapatan Operasional).

Return on Asset (ROA) menunjukkan berapa besar laba bersih yang diperoleh bank. Semakin besar nilai ROA maka semakin besar pula tingkat pendapatan yang dicapai untuk bank tersebut dan semakin baik pula posisi bank dari sudut pandang aset (Dendawijaya, 2005).

$$ROA = \frac{\text{Laba sebelum pajak}}{\text{Rata-rata total asset}} \times 100\% \quad (3)$$

Return on Equity (ROE) mengukur kemampuan bank dalam memperoleh laba bersih yang dikaitkan dengan pembayaran deviden (Riadi, Atmadja dan Wahyuni, 2016). Kenaikan dalam rasio ini berarti terjadi kenaikan laba bersih dari bank yang bersangkutan. Selanjutnya, kenaikan tersebut akan menyebabkan kenaikan harga saham bank (Putri dan Damayanthi, 2013).

$$ROE = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Modal inti}} \times 100\% \quad (4)$$

Net Interest Margin (NIM) merupakan Rasio pendapatan bunga bersih terhadap aset produktif rata-rata (Aktiva Produktif Bunga) atau profitabilitas bunga neto, Semakin besar nilai NIM menunjukkan bank berhasil mengelola aset berbunga (Saksonova, 2014).

$$NIM = \frac{\text{Pendapatan Bunga Bersih}}{\text{Rata-rata aktiva produktif}} \times 100\% \quad (5)$$

Beban operasional terhadap pendapatan operasional (BOPO): rasio ini digunakan mengukur tingkat efisiensi dan kemampuan bank dalam melakukan kegiatannya (Kusumawati, 2014). Semakin tinggi rasio menunjukkan semakin tidak efisien biaya operasional yang dikeluarkan bank yang bersangkutan sehingga kemungkinan bank untuk memperoleh laba semakin kecil (Sudiyatno dan Fatmawati, 2013).

$$BOPO = \frac{\text{Biaya operasional}}{\text{Pendapatan operasional}} \times 100\% \quad (6)$$

Berdasarkan Surat Edaran Bank Indonesia No. 13/24/DPNP Tahun 2011 menetapkan peringkat pada komponen ROA, ROE, NIM dan BOPO seperti pada Tabel 3.

Tabel 3. Matriks Kriteria Peringkat Komposit ROA, ROE, NIM dan NPM

Peringkat	Kriteria ROA	Kriteria ROE	Kriteria NIM	Kriteria BOPO	Keterangan
PK 1	ROA > 2%	ROE > 20%	NIM > 3%	BOPO ≤ 83%	Sangat Sehat
PK 2	1,25% < ROA ≤ 2%	12,51% - 20%	2% < NIM ≤ 3%	83,1% - 85%	Sehat
PK 3	0,5% < ROA ≤ 1,25%	5,01% - 12,5%	1,5% < NIM ≤ 2%	85,1% - 87%	Cukup Sehat
PK 4	0% < ROA ≤ 0,5%	0% - 5%	1% < NIM ≤ 1,5%	87,1% - 89%	Kurang Sehat
PK 5	ROA ≤ 0%	< 0%	NIM ≤ 1%	> 89%	Tidak Sehat

Sumber: Surat Edaran Bank Indonesia No. 13/24/DPNP Tahun 2011

Semakin sehat penilaian rentabilitas (*Earnings*) maka bank semakin mampu menyeimbangkan penggunaan aset yang semakin bertambah dengan perolehan labanya sehingga dapat mengantisipasi potensi kerugian (Diarso, 2016). Teori ini dilengkapi pada hasil analisis penelitian Lasta et.al. (2014) yang menyatakan pada aspek *Earnings* dengan rasio ROA dan NIM dari tahun 2011 – 2013 pada bank BRI berada pada kategori yang sangat sehat sehingga hal ini menunjukkan bahwa kemampuan bank dalam penggunaan aset dilakukan dengan maksimal sehingga meningkatkan profitabilitas yang berdampak mampu mengantisipasi potensi kerugian yang disebabkan salah satunya dengan nasabah pada masalah kredit. Adapun penelitian lain yang mendukung adalah Nufus, Muchtar dan Triyanto (2019) pada *earning* yang di ukur dengan ROA mengungkapkan berada pada predikat sangat sehat pada bank BNI periode 2013 – 2017.

Capital

Permodalan (*capital*) memiliki indikator rasio kecukupan modal untuk mengantisipasi potensi kerugian sesuai profil resiko, yang disertai dengan pengelolaan permodalan yang sangat kuat sesuai dengan karakteristik, skala usaha dan kompleksitas usaha bank (Christian, Tommy, dan Tulung, 2017). Pengukuran faktor permodalan ini dengan menggunakan rasio CAR (*Capital Adequacy Ratio*) yang menunjukkan seberapa jauh seluruh aktiva bank mengandung risiko (kredit, penyertaan, surat berharga, tagihan pada bank lain) ikut dibiayai dari dana modal sendiri baik disamping memperoleh dana dari sumber diluar bank seperti dana masyarakat, pinjaman dan lain-lain (Kasmir, 2014).

$$CAR = \frac{\text{Modal}}{\text{Aktiva Tertimbang Menurut Risiko}} \times 100\% \quad (7)$$

Semakin tinggi CAR menunjukkan semakin tinggi modal sendiri untuk mendanai aktiva produktif dan semakin rendah biaya yang akan dikeluarkan oleh bank (Riadi, Atmadja dan Wahyuni, 2016). Berikut ini peringkat dari hasil penilaian rasio CAR (*Capital Adequacy Ratio*) pada Tabel 4.

Tabel 4. Matriks Kriteria Peringkat Komposit Komponen CAR

Peringkat	Kriteria	Keterangan
PK 1	$CAR > 11\%$	Sangat Sehat
PK 2	$9,5\% \leq CAR < 11\%$	Sehat
PK 3	$8\% \leq CAR < 9,5\%$	Cukup Sehat
PK 4	$6,5\% \leq CAR < 8\%$	Kurang Sehat
PK 5	$CAR < 6,5\%$	Tidak Sehat

Sumber: Surat Edaran Bank Indonesia No. 13/24/DPNP Tahun 2011

Nilai CAR yang sehat menunjukkan tingkat pemeliharaan modal yang baik sehingga meningkatkan kemampuan bank untuk mengatasi risiko yang dihadapi dalam menjalankan kegiatan bisnisnya (Christian et.al., 2017). Berdasarkan perhitungan analisis penelitian Marcellina dan Imam (2018) aspek permodalan Bank BRI, BNI dan Mandiri menunjukkan predikat tingkat kesehatan bank yang sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh Bank Indonesia dengan peringkat komposit akhir 1.

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah sektor perbankan di Indonesia dan Sampel dari penelitian ini adalah PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk untuk periode 2016 sampai 2019 dengan laporan keuangannya yang telah dilaporkan dan diterbitkan. Data sekunder menjadi pilihan pada penelitian ini berupa laporan keuangan PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk periode 2016 sampai 2019 yang diterbitkan oleh Otoritas Jasa Keuangan. Tahapan yang dilakukan pada penelitian ini antara lain, menganalisis tingkat kesehatan bank dengan metode RGEC dengan rasio NPL dan LDR untuk *Risk profile*, penilain GCG dengan peringkat komposit sesuai peraturan Bank Indonesia, *Earning* menggunakan rasio ROA, ROE, NIM dan BOPO dan CAR untuk mengukur *Capital*. Pengukuran aspek ini berdasarkan dengan laporan keuangan PT. Bank Negara Indonesia (Persero). Tbk periode 2016 – 2019.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis *Risk profile*

Risiko kredit

Hasil penilaian *Non Performing Loan* (NPL) pada Gambar 1, PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk periode 2016 – 2019 menunjukkan bahwa rasio pinjaman bermasalah bank BNI pada tahun 2016 mengalami kenaikan sebesar 3,0% yang disebabkan adanya pinjaman bermasalah yang terjadi di sektor pinjaman yang bukan prioritas BNI salah satunya adalah pada sektor pertambangan. Pada Tahun 2017 adanya perbaikan yang terjadi pada tahun sebelumnya dari 3,0% di tahun 2016 menjadi 2,3 % di tahun 2017.

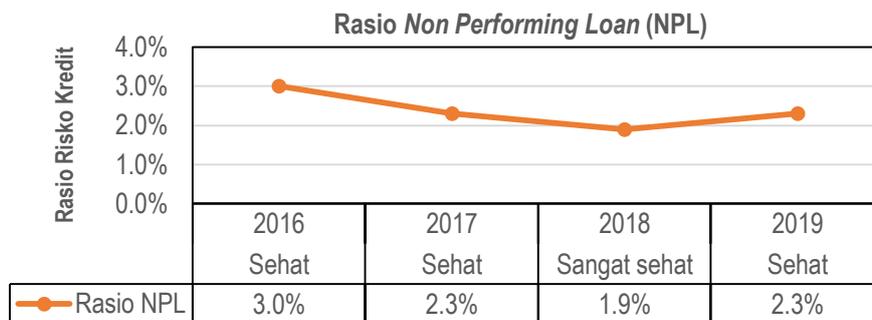
Kemampuan BNI mengelola kualitas aset di tahun 2017 dengan melakukan ekspansi pinjaman yang diberikan secara selektif pada sektor – sektor yang berisiko tinggi dan rendah serta melakukan pengelolaan terhadap para debitur yang bermasalah namun masih memiliki potensi perbaikan, hal tersebut berdampak pada perbaikan rasio NPL BNI dari 2,3% menjadi 1,9% di tahun 2018, sehingga semakin rendah risiko kredit yang akan di hadapi oleh bank. NPL pada tahun 2019 mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya sebesar 1,9% menjadi 2,3%. Meskipun terdapat peningkatan pada rasio

NPL akan tetapi, perolehan nilai tersebut masih rendah atau dibawah NPL industri perbankan yang sebesar 2,7% dan predikat NPL tahun 2019 ini masih dalam kondisi sehat.

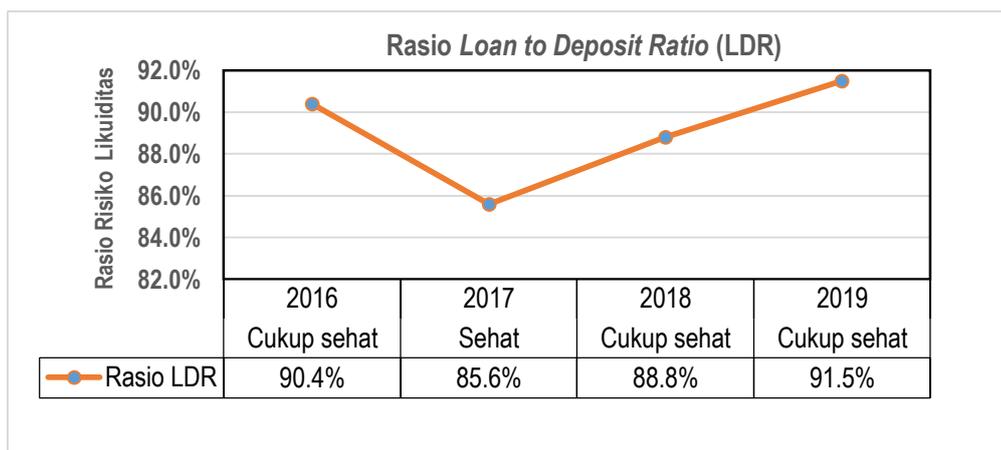
Berdasarkan penelitian dari Marcellina, dan Imam (2018) mengenai *Non Performing Loan* bahwa semakin tinggi tingkat NPL maka semakin besar risiko kredit yang akan di hadapi oleh bank. Peningkatan rasio NPL pada tahun 2019 menekankan bank untuk meningkatkan pengelolaan kualitas aset dengan menerapkan kebijakan pengelolaan aset produktif yang *prudence* ditengah ekspansi pinjaman yang diberikan diantaranya dengan selektif memilih sektor penerimaan kredit didukung dengan pengelolaan terhadap para debitur yang bermasalah tetapi masih memiliki potensi perbaikan untuk mendukung perbaikan kondisi keuangan dan bisnis debitur sehingga Nilai NPL tetap terjaga dimasa yang akan datang.

Risiko Likuidasi

Penyajian data pada Gambar 2 menunjukkan bahwa rasio LDR di tahun 2016 sebesar 90,4% yang artinya adanya kenaikan bila dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Kondisi ini merupakan dampak dari lebih pesatnya peningkatan pinjaman yang diberikan dibandingkan peningkatan simpanan nasabah berupa giro, tabungan dan deposito. Hal ini membuat bank untuk lebih selektif dalam pemberian kredit kepada sektor ekonomi yang berisiko sehingga dapat meminimalisir pertumbuhan pinjaman yang agresif terhadap simpanan nasabah. Rasio LDR tahun 2016 masih berada dalam predikat cukup sehat sesuai dengan Surat Edaran Bank Indonesia No. 13/24/DPNP Tahun 2011 yang menetapkan $LDR > 85\% < LDR \leq 100\%$. Dampak dari kemampuan bank menghadapi risiko likuiditas menghasilkan adanya penurunan rasio pinjaman terhadap simpanan menjadi 85,6% ditahun 2017 dari 90,4% di tahun 2016. Rasio ini berada pada kisaran predikat sehat sesuai Surat Edaran Bank Indonesia No. 13/24/DPNP Tahun 2011.



Gambar 1. Grafik Rasio NPL PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk



Gambar 2. Grafik Rasio LDR PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk

Perolehan nilai rasio LDR pada BNI di tahun 2018 dan 2019 mengacu pada penelitian Marcellina, dan Imam (2018) menyatakan bahwa Bank mungkin tidak mendapatkan penghasilan untuk mengoperasikan pengembalian pinjaman jika rasio LDR terlalu rendah dan jika semakin tinggi LDR menunjukkan, yang berarti lebih banyak menggunakan deposito bank untuk pinjaman dan bank telah mampu menjalankan fungsi perantara mereka secara optimal. Namun, jika rasio LDR terlalu tinggi akan membuat risiko likuiditas bagi bank. Pada tahun 2018, rasio pinjaman terhadap simpanan (LDR) mengalami kenaikan menjadi 88,8% dan naik menjadi lebih tinggi pada tahun 2019 menjadi 91,5%. Peningkatan ini dipengaruhi oleh ekspansi pada pinjaman yang diberikan lebih agresif atau lebih banyak dibandingkan ekspansi pada dana pihak ketiga (giro, tabungan dan deposito) seiring dengan ketatnya likuiditas market.

Analisis *Good Corporate Governance* (GCG)

Penerapan *Good Corporate Governance*, bukan lagi merupakan suatu keharusan, akan tetapi merupakan kebutuhan dasar dan landasan dalam menjalankan kegiatan usaha bank, maka BNI telah memahami akan hal itu. Berdasarkan Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan No. 32/SEOJK.04/2015 tentang Pedoman Tata Kelola Perusahaan Terbuka serta POJK No. 4/POJK.03/2016 tentang Penilaian Tingkat Kesehatan Bank Umum, serta Peraturan Bank Indonesia tentang Penilaian Tingkat Kesehatan Bank, salah satu penilaian poin penilaian tingkat kesehatan Bank adalah penilaian sendiri (*self assessment*) atas pelaksanaan prinsip-prinsip Tata Kelola Perusahaan yang Baik (GCG) pada Bank. Pelaksanaan *self assessment* tersebut dilakukan secara periodik setiap semester yaitu pada bulan Juni dan Desember pada tahun berjalan.

Pada PT. Bank Negara Indonesia (persero), Tbk telah melakukan penilaian sendiri (*self assessment*) atas pelaksanaan GCG sesuai dengan peraturan Otoritas Jasa Keuangan. Hasil GCG selama 4 (empat) tahun terakhir (2016 – 2019) dapat di lihat pada Tabel 5.

Berdasarkan hasil penilaian pada tabel 10 diatas mendefinisikan peringkat 2 sebagai predikat sehat artinya menunjukkan manajemen bank telah melakukan penerapan *Good Corporate Governance* secara umum dengan baik. Hal ini tercermin dari pemenuhan yang memadai atas prinsip GCG. Dalam hal ini pun terdapat keterbatasan penerapan prinsip GCG, secara umum kelemahan dapat diselesaikan dengan tindakan

normal oleh manajemen bank, sehingga bank masih melakukan upaya – upaya perbaikan untuk meningkatkan kinerja yang optimal.

Analisis *Earnings*

ROA

Penyajian perhitungan rasio *Return on Asset* pada Gambar 2 dibawah ini menunjukkan untuk tahun 2016 dan 2017 berada pada nilai yang sama atau stabil yaitu sebesar 2,7%. Kondisi ini menunjukkan bahwa kenaikan laba bersih sejalan dengan kenaikan aset BNI yang tumbuh dibandingkan tahun 2017.

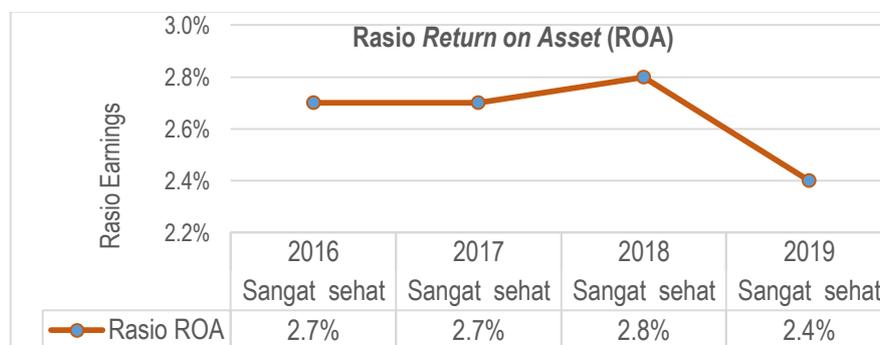
Upaya yang dilakukan pihak bank dalam meningkatkan aset berdampak nilai ROA di tahun 2018 yaitu adanya peningkatan yang merupakan sinyal atas naiknya keuntungan BNI atas kenaikan aset produktif selama tahun 2018. *Return on asset* (ROA) BNI tercatat 2,4 % pada tahun 2019 yang mengalami penurunan jika dibandingkan tahun 2018. Penurunan ini disebabkan oleh rendahnya margin laba bersih yang diakibatkan oleh rendahnya perputaraan total aktiva. Penurunan ini masih berada pada predikat *sangat sehat* sesuai dengan Surat edaran Bank Indonesia No.6/23/DPNP Tahun 2004 yang menetapkan ROA > 2% predikat sangat sehat.

ROE

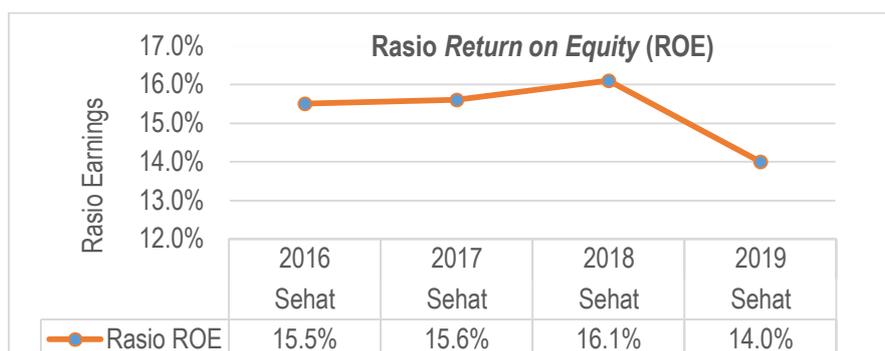
Hasil perolehan pada Gambar 4 mengungkapkan adanya kenaikan ROE pada tahun 2017 sebesar 15.6% yang sebelumnya 15.5% di tahun 2016, kenaikan ini dipengaruhi adanya peningkatan pada laba bersih di tahun 2017. Meningkatnya laba bersih berpengaruh pada perkembangan rasio ROE di tahun yang akan datang yaitu 2019 naik menjadi 16,1% hal ini menunjukkan bahwa pihak bank mampu untuk mencetak laba bersih dengan memaksimalkan modalnya dan menghasilkan laba yang tersedia bagi pemilik atau investor sehingga pihak bank mampu memberikan deviden bagi para pemegang saham selain itu mampu menarik investor untuk menanamkan modal guna meningkatkan kinerja pihak bank secara optimal. Penurunan tidak bisa dihindari oleh pihak bank, sehingga pada tahun 2019 nilai ROE lebih rendah menjadi 14.0% dari 16.1% di tahun 2018, hal ini di sebabkan oleh rendahnya laba bersih yang diterima oleh pihak bank pada tahun 2019 yaitu sebesar 2,4%.

Tabel 5. Peringkat Penilaian Komposit GCG

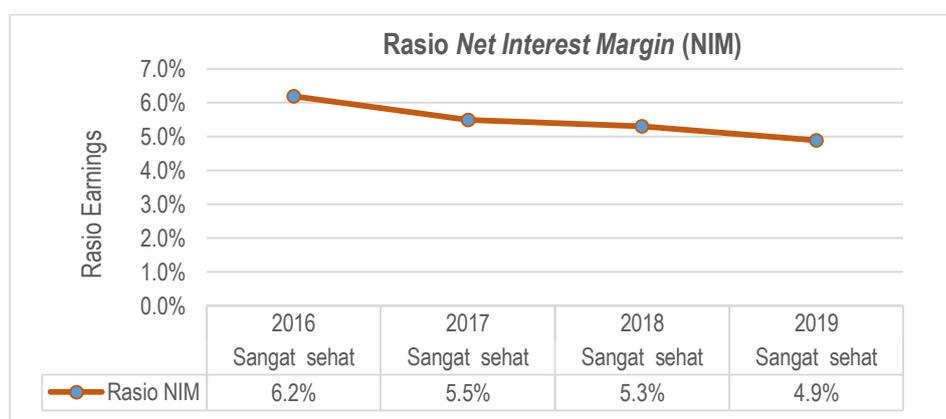
Nilai Komposit	2016	2017	2018	2019	Predikat
	2	2	2	2	Sehat



Gambar 3. Grafik Rasio ROA PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk



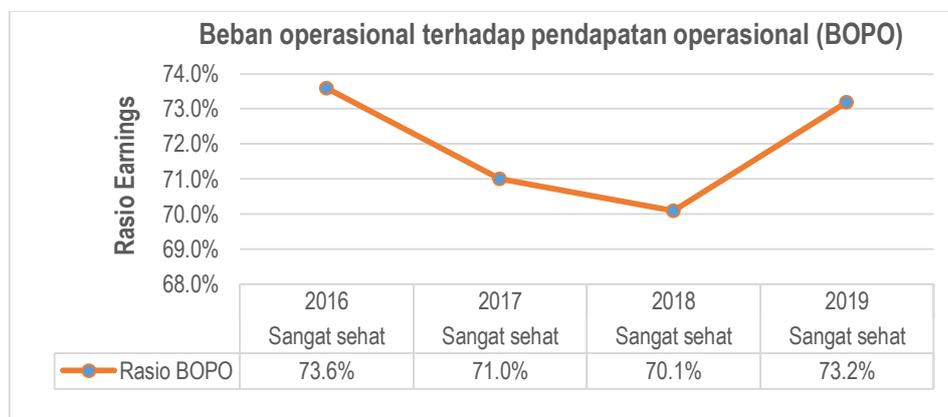
Gambar 4. Grafik Rasio ROE PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk



Gambar 5. Grafik Rasio NIM PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk

NIM

Menurut Saksonova (2014) mengenai *Net Interest Margin* (NIM) menyatakan bahwa Semakin besar nilai NIM menunjukkan bank berhasil mengelola aset berbunga. Dengan demikian hasil perolehan rasio margin bunga bersih ini pada Gambar 5 menunjukkan bahwa pada Tahun 2017 menurun menjadi 5.5 % dibanding tahun 2016 sebesar 6.2%. Penurunan ini disebabkan adanya kebijakan pemerintah yang menurunkan tingkat suku bunga menjadi *single digit* guna mendorong laju pertumbuhan ekonomi dan implemntas SE BI No.18/33/DKSP tahun 2016 terkait dengan penurunan suku bunga kartu kredit. Penurunan NIM terjadi kembali pada tahun 2018 menjadi 5,3% akan tetapi penurunan ini merupakan salah satu upaya pihak bank untuk dapat menjaga kualitas aset dengan tidak menaikkan suku bunga pinjaman yang diberikan selama tahun 2018 walaupun Bank Indonesia telah menaikkan suku bunga acuannya. Strategi pihak bank ini tidaklah cukup untuk menaikkan NIM, hal ini terlihat pada tahun 2019 yang masih mengalami penurunan sebesar 4.9% hal ini secara umum di pengaruhi oleh ketatnya likuiditas dimatket serta dampak dari meningkatnya suku bunga acuan Bank Indonesia yang naik 6 kali atau meningkat 1,75% menjadi 6,00% pada akhir 2018. Dengan mengacu pada pernyataan Saksonova (2014) mengenai NIM dapat diasumsikan bahwa untuk kinerja bank belum cukup baik dalam mengelola aset berbunga walaupun hasil perolehan nilai NIM 2016 – 2019 sesuai dengan Surat Edaran Bank Indonesia No. 6/23/DPNP Tahun 2004 berada pada predikat sangat sehat yang menetapkan NIM > 3%.



Gambar 6. Grafik Rasio BOPO PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk

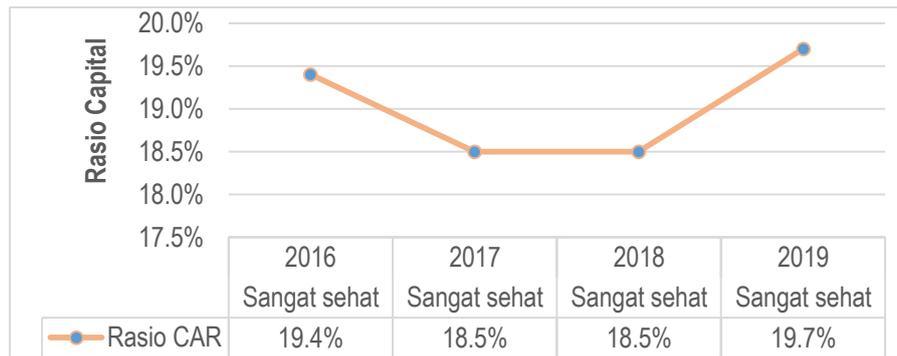
BOPO

Grafik rasio BOPO yang di sajikan pada Gambar 6 mengungkapkan kondisi yang membaik dari 73,6% ditahun 2016 menjadi 71,0% di tahun 2017. Kondisi ini disebabkan oleh kenaikan pendapatan bunga dan pendapatan operasional lainnya, sehingga hal ini menunjukkan kemampuan pihak bank untuk menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi dengan biaya yang lebih efisien, sehingga kemampuan bank ini mengakibatkan perolehan rasio BOPO ditahun 2018 menjadi lebih baik menjadi 70,1%.

Hal ini didukung oleh pernyataan Sudiyatno dan Fatmawati (2013) pada penelitiannya mengenai BOPO bahwa semakin tinggi rasio BOPO menunjukkan semakin tidak efisien biaya operasional yang dikeluarkan bank yang bersangkutan sehingga kemungkinan bank untuk memperoleh laba semakin kecil. Perolehan laba yang kecil mengakibatkan peningkatan nilai BOPO sebesar 73,2% pada tahun 2019, hal ini menunjukkan bahwa biaya operasional yang dikeluarkan bank lebih besar dari laba bersih yang diterima.

Analisis Capital

Berdasarkan grafik rasio CAR pada Gambar 7, rasio kecukupan modal pada Tahun 2017 turun menjadi 18.5% dari sebelumnya 19,4% di tahun 2016. Penurunan CAR ini disebabkan oleh pertumbuhan aset produktif yang agresif di tahun 2017. Pertumbuhan modal yang sejalan dengan pertumbuhan aset produktif berdampak pada perolehan CAR 18,5% yang relatif sama dengan tahun sebelumnya di tahun 2018. Pada Tahun 2019, pihak bank memperkuat struktur permodalan sehingga rasio kecukupan modal membaik menjadi 19,7% dibandingkan dengan pencapaian tahun sebelumnya. Hal ini sejalan dengan peningkatan laba ditahan seiring dengan optimalisasi aset produktif ditahun tersebut, sehingga mengindikasikan bahwa struktur permodalan yang dimiliki BNI memiliki kapabilitas untuk dapat mengimbangi risiko – risiko yang dihadapi.



Gambar 7. Grafik Rasio CAR PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penyajian perhitungan data, analisa dan hasil pembahasan yang dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa penilaian kesehatan bank pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk periode 2016 – 2019 dengan menggunakan RGEC antara lain: (1) *Risk profil* dengan indikator NPL dan LDR mengungkapkan kemampuan pihak bank dalam menghadapi risiko kredit dan risiko likuidasi masih berada dalam kategori baik, terlihat pada kondisi untuk risiko kredit dan risiko likuidasi dimana pihak bank berupaya untuk meningkatkan pengelolaan aset dengan melakukan ekspansi pinjaman terhadap para debitur yang bermasalah tetapi masih memiliki potensi untuk diperbaiki; (2) *Good Corporate Governance* berada pada peringkat 2 sebagai peringkat sehat yang artinya kemampuan manajemen bank telah melakukan penerapan GCG dengan baik; (3) *Earnings* dengan indikator ROA, NIM, ROE dan BOPO mengungkapkan dari tahun ketahun mengalami peningkatan dan penurunan yang sedikit, pihak bank masih mampu dalam mengatasi peningkatan pada BOPO dan ROE dengan berupaya meningkatkan laba bersih dan meminimalkan pengeluaran operasional; (4) *Capital* dengan CAR pihak bank mampu memperkuat struktur permodalan sehingga hal ini mengindikasikan permodalan yang dimiliki pihak bank memiliki kapabilitas yang dapat mengimbangi risiko yang dihadapi.

Penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan penelitian tentang penilaian tingkat kesehatan bank dengan rasio pengukuran yang lebih lengkap salah satunya dengan menghitung delapan indikator profil risiko yang belum di lengkapi pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Christian, F. J., Tommy, P., & Tulung, J. (2017). Analisa kesehatan bank dengan menggunakan metode RGEC pada Bank BRI dan Mandiri periode 2012-2015. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 5(2), 530-540. DOI: 10.35794/emba.v5i2.15717
- Dendawijaya, L. (2005). *Manajemen perbankan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Diarto, A. P. (2016). Analisis tingkat kesehatan bank dengan menggunakan Metode RGEC (Risk Profile, Good Corporate Governance, Earning, Capital) (Study Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Periode 2011-2014). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 4(2), 1-11.

- Hadiwijaya, T., Lahindah, L. & Pratiwi, I. R. (2016). Effect of capital structure and corporate governance on firm value (Study of listed banking companies in Indonesia Stock Exchange). *Journal of Accounting and Business Studies*, 1(1), 39-58.
- Kasmir. (2014). *Bank dan lembaga keuangan Lainnya*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kusumawati, M. (2014). Analisis komparatif kinerja keuangan perbankan berdasarkan metode CAMELS dan RGEN PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. *Jurnal Akuntansi Akunesa*, 2(2), 1-22.
- Lasta, H. A., Arifin, Z., & Nuzula, N.F. (2014). Analisis tingkat kesehatan bank dengan menggunakan pendekatan Bank Rakyat Indonesia, Tbk periode 2011-2013). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 13(2), 1-10.
- Marcellina, W., A. & Imam, W. S. (2018). *Analysis of bank health at Indonesia state-owned bank using RGEN method at BRI, BNI, and Bank Mandiri for periods 2011-2015*. Prosiding International conference on Information Technology and Business (ICITB), pp. 70-76.
- Marginingsih, R. (2018). Analisis tingkat kesehatan bank dengan menggunakan metode RGEN pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Periode 2013-2017. *Moneter*, 5(2), 131-138.
- Nufus, K., Muchtar, A., & Triyanto, F. (2019). Analisis tingkat kesehatan bank dengan metode RGEN (Studi kasus PT. Bank BNI, Tbk). *Inovasi*, 6(1), 74-93.
- Permana, B.A. (2012). Analisis tingkat kesehatan bank berdasarkan metode CAMELS dan metode RGEN. *Jurnal Akuntansi Akunesa*, 1(1), 1-21.
- Putri, I. D. A. D. E., & Damayanthi, I. G. A. D. (2013). Analisis perbedaan tingkat kesehatan bank berdasarkan RGEN pada perusahaan perbankan besar dan kecil. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 5(2), 483-496.
- Riadi, K. S., Atmadja, A. T., & Wahyuni, M. A. (2016). Penilaian tingkat kesehatan bank dengan menggunakan metode RGEN (Risk Profile, Good Corporate Governance, Earnings, dan Capital) pada PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk periode 2013-2015. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Undiksha*, 6(3), 1-12. DOI. 10.23887/jimat.v6i3.8799.
- Saksonova, S. (2014). The role of net interest margin in improving banks' asset structure and assessing the stability and efficiency of their operations. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 150, 132-141.
- Sudiyatno, B., & Fatmawati, A., (2013) Pengaruh risiko kredit dan efisiensi operasional terhadap kinerja bank (Studi Empirik pada bank yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 9(1), 73-86.
- Susanto, H., Dzulkrirom A.R, M. & Zahroh, Z. A. (2016). Analisis tingkat kesehatan bank Dengan menggunakan Metode RGEN (*Risk Profile, Good Corporate Governance, Earning, Capital*) (Studi pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. yang terdaftar di BEI tahun 2010-2014). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 35(2), 60-67.
- Trisnawati, R., & Puspita, A. E. (2014). *Analisis tingkat kesehatan bank dengan Metode RGEN pada bank BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2012*. 3rdEconomics & Business Research Festival, 661-675.

PENGARUH PROFITABILITAS DAN LIKUIDITAS TERHADAP RETURN SAHAM DENGAN INTERNET FINANCIAL REPORTING SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PERUSAHAAN INDEKS LQ45 YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

¹Nana Arviana, ²Masodah Wibisono

^{1,2}Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma

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

¹nana130598@gmail.com, ²masodahwibisono@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh profitabilitas dan likuiditas terhadap return saham dengan internet financial reporting (IFR) sebagai variabel intervening. Jenis penelitian ini adalah studi peristiwa. Target populasi dalam penelitian ini adalah 59 entitas yang terdaftar dalam indeks LQ45 selama periode 2016-2018 dan sample adalah 34 entitas yang diperoleh dengan metode purposive sampling. Unit analisis adalah laporan tahunan dan laporan keuangan, data sekunder dianalisis dengan metode analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap IFR, likuiditas tidak berpengaruh terhadap IFR, profitabilitas berpengaruh terhadap return saham, likuiditas tidak berpengaruh terhadap return saham, dan IFR tidak berpengaruh terhadap return saham.

Kata Kunci: *Internet Financial Reporting, Indeks LQ45, Likuiditas, Profitabilitas, Return Saham*

Abstract

The purpose of this study is to analyze the effect of profitability and liquidity on stock returns with internet financial reporting (IFR) as an intervening variable. This type of research is the study of events. The target population in this study is 59 entities listed in the LQ45 index during the 2016-2018 period and the sample is 34 entities obtained by the purposive sampling method. The unit of analysis is the annual report and financial statements, secondary data is analyzed by the path analysis method. The results showed that profitability influence IFR, liquidity no influence on IFR, profitability influence Stock Return, Liquidity no influence on Stock Return, and IFR no influence on Stock Return.

Keywords: *Internet Financial Reporting, LQ45 Index, Liquidity, Profitability, Stock Return*

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi semakin berkembang pesat. Perkembangan teknologi ini telah membawa perubahan dan manfaat yang sangat besar bagi seluruh aspek kehidupan manusia, salah satunya adalah dunia bisnis. Sekarang ini persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat. Hanya perusahaan yang mampu mengimplementasikan teknologi ke dalam perusahaannya yang dapat bersaing dalam kompetisi bisnis tersebut (Prasetya & Irwandi, 2012). Saat ini internet telah menjadi salah satu alternative bagi perusahaan untuk menyajikan informasi mengenai keuangan dan bisnis mereka. Pengungkapan informasi keuangan

perusahaan melalui internet yang disajikan dalam *website* resmi perusahaan disebut dengan istilah *Internet Financial Reporting* (IFR).

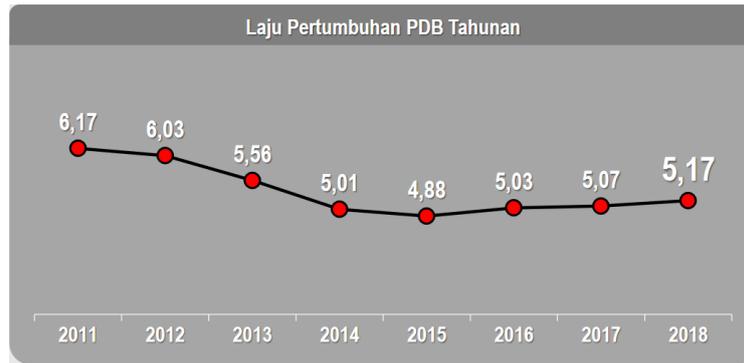
Di Indonesia peraturan mengenai pelaporan keuangan melalui internet diatur dalam Peraturan No. X. K.6 Tahun 2012 yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan tentang penyampaian laporan tahunan emiten atau perusahaan publik. Dalam peraturan tersebut dinyatakan bahwa setiap emiten atau perusahaan publik yang telah memiliki laman (*website*) sebelum berlakunya peraturan ini, wajib memuat laporan tahunan pada laman (*website*) tersebut. Adanya peraturan ini diharapkan mampu mendorong entitas publik untuk segera menerapkan IFR dan memanfaatkannya dengan baik. Dengan menggunakan IFR, pelaporan keuangan menjadi lebih cepat dan mudah, sehingga informasi yang disajikan dapat diakses oleh siapa pun, kapan pun dan dimana pun. Selain itu, pengungkapan laporan keuangan dengan menggunakan internet dapat meningkatkan transparansi dan mengurangi asimetri informasi antara pihak internal dan pihak eksternal perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Lai, Lin, Li dan Wu (2010) menyatakan bahwa perusahaan yang menyediakan informasi tepat waktu melalui IFR lebih cepat di respons oleh pasar saham daripada perusahaan tanpa IFR. Hal ini menunjukkan bahwa IFR memiliki peran yang penting sebagai alat komunikasi untuk pihak eksternal perusahaan, terutama investor. IFR dipandang sebagai sebuah sinyal agar para investor tertarik untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Tindakan investor akan tercermin pada pergerakan harga saham dan tentu saja akan berpengaruh pada return saham.

Bagi para investor laporan keuangan sangat berguna dalam pengambilan keputusan investasi. Para investor adalah mereka yang menerapkan konsep *think fast and decision fast*. Karena faktor tersebut, maka investor menginginkan penggunaan rasio keuangan yang dianggap lebih fleksibel dan sederhana namun mampu memberi jawaban yang mereka inginkan (Fahmi, 2015). Dalam penelitian ini rasio keuangan yang digunakan yaitu rasio profitabilitas dan likuiditas.

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan indeks LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dipilihnya perusahaan indeks LQ45 karena perusahaan tersebut terdiri dari saham-saham yang aktif diperdagangkan, sehingga dapat menjadi acuan dalam menilai aktivitas kinerja perdagangan saham di pasar modal. Indeks LQ45 merupakan daftar saham yang hanya terdiri dari 45 perusahaan yang telah terpilih melalui berbagai kriteria pemilihan, yaitu perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) minimal 3 bulan dan memiliki kondisi keuangan, prospek pertumbuhan serta nilai transaksi yang tinggi sehingga terdiri dari saham-saham dengan likuiditas dan kapitalisasi pasar yang tinggi dari jumlah keseluruhan saham yang ada di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh profitabilitas dan likuiditas terhadap *return* saham dengan *internet financial reporting* sebagai variabel intervening. Penelitian ini dibatasi pada ketentuan yaitu perusahaan yang sahamnya masuk dalam Indeks LQ45 dan periode pengamatan yang digunakan adalah 2016-2018. Alasan memilih periode yang dimulai dari tahun 2016 dan berakhir pada tahun 2018 karena pada tahun tersebut pertumbuhan ekonomi Indonesia mengalami peningkatan. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2014 dan 2015 pertumbuhan ekonomi menurun sebesar 5,01% dan 4,88%. Akan tetapi, pada tahun 2016 dan 2017 pertumbuhan ekonomi meningkat sebesar 5,03% dan 5,07%.



Gambar 1. Grafik Pertumbuhan Ekonomi Indonesia

Sumber: www.bps.go.id

Selanjutnya pada tahun 2018 pertumbuhan ekonomi Indonesia mengalami peningkatan yang cukup signifikan yaitu sebesar 5,17%. Salah satu penyebabnya adalah terjadinya peningkatan investasi. Dalam ekonomi makro, investasi berperan sebagai salah satu komponen dari pendapatan nasional atau Produk Domestik Bruto (PDB). Investasi memiliki hubungan positif dengan PDB, jika investasi naik, maka PDB akan naik, begitupun sebaliknya (Rahardja & Manurung, 2014).

KERANGKA TEORI

Teori sinyal dicetuskan pertama kali oleh Spence (1973). Teori ini melibatkan dua pihak, yaitu pihak dalam seperti manajemen yang berperan sebagai pihak yang memberikan sinyal dan pihak luar seperti investor yang berperan sebagai pihak yang menerima sinyal tersebut. Spence menyatakan bahwa dengan memberikan suatu isyarat atau sinyal, pihak manajemen berusaha memberikan informasi yang relevan yang dapat dimanfaatkan oleh pihak investor. Selanjutnya, pihak investor akan menyesuaikan keputusannya sesuai dengan pemahamannya terhadap sinyal tersebut.

Teori efisiensi pasar pertama kali dikemukakan oleh Fama (1970) yang menyatakan bahwa harga saham yang sekarang mencerminkan segala informasi yang ada. Hal ini berarti terdapat hubungan antara harga saham dengan informasi. Fama (1970) menyajikan tiga macam bentuk efisiensi pasar yaitu: (i) Efisiensi lemah; (ii) Efisiensi semi kuat, dan (iii) Efisiensi kuat.

Menurut Tandelilin (2017), *return* merupakan faktor yang memotivasi seorang investor untuk berinvestasi dan merupakan imbalan atas keberanian investor dalam menanggung risiko dari kegiatan investasi yang telah dilakukannya.

Return dapat berupa *return* realisasian atau *return* ekspektasian. *Return* realisasian (*realized return*) merupakan *return* yang telah terjadi. *Return* realisasian atau *return* histori ini juga berguna sebagai dasar penentuan *return* ekspektasian (*expected return*) dan risiko di masa datang. *Return* ekspektasian (*expected return*) adalah *return* yang diharapkan akan diperoleh oleh investor di masa mendatang (Jogiyanto, 2017).

Internet Financial Reporting (IFR) pertama kali dikemukakan oleh Ashbaugh, Johnston dan Warfield (1999). Ashbaugh et al. (1999) menyatakan bahwa IFR dipandang sebagai alat komunikasi yang efektif kepada pelanggan, investor dan pemegang saham. IFR merupakan sebuah sinyal dari perusahaan untuk membangun komunikasi dengan para *stakeholder* dengan lebih baik dan lebih cepat. Almilia (2009) menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan belum memanfaatkan secara optimal sarana yang disediakan dalam website, meskipun perusahaan-perusahaan tersebut

termasuk industri perbankan yang merupakan industri yang sangat teregulasi sehingga tentu saja dihipotesiskan akan menginformasikan kepada publik terkait informasi yang dimilikinya dengan kualitas yang lebih baik. Begitu juga untuk sampel kelompok perusahaan LQ-45 diharapkan dapat menginformasikan tentang perusahaan dengan kualitas pengungkapan yang lebih baik dibandingkan kelompok lainnya karena perusahaan LQ-45 adalah perusahaan-perusahaan yang sahamnya likuid diperdagangkan sehingga tentu saja perusahaan ini dihipotesiskan akan mengungkapkan informasi yang dimilikinya dengan format dan kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang lain.

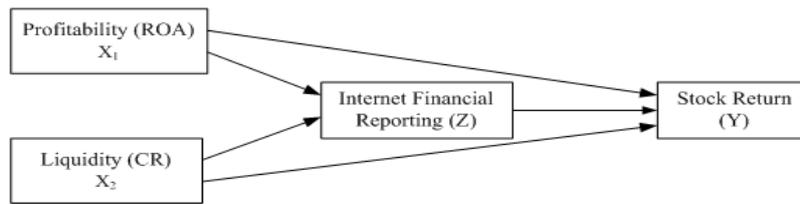
Budisusetyo, dan Almilia (2011) melakukan survey dan temuan survei menunjukkan bahwa sifat pengungkapan pelaporan keuangan internet sangat bervariasi di seluruh perusahaan. Beberapa situs web hanya berisi iklan produk dan layanan. Sebagian besar pelaporan keuangan terbatas pada pdf, yang terlihat persis seperti laporan tahunan berbasis kertas. Selain itu, hasilnya memiliki implikasi penting bagi semua pihak yang terlibat dalam pengembangan pelaporan keuangan internet dan juga menunjukkan jalan untuk penelitian lebih lanjut.

Peraturan mengenai pelaporan keuangan melalui internet di Indonesia telah diatur dalam peraturan yang dikeluarkan oleh Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (BAPEPAM-LK) dengan Peraturan No. X.K.6 Tahun 2012 tentang penyampaian laporan tahunan emiten atau perusahaan publik. Dalam peraturan tersebut menyatakan bahwa setiap emiten atau perusahaan publik yang telah memiliki laman (*website*) sebelum berlakunya peraturan ini, wajib memuat laporan tahunan pada laman (*website*) tersebut. Bagi emiten atau perusahaan publik yang belum memiliki laman (*website*), maka dalam jangka waktu 1 (satu) tahun sejak berlakunya peraturan ini, emiten atau perusahaan publik tersebut wajib memiliki laman (*website*) yang memuat laporan tahunan.

Adanya peraturan tersebut diharapkan mampu mendorong perusahaan-perusahaan yang telah memiliki website untuk segera menerapkan IFR dan memanfaatkannya dengan baik. Pelaporan keuangan menjadi lebih cepat dan mudah dengan menggunakan IFR, sehingga informasi yang disajikan dapat diakses oleh siapa pun, kapan pun dan dimana pun. Selain itu, penyebarluasan informasi keuangan melalui internet dapat meningkatkan relevansi sebuah informasi. Penggunaan IFR dapat memberikan image yang baik bagi perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mampu memanfaatkan teknologi dan tidak tertinggal oleh perkembangan zaman. Pengungkapan laporan keuangan dengan menggunakan IFR dapat meningkatkan transparansi dan mengurangi asimetri informasi antara pihak internal dan pihak eksternal perusahaan.

Menurut Kieso, Weygandt dan Kimmel (2015) rasio profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur pendapatan atau keberhasilan operasi dari sebuah perusahaan untuk periode waktu tertentu. Dalam penelitian ini rasio profitabilitas diprosikan dengan *Return on Assets (ROA)*. *Return on Assets (ROA)* merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan.

Menurut Kieso et al. (2015) rasio likuiditas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan jangka pendek perusahaan untuk membayar kewajibannya yang telah jatuh tempo dan memenuhi kebutuhan kas yang tak terduga (di luar prediksi perusahaan). Dalam penelitian ini rasio likuiditas diukur menggunakan *Current Ratio (CR)*. *Current Ratio (CR)* merupakan rasio yang menunjukkan sejauh mana aktiva lancar menutupi kewajiban jangka pendek.



Gambar 2. Model Penelitian

Berdasarkan tujuan dan penelitian terkait yang sudah dijelaskan pada bab terdahulu, maka model penelitian ini terlihat seperti pada Gambar 2.

Berdasarkan Gambar 2, maka hipotesis yang dibangun adalah:

H₁ (Y): Profitabilitas, Likuiditas dan *Internet Financial Reporting* berpengaruh terhadap Return Saham

H₂ (Z): Profitabilitas dan Likuiditas berpengaruh terhadap *Internet Financial Reporting*

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di indeks LQ45 selama periode 2016-2018. Penentuan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Adapun kriteria pengambilan sampel adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan yang terdaftar di Indeks LQ45 selama periode 2016-2018.
2. Perusahaan yang terdaftar di Indeks LQ45 bukan subsector perbankan, karena perhitungan analisis rasio berbeda.
3. Perusahaan yang terdaftar di Indeks LQ45 mempublikasikan laporan tahunan selama periode 2016-2018.
4. Perusahaan yang terdaftar di Indeks LQ45 mempublikasikan laporan keuangan menggunakan mata uang dalam satuan rupiah selama periode 2016-2018.
5. Perusahaan yang terdaftar di Indeks LQ45 yang memiliki website resmi dan dapat diakses

Tabel 1 menjelaskan definisi operasional dan pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu variabel dependen adalah *return* saham, variabel independen adalah profitabilitas yang diukur dengan ROA dan likuiditas yang diukur dengan CR, serta intervening variabel yaitu IFR.

Prosedur Penelitian dan Teknik Analisis

Tahapan utama dalam penelitian ini adalah dimulai dengan mengumpulkan data sekunder yang berupa laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan. Data yang digunakan adalah laba bersih, total aktiva, total aktiva lancar, total hutang lancar dan harga penutupan saham per lembar (*closing price*) yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id. Kemudian dilakukan analisis deskriptif. Setelah itu dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi dan uji linearitas. Setelah lolos uji asumsi klasik, maka tahap terakhir adalah mengolah data dengan menggunakan analisis jalur.

Adapun persamaan structural dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 Z + \varepsilon \quad (1)$$

$$Z = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon \quad (2)$$

Tabel 1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

No	Variabel	Definisi	Pengukuran	Skala Pengukuran
1.	Return saham (Y)	Return saham adalah hasil yang diperoleh dari investasi saham.	$Ri_t = \frac{Pi_t - Pi_{t-1}}{Pi_{t-1}}$ (Jogiyanto, 2017, p.284)	Rasio
2.	Profitabilitas (X ₁)	Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan di masa mendatang.	$Return\ on\ Assets = \frac{Net\ Profit}{Total\ Assets} \times 100\%$ (Brigham & Houston, 2013, p.148)	Rasio
3.	Likuiditas (X ₂)	Likuiditas adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek.	$Current\ Ratio = \frac{Current\ Assets}{Current\ Liabilities}$ (Kasmir, 2015, p.134)	Rasio
4.	<i>Internet Financial Reporting</i> (Z)	<i>Internet financial reporting</i> adalah pelaporan keuangan perusahaan melalui internet.	$IFR\ Index = \frac{\sum\ Company\ score}{\sum\ Maximum\ score}$ (Prasetyaningsih, 2018)	Rasio

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel berikut menyajikan hasil analisis statistik deskriptif variabel penelitian *Return on Asset* (ROA), *Current Ratio* (CR), *Internet Financial Reporting* (IFR) dan Rata-Rata Return Saham (ASR) yang mencakup nilai maksimum, nilai minimum, rata-rata (*mean*) dan standar deviasi.

Pada Tabel 2 terlihat bahwa nilai *internet financial reporting* tertinggi sebesar 0.903 terdapat pada PT. Aneka Tambang Tbk di tahun 2018 dan nilai IFR terendah sebesar 0.584 terdapat pada PT. Bumi Serpong Damai Tbk. tahun 2016. Nilai rata-rata IFR sebesar 0.73811 dengan standar deviasi 0.069655. Standar deviasi yang lebih kecil dari nilai rata-rata menunjukkan sebaran variabel data yang kecil atau tidak adanya

Tabel 2. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	Minimum	Maximum	Mean	Std Dev
ROA	-22,911	46,660	9,04554	10,750587
CR	0,316	5,455	1,99099	1,283213
IFR	0,584	0,903	0,73811	0,069655
ASR	-0,034	0,020	-0,00488	0,011106

Tabel 3. Hasil Uji Regresi ROA, CR dan IFR terhadap ASR

	Unstandardized Coefficient		Standard Coefficients beta	t	Sig
	B	Std. Error			
(constant)	-.020	.012		-1,697	.093
ROA	.000	.000	.216	2.102	.038
CR	.000	.001	.014	.140	.889
IFR	.018	.016	.112	1.114	.268

kesenjangan yang cukup besar dari persentase IFR terendah dan tertinggi. Nilai rata-rata return saham sebesar -0.00488 dan standar deviasi 0.011106. Hal ini berarti nilai standar deviasi lebih besar dari nilai rata-rata menunjukkan bahwa data dalam variabel ini mempunyai sebaran yang besar, sehingga simpangan data dapat dikatakan tidak baik dan terdapat beberapa *outlier* (data yang terlalu ekstrim).

Berdasarkan uji normalitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* pada persamaan pertama dan kedua adalah sebesar 0.200 dan 0,105. Hal ini berarti nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($\alpha = 5\%$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Analisis Jalur

Tahapan olah data dengan teknik analisis jalur yang pertama dilakukan adalah mencari nilai signifikansi dan koefisien regresi dari pengaruh langsung variabel ROA, CR dan IFR terhadap Return Saham. Output dari SPSS adalah sebagai berikut:

Berdasarkan Tabel 3, maka hasil pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

Variabel profitabilitas (ROA) memiliki nilai Sig. $0.038 < 0.05$ yang artinya profitabilitas (ROA) berpengaruh terhadap return saham, sedangkan koefisien regresinya adalah sebesar 0.216. Variabel likuiditas (CR) memiliki nilai t hitung $< t$ table yaitu $0,140 < 1,984$ dengan nilai Sig. $0,889 > 0,05$ yang artinya likuiditas (CR) tidak berpengaruh terhadap return saham, sedangkan koefisien regresinya adalah sebesar 0,014. Variabel *Internet Financial Reporting* (IFR) memiliki nilai t hitung $< t$ table yaitu $1,114 < 1,984$ dengan nilai Sig. $0,268 > 0,05$ yang artinya *internet financial reporting* (IFR) tidak berpengaruh terhadap return saham, koefisien regresinya adalah sebesar 0,112. Dengan demikian dapat dikatakan tidak ada jalur kritis (*critical path*) yang menghubungkan IFR dengan return saham.

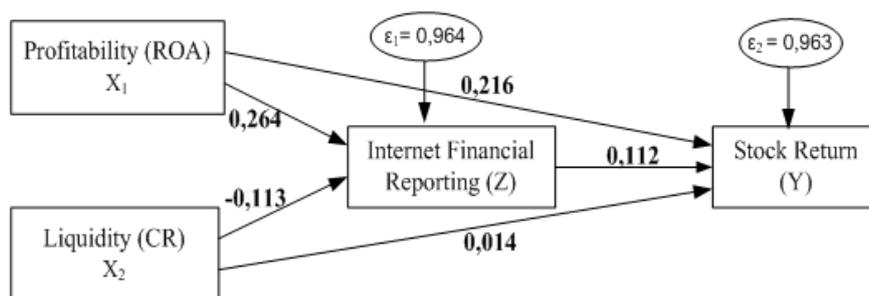
Tahap kedua mencari nilai signifikansi dan koefisien regresi dari pengaruh tidak langsung variabel ROA dan CR terhadap IFR. Output dari SPSS didapat hasil sebagai berikut.

Berdasarkan Tabel 4, maka hasil pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

Variabel profitabilitas (ROA) memiliki nilai Sig. $0.009 < 0.05$ yang artinya profitabilitas (ROA) berpengaruh terhadap IFR, koefisien regresinya adalah sebesar 0.264. Variabel likuiditas (CR) memiliki nilai Sig. $0.255 > 0.05$ yang artinya likuiditas (CR) tidak berpengaruh terhadap IFR, koefisien regresinya adalah sebesar -0.113.

Tabel 4. Hasil Uji Regresi ROA dan CR terhadap IFR

	Unstandardized Coefficient		Standard Coefficients beta	t	Sig
	B	Std. Error			
(constant)	.735	.013		56.749	.000
ROA	.002	.001	.264	2.664	.009
CR	-.006	.005	-.113	-1.144	.255



Gambar 3. Koefisien Regresi Tiap Jalur

Berdasarkan hasil analisis jalur, koefisien regresi setiap jalur dalam model penelitian ini dapat digambarkan seperti pada Gambar 3.

Pembahasan

Profitabilitas Berpengaruh Terhadap *Internet Financial Reporting*

Temuan penelitian ini sejalan dengan teori sinyal yang menyatakan bahwa ketika perusahaan memiliki kinerja yang baik, mereka akan memberikan sinyal positif (*goodnews*) dengan menyebarluaskan informasi perusahaan terutama informasi keuangan untuk meningkatkan kepercayaan investor. Berbeda dengan perusahaan yang memiliki kinerja yang buruk, mereka akan berusaha menyembunyikan *badnews* dan menghindari penggunaan IFR karena hal ini merupakan sinyal negative. Suatu perusahaan memanfaatkan *website* mereka untuk membangun komunikasi yang lebih cepat dan lebih baik dengan mengungkapkan segala informasi penting yang ditujukan pada berbagai pihak, khususnya investor. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi akan menarik minat para investor dengan pelaporan keuangan yang mudah diakses dan berbiaya rendah seperti IFR. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Aly, Simon dan Hussainey (2010) yang menunjukkan adanya pengaruh antara profitabilitas dan IFR.

Likuiditas Tidak Berpengaruh Terhadap *Internet Financial Reporting*

Berdasarkan table analisis deskriptif dapat dilihat bahwa nilai likuiditas terendah sebesar 0,316 terdapat pada perusahaan Tower Bersama Infrastructure Tbk. pada tahun 2018 dengan nilai IFR sebesar 0,726. Sedangkan nilai likuiditas tertinggi sebesar 5,455 terdapat pada perusahaan Lippo Karawaci Tbk. pada tahun 2016 dengan nilai IFR sebesar 0,743. Hal ini menunjukkan bahwa tingginya nilai rasio likuiditas suatu perusahaan tidak berarti bahwa kemungkinan suatu perusahaan melakukan IFR juga tinggi. Begitupun sebaliknya, perusahaan yang memiliki nilai likuiditas rendah tidak berarti bahwa kemungkinan melakukan IFR juga rendah.

Likuiditas tidak berpengaruh terhadap *Internet Financial reporting* karena berdasarkan Peraturan No. X.K.6 Tahun 2012 setiap emiten atau perusahaan publik yang telah memiliki laman (*website*) wajib memuat laporan tahunan pada laman (*website*) tersebut. Perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi maupun rendah tetap dituntut untuk mengungkapkan informasi keuangan kepada pihak eksternal perusahaan. Akan tetapi, berdasarkan data pada table analisis deskriptif nilai rata-rata IFR hanya sebesar 0,738. Hal ini berarti informasi yang disajikan oleh perusahaan masih kurang, perusahaan hanya sekedar memenuhi kewajibannya untuk menerapkan

IFR. Padahal perusahaan telah mengeluarkan biaya yang mahal untuk pengadaan IFR. Alangkah lebih baiknya jika perusahaan memperbaiki kualitas informasi dengan menyajikan informasi selengkap dan seluas mungkin, agar dapat menarik minat para investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aly, Simon dan Hussainey (2010) yang menunjukkan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap IFR.

Profitabilitas Berpengaruh Terhadap Return Saham

Profitabilitas merupakan salah satu rasio yang selalu diperhatikan oleh calon investor sebelum menginvestasikan modalnya di perusahaan tersebut. Bagi para investor, analisis ROA ini sangat penting, karena mereka dapat melihat prospek pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang (Fahmi, 2015). Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi akan mencerminkan kondisi keuangan yang baik. Oleh karena itu, hal ini dapat menjadi daya tarik untuk meningkatkan kepercayaan investor agar dapat menanamkan modalnya di perusahaan tersebut, sehingga harga saham akan mengalami peningkatan dan tentu saja return saham juga akan meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Haghiri (2012), Nandani dan Sudjarni (2017) profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap return saham.

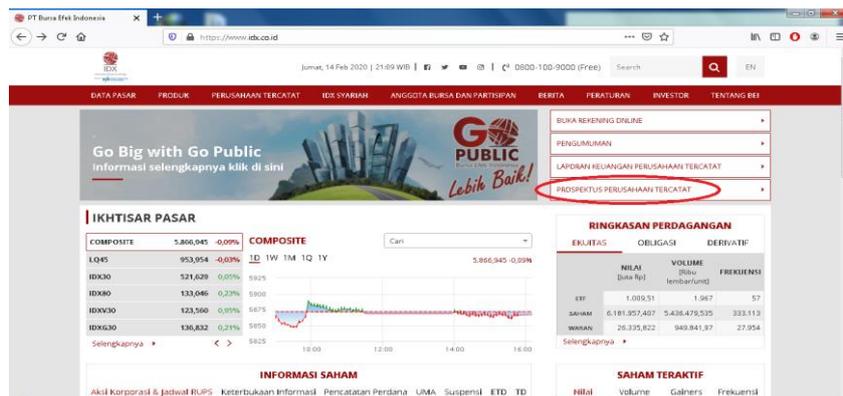
Likuiditas Tidak Berpengaruh Terhadap Return Saham

Likuiditas merupakan suatu rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendeknya. Dalam penelitian ini likuiditas diproksikan dengan *Current Ratio* (CR). Menurut Sugeng (2017) ukuran likuiditas yang umumnya dianggap cukup baik atau memadai dilihat dari rasio lancar adalah 2 atau 200% yaitu dua asset lancar dibanding satu utang lancar atau satu utang lancar dijamin dengan dua asset lancar. Rasio Lancar sebesar 2 sudah dianggap dapat diterima atau "Acceptable".

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel likuiditas yang diproksikan dengan *Current Ratio* (CR) tidak berpengaruh terhadap return saham disebabkan karena tingkat likuiditas pada perusahaan yang terdaftar di Indeks LQ45 selama tahun 2016-2018 berada dalam kondisi baik. Berdasarkan table analisis deskriptif dapat dilihat bahwa nilai rata-rata *current ratio* pada perusahaan yang terdaftar di Indeks LQ45 selama tahun 2016-2018 sebesar 1,99099 yang berarti nilai tersebut mendekati 2. Hal ini menyebabkan nilai *current ratio* tidak diperhatikan lagi oleh para investor karena nilai rata-rata tingkat likuiditas perusahaan yang terdaftar di Indeks LQ45 selama tahun 2016-2018 berada dalam kondisi baik, sehingga para investor melihat factor lain yang dapat mempengaruhi return saham, misalnya rasio profitabilitas. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Susanti (2016) yang menunjukkan bahwa *current ratio* tidak berpengaruh terhadap return saham.

Internet Financial Reporting Tidak Berpengaruh Terhadap Return Saham

IFR tidak mampu memberikan sinyal bagi investor. Padahal informasi yang disajikan dalam website perusahaan memiliki tujuan sebagai bentuk akuntabilitas dan transparansi perusahaan. Hal ini dapat terjadi karena terdapat perbedaan dalam penyajian informasi yang dilakukan oleh perusahaan melalui internet (IFR) dengan informasi yang disajikan dalam *website* resmi Bursa Efek Indonesia.



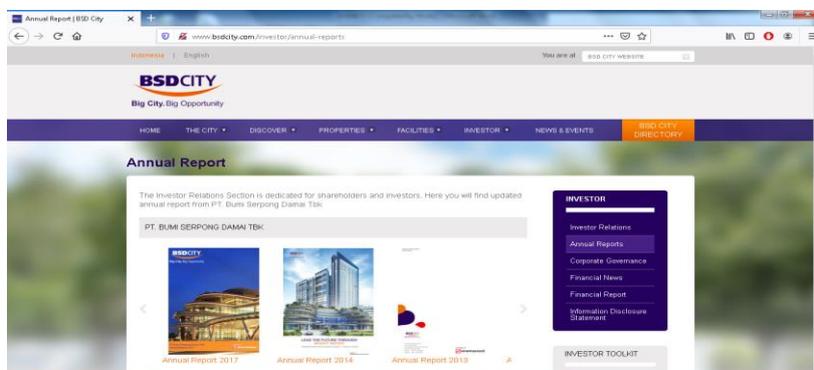
Gambar 4. Tampilan Website Bursa Efek Indonesia

Sumber: www.idx.co.id

Pada Gambar 4. dapat dilihat bahwa dalam website Bursa Efek Indonesia terdapat prospektus dan ringkasan perusahaan tercatat. Hal ini berarti informasi yang disajikan dalam website resmi Bursa Efek Indonesia bersifat singkat, jelas dan padat. Fahmi (2015) menyatakan bahwa para investor adalah mereka yang menerapkan konsep *think fast and decision fast*. Oleh karena itu, para investor cenderung melihat informasi yang disajikan dalam website Bursa Efek Indonesia karena bersifat singkat, jelas dan padat sehingga para investor dapat mengambil keputusan dengan cepat.

Pada Gambar 5. dapat dilihat bahwa dalam contoh tampilan IFR pada perusahaan Bumi Serpong Damai Tbk tidak ada ringkasan atau prospektus mengenai kondisi perusahaan. Pada website tersebut hanya terdapat *Annual Report* dan *Financial Report*. Para investor enggan untuk membaca semua laporan itu karena memiliki jumlah halaman yang banyak. Hal ini akan berdampak pada enggannya investor untuk melirik IFR karena tidak adanya ringkasan atau prospektus mengenai kondisi perusahaan.

Saat ini telah banyak perusahaan yang menggunakan website untuk menyajikan informasi keuangan dan bisnis mereka. Namun, pengungkapan informasi melalui internet ini belum mampu digunakan secara maksimal oleh perusahaan baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Hal ini dikarenakan tidak adanya standar yang mengatur tentang pengungkapan informasi keuangan melalui media internet. Padahal konsep dasar suatu informasi adalah dapat bermanfaat untuk pengambilan keputusan. Hal ini berarti terjadi masalah dalam kualitas informasi yang disajikan dalam website resmi perusahaan.



Gambar 5. Contoh Tampilan Internet Financial Reporting

Sumber: www.bsdcity.com

Alangkah lebih baiknya setiap perusahaan menyediakan rangkuman eksekutif atau ulasan yang mencakup semua informasi termasuk informasi keuangan agar para investor tertarik untuk melihat informasi melalui *website* perusahaan. Kemudian setelah hal ini terjadi dapat meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut, sehingga harga saham akan mengalami peningkatan dan tentu saja return saham juga akan meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maryati (2014) yang menunjukkan bahwa *Internet Financial Reporting* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap return saham perusahaan.

IFR tidak mampu menjadi intervening hubungan antara profitabilitas dan likuiditas terhadap return saham dikarenakan tidak adanya jalur kritis (*critical path*) yang menghubungkan IFR dengan return saham. Hal ini menunjukkan bahwa peran IFR masih kurang dalam memberikan informasi untuk para investor. Investor masih cenderung melihat informasi yang disampaikan oleh Bursa Efek Indonesia.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian pada bagian pembahasan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh langsung hubungan antara profitabilitas dengan return saham. Sedangkan likuiditas dan *Internet Financial Reporting* (IFR) tidak berpengaruh terhadap return saham. Selain itu, terdapat pengaruh tidak langsung hubungan antara profitabilitas dengan IFR, namun likuiditas tidak berpengaruh terhadap IFR. Variabel *Internet Financial Reporting* (IFR) sebagai variabel intervening tidak mampu menjadi intervening hubungan antara profitabilitas dan likuiditas terhadap return saham. Penelitian ini masih dapat dikembangkan dengan menambah variabel independen lainnya yang dapat mempengaruhi return saham seperti faktor makroekonomi yang meliputi inflasi, tingkat suku bunga, dan nilai tukar rupiah.

DAFTAR PUSTAKA

- Aly, D., Simon, J., & Khaled Hussainey, K. (2010). Determinants of corporate internet reporting: Evidence from Egypt. *Managerial Auditing Journal*, 25 (2), 182-202.
- Almilia, L. S (2009). *Analisa komparasi indeks Internet Financial Reporting pada website perusahaan go publik di Indonesia*. Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI) 2009, Yogyakarta.
- Ashbaugh, H., Johnston, K. & Warfield. T. (1999). Corporate reporting on the internet. *Accounting Horizons*. 13(3), 241-257.
- Brigham, E. F., & Houston, J.F (2013). *Dasar-dasar manajemen keuangan: Edisi 11 Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Budisusetyo, S. & Almilia, L. S (2011). Internet financial reporting on the web in Indonesian: not just technical problem. *International Journal of Business Information Systems*, 8(4), 380-395.
- Fahmi, I. (2015). *Analisis laporan keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Fama, E.F. (1970). Efficient capital markets: A review of theory and empirical work. *Journal of Finance*, 25(2), 383-417.
- Haghiri, A., & Haghiri, S. (2012). The investigation of effective factors on stock return with empiris on ROA and ROE ratios in Tehran Stock Exchange (TSE). *Journal of Basic and Applied Scintific Research*, 2(9), 9097-9102.

- Jogiyanto. (2017). *Teori portofolio dan analisis investasi: Edisi Kesebelas*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Kasmir. (2015). *Analisis laporan keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kieso, D. E, Weygandt, J. J & Kimmel, P.D. (2015). *Accounting principles: Edisi 7*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lai, S. C, Lin, C. I., Li, H.C & Wu, F. (2010). An empirical study of the impact of Internet Financial Reporting on stock prices. *The International Journal of Digital Accounting Research*, 10, 1-26.
- Maryati, E. R. (2014). Dampak *Internet Financial Reporting* (IFR) terhadap nilai perusahaan, harga saham dan return saham perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. *Artikel Ilmiah STIE Perbanas Surabaya*. <http://eprints.perbanas.ac.id/420/1/ARTIKEL%20ILMIAH.pdf>. Diunduh pada tanggal 12 November 2019.
- Nandani, I. G. A. I. Y., & Sudjarni, L. K (2017). Pengaruh likuiditas, profitabilitas dan nilai pasar terhadap return saham perusahaan F & B di BEI. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(8), 4481-4509.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2012). Salinan keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Nomor KEP-431/BL/2012 diatur dalam Peraturan No. X.K.6 tentang Laporan Tahunan Emiten atau Perusahaan Publik.
- Prasetya, M., & Irwandi, S.A. (2012). Faktor-faktor yang mempengaruhi pelaporan keuangan melalui internet (*Internet Financial Reporting*) pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *The Indonesian Accounting Review*, 2(2), 151-158.
- Rahardja, P., & Manurung, M. (2014). *Pengantar ilmu ekonomi (Mikroekonomi dan Makroekonomi)*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Spence, M. (1973). Job market signalling. *The Quarterly Journal of Economics*. 87(3), 355-374.
- Sugeng, B. (2017). *Manajemen keuangan fundamental*. Yogyakarta: Deepublish.
- Susanti. (2016). Pengaruh CR dan ROE terhadap *return* saham dengan kebijakan dividen sebagai variabel *intervening*. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 5(3), 228-236.
- Tandelilin, E. (2017). *Pasar modal manajemen portofolio & investasi*. Yogyakarta: Kanisius.

PERAN USAHA MAJU SUKSES BERSAMA (MSB) DALAM MENDUKUNG PERTUMBUHAN EKONOMI INKLUSIF

¹Berliana Anggun Septiani, ²Dwike Chandraderia, ³Triska Andri Arini, ⁴Yulius Pratomo
^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana, Indonesia
Jl. Diponegoro 52-60, Salatiga 50711, Jawa Tengah
¹222016078@student.uksw.edu, ²222016047@student.uksw.edu,
³232016141@student.uksw.edu, ⁴yulius.pratomo@uksw.edu

Abstrak

UMKM memiliki peranan penting dalam perkembangan perekonomian nasional dan penyerapan tenaga kerja. Proporsi UMKM sebesar 99.99% dari keseluruhan pelaku usaha yang ada di Indonesia, hal tersebut menjadikannya sebagai tulang punggung perekonomian dan mitra penting Pemerintah Indonesia dalam mencapai pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Di era digital saat ini UMKM dituntut untuk bisa memanfaatkan peluang ekonomi dan meningkatkan daya saing. Penelitian ini menganalisis bagaimana peran sebuah UMKM berbasis digital yang bernama Maju Sukses Bersama (MSB) dalam mencapai pertumbuhan ekonomi inklusif. Pendekatan yang digunakan yaitu konsep Sustainable Development Goals (SDGs), dari tujuh belas tujuan SDGs, hanya empat yang menjadi konsep penelitian ini. Metode yang digunakan yaitu analisis deskriptif-kualitatif. Pengumpulan data diperoleh melalui wawancara. Hasil penelitian menunjukkan MSB berpotensi untuk dikembangkan dan dapat berperan dalam pertumbuhan ekonomi inklusif di Kota Salatiga. Meskipun belum sepenuhnya tercapai, namun MSB sudah mampu mengarah pada pertumbuhan ekonomi inklusif. MSB mampu berinovasi, meningkatkan peran industri dan pemanfaatan teknologi digital, menciptakan lapangan kerja yang layak. Namun banyak stakeholder yang terlibat hanya dari dalam Kota Salatiga dan peran perempuan masih terlalu rendah, sehingga MSB belum mampu secara signifikan mengurangi kesenjangan antar wilayah. Karenanya dibutuhkan pengembangan usaha ke luar Salatiga, agar dampak positif MSB juga dapat dirasakan wilayah lain.

Kata Kunci: pertumbuhan ekonomi inklusif, teknologi digital, UMKM

Abstract

UMKM (SMEs) have an important role in developing national financial sector and strengthening the workforce. With a proportion of 99.99% of total business in Indonesia, this places UMKM as the backbone and important partner of the Government of Indonesia in achieving inclusive economic growth. In the current digital era, UMKM are demanded to be able to take advantage of access to economic opportunities and increase competitiveness in facing existing challenges. This study tries to explore the case of digital-based UMKM, namely Maju Sukses Bersama (MSB), in supporting inclusive economic growth using four concepts out of the seventeen concepts contained in the Sustainable Development Goals (SDGs). The method used in this research is descriptive-qualitative. Then, the data for analysis are obtained through interviews at the MSB Store, Salatiga City. The results show that MSB needs to be developed to support the achievement of inclusive economic growth in Salatiga City. The reason is that MSB is able to innovate, increase the role of industry and utilize digital technology, and create decent jobs. However, this development needs to pay attention to the weaknesses of MSB such as the low involvement of stakeholders outside Salatiga City and the low role of women. These weaknesses reduce MSB's ability to support reducing disparities between

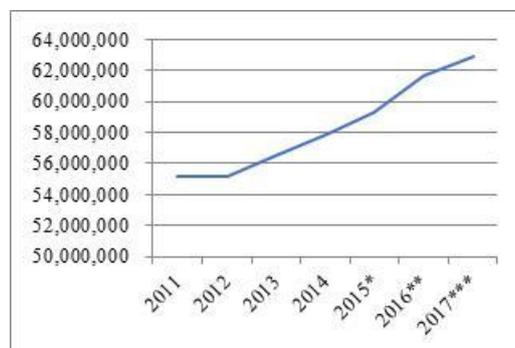
regions and gender. Therefore, business development outside Salatiga is needed so that the positive impact of MSB can also expand to other regions.

Keywords: digital technology, inclusive economic growth, UMKM

PENDAHULUAN

Bagi Indonesia, UMKM selama ini dipercaya dapat mengurangi adanya ketimpangan, baik ekonomi maupun sosial. Selain itu UMKM juga menjadi salah satu prioritas dalam agenda pembangunan Indonesia, dengan berkaca dari fenomena krisis 1998, dimana UMKM lebih mampu bertahan jika dibandingkan dengan sektor lain (Wulansari, Wahyu, & Kurniawan, 2017). Saat ini, jumlah aktivitas UMKM terus meningkat. Hal tersebut didorong oleh adanya paket stimulus ekonomi oleh Presiden Joko Widodo pada tahun 2015, serta dengan adanya peningkatan kemampuan dalam berusaha (*ease of doing business/EoDB*) (Krisnawati, 2018). Selain itu, kondisi demografi Indonesia juga turut mendukung. Indonesia merupakan Negara yang luas dengan total wilayah 1,905 million km². Dengan jumlah penduduk sebanyak 253,609,643 jiwa (tahun 2014) Indonesia menempati urutan keempat di dunia. Sebagian besar penduduk Indonesia pada tahun 2018 merupakan penduduk usia muda dengan proporsi 67.6 persen dan sebagian dengan usia produktif (15-64 tahun) sebanyak 179.13 juta jiwa (Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas), 2018). Kondisi demografi seperti ini membantu menaikkan produktivitas yang tinggi sehingga memberikan keuntungan kepada Indonesia dalam upaya mencapai pertumbuhan ekonomi inklusif. Oleh sebab itu UMKM memiliki peranan dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi yang inklusif.

Riset-riset sebelumnya menunjukkan bahwa peranan UMKM dalam pertumbuhan ekonomi inklusif dapat terjadi melalui empat *channel*, yakni peningkatan kesetaraan gender, peningkatan pertumbuhan ekonomi dan pekerjaan yang layak, peningkatan industri dan inovasi, serta pengurangan kesenjangan ekonomi. Dari *channel* kesetaraan gender, di Indonesia pemberdayaan perempuan erat kaitannya dengan UMKM. Peran perempuan pada UMKM mencapai 70%. Hal tersebut menunjukkan kontribusi perempuan dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia sangat besar. Untuk memaksimalkan pemberdayaan ekonomi perempuan, pemerintah bekerja sama dengan pihak swasta, dengan memberikan pelatihan, peningkatan kemampuan serta perluasan



Gambar 1. UMKM di Indonesia Periode 2011-2017

Sumber : Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (2017)

akses teknologi (Publikasi dan Media Kementerian Pemberdayaan Perempuan & dan Perlindungan Anak, 2019).

Berikutnya dari *chanel* pertumbuhan ekonomi dan pekerjaan yang layak, UMKM menjadi salah satu pilar penyangga dalam mendukung pertumbuhan perekonomian, ketersediaan lapangan kerja, serta kesempatan kerja yang berkualitas. Setiap unit UMKM dapat menciptakan lebih banyak serapan tenaga kerja bila dibandingkan dengan industri besar, dan memberikan kontribusi pada PDB (Lie & Kis, 2008). Hal ini dibuktikan pada beberapa kasus krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia, dimana UMKM menjadi salah satu sektor yang dapat bertahan (Syamsulbahri, 2018).

Dari *chanel* industri dan inovasi, di tengah dinamika perkembangan teknologi, UMKM dituntut untuk kreatif dan inovatif agar berdaya saing tinggi. Salah satunya yaitu dengan memanfaatkan *financial technology (Fintech)*. Dengan terkoneksi internet, UMKM dapat menjangkau banyak daerah sekaligus, dan melakukan penjualan produk dan pembayaran melalui media sosial. Sumber daya yang produktif dan dimanfaatkan secara optimal serta dialokasikan secara merata dapat mendorong perbaikan dan pengurangan kesenjangan (Wulansari, Wahyu, & Kurniawan, 2017). Hal ini selaras dengan Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional (2015) tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2015-2019 dalam rangka untuk menghasilkan pertumbuhan bagi kemakmuran rakyat secara berkelanjutan.

Sementara itu, dari *chanel* pengurangan kesenjangan, peran UMKM guna meningkatkan pertumbuhan ekonomi inklusif semakin dapat dirasakan dampaknya, yakni dengan munculnya berbagai ide bisnis dengan memanfaatkan teknologi dan bekerja sama dengan para pelaku UMKM yang membantu dalam peningkatan pendapatan masyarakat dan pengentasan kemiskinan. Menurut Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) (2019) adanya kolaborasi antara UMKM dengan industri-industri besar yang mapan, dan didukung dengan pemanfaatan teknologi oleh masyarakat mampu menjadi cara yang efektif dalam menanggulangi pengangguran dan kesenjangan ekonomi di Indonesia.

Sebagian besar penelitian yang telah dilakukan sebelumnya menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi di era digital yang optimal dapat membantu pengembangan UMKM dalam perekonomian Indonesia. Alasannya, dengan perdagangan berbasis *online*, lingkup pemasaran menjadi tidak ada batasan secara geografis, yang mana dapat memberikan peluang besar untuk terciptanya pasar lebih meluas (Amelia, Prasetyo, & Maharani, 2017). Akan tetapi riset terdahulu juga mengindikasikan bahwa sebagian besar UMKM belum memanfaatkan ekonomi digital. Minimnya pengetahuan pelaku UMKM mengakibatkan sulitnya mendapatkan solusi teknologi yang tepat karena para pelaku UMKM tidak memiliki staf khusus yang ahli di bidang teknologi serta banyaknya ragam produk teknologi, sehingga membuat para pelaku UMKM bingung untuk menemukan solusi yang sesuai (Febriyantoro & Arisandi, 2018). Selain itu, penelitian sebelumnya juga belum banyak mengupas tentang peranan UMKM dalam konteks ekonomi digital dalam mendukung pertumbuhan ekonomi inklusif melalui empat *chanel* sebagaimana yang telah dijelaskan. Oleh sebab itu, dalam penelitian ini, peneliti ingin menganalisis UMKM yang telah memanfaatkan teknologi digital dalam kaitannya dengan peningkatan pertumbuhan ekonomi inklusif.

Di Kota Salatiga terdapat UMKM yang telah memanfaatkan teknologi digital dalam pengembangan usahanya, yaitu Maju Sukses Bersama (MSB). Diawali dengan penjualannya yang hanya di toko dengan memanfaatkan *Microsoft Excel* dalam perhitungan penjualan, lalu dikembangkan dengan memanfaatkan *website*, dan terus

dikembangkan hingga saat ini MSB telah memiliki aplikasi sendiri yang dapat diunduh di *PlayStore*. UMKM tersebutlah yang menjadi objek dalam penelitian ini. MSB ini bergerak di bidang jasa penyediaan barang kebutuhan pokok.

Penelitian ini selanjutnya bertujuan mengkaji peran MSB di era digital terhadap pertumbuhan ekonomi inklusif melalui empat *chanel*, yakni kesetaraan gender, pertumbuhan ekonomi dan pekerjaan yang layak, industri dan inovasi, serta dalam mengurangi kesenjangan. Diharapkan penelitian ini dapat digunakan untuk pemerintah dalam merumuskan kebijakan terkait dengan upaya pencapaian pertumbuhan inklusif melalui UMKM. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan pelaku UMKM dalam upaya meningkatkan dan mengembangkan usahanya.

KERANGKA TEORI

Untuk dapat mencapai tujuan penelitian yang dikehendaki, studi ini menekankan perhatian pada beberapa konsep kunci. Konsep-konsep tersebut adalah SDGs, UMKM, ekonomi digital, pertumbuhan ekonomi inklusif, dan UMKM Digital yang Mendorong Ekonomi Inklusif. Selanjutnya konsep-konsep kunci tersebut dijelaskan sebagai berikut.

Konsep SDGs

SDGs merupakan bentuk kesepakatan global antar anggota-anggota Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) dalam rangka menyempurnakan *Millenium Development Goals* (MDGs) guna melaksanakan pembangunan yang inklusif serta berkelanjutan (Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional & Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, 2018). SDGs memiliki tujuh belas tujuan. Dari ketujuh belas tujuan tersebut, terdapat empat tujuan yang menjadi fokus dalam penelitian ini, mengingat keempatnya adalah empat isu penting dalam pencapaian pertumbuhan ekonomi inklusif di Indonesia, yakni:

1. Kesetaraan Gender (poin 5 SDGs).
Bertujuan untuk mencapai kesetaraan gender dan memberdayakan kaum ibu dan perempuan.
2. Pertumbuhan Ekonomi dan Pekerjaan yang Layak (poin 8 SDGs).
Dengan mendukung perkembangan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif, lapangan kerja yang penuh dan produktif, serta pekerjaan yang layak untuk semua orang.
3. Industri dan Inovasi (poin 9 SDGs).
Mendorong peningkatan industri yang inklusif dan berkelanjutan serta mendorong inovasi.
4. Mengurangi Kesenjangan (poin 10 SDGs).
Bertujuan untuk mengurangi kesenjangan baik didalam negara maupun terhadap negara lain (Ishartono & Raharjo, 2015).

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional (Bank Indonesia, 2011). Terdapat beberapa kriteria yang harus

dipenuhi oleh sebuah usaha, terkait dengan kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan agar dapat dikalsifikasikan sebagai bagian dari UMKM. Tabel 1 menyajikannya.

Ekonomi Digital

Ekonomi digital merupakan salah satu pertanda adanya perkembangan dan pertumbuhan ekonomi. Hal tersebut ditandai dengan semakin pesatnya penggunaan internet pada perkembangan bisnis ataupun transaksi perdagangan. Penggunaan internet tersebut digunakan untuk sarana berkomunikasi, kolaborasi dan bekerja sama antar perusahaan atau individu (Fitriano, 2008).

Pertumbuhan Ekonomi Inklusif

Pertumbuhan ekonomi inklusif adalah pencapaian pertumbuhan ekonomi yang positif dan dapat menciptakan peluang ekonomi yang dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat (Balai Statistik Daerah (BAPPEDA DIY) dan Badan Pusat Statistik Provinsi DIY, 2016). Isu-isu kunci dalam pertumbuhan ekonomi inklusif adalah kemiskinan, partisipasi, kolaborasi serta adanya jaringan kerja, oleh karena itu pengurangan kemiskinan merupakan hal yang diperhatikan dalam upaya pembangunan ekonomi inklusif. Kebijakan yang disusun haruslah kebijakan yang menciptakan ekonomi yang berkualitas, serta kebijakan yang dapat mengurangi kemiskinan. Kebijakan tersebut tetap harus memperhatikan prinsip efisiensi biaya, produktivitas, serta daya saing yang tinggi.

UMKM Digital yang Mendorong Ekonomi Inklusif

Pemanfaatan teknologi digital yang optimal dapat membantu pengembangan UMKM di Indonesia. Meski hanya dengan modal yang kecil, UMKM digital mampu membantu memperluas jangkauan usaha, dari yang mulanya hanya pada wilayah sekitar UMKM menjadi semakin meluas ke wilayah lain (Krisnawati, 2018) sehingga UMKM memiliki peran dalam upaya pembangunan nasional (Putriana, 2012).

Untuk menganalisis UMKM digital yang mampu berperan dalam pembangunan ekonomi inklusif di Salatiga, peneliti meneliti sebuah UMKM yang bernama MSB.

Sebagaimana yang telah diungkapkan sebelumnya, SDGs memiliki 17 tujuan. Empat tujuan diantaranya memiliki keterkaitan dengan pembangunan inklusif, yaitu kesetaraan gender, pertumbuhan ekonomi dan pekerjaan yang layak, industri dan inovasi serta pengurangan kesenjangan (Ishartono & Raharjo, 2015). Oleh karena itu penulis menganalisis MSB berdasarkan indikator-indikator dari empat tujuan SDGs tersebut.

Tabel 1. Kriteria UMKM

Uraian	Kriteria	
	Kekayaan Bersih (Tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha)	Hasil Penjualan Tahunan
Usaha Mikro	Maksimal Rp50.000.000,00	Maksimal Rp300.000.000,00
Usaha Kecil	> Rp50.000.000,00 sampai Rp500.000.000,00	>Rp300.000.000,00 sampai Rp2.500.000.000,00
Kriteria Usaha Menengah	>Rp500.000.000,00 sampai Rp10.000.000.000,00	>Rp2.500.000.000,00 sampai Rp50.000.000.000,00

Sumber : Sekretariat Negara Republik Indonesia (2008)

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Berdasarkan persoalan penelitian dan tujuan penelitian yang telah diungkapkan, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, penulis menganalisa fenomena, mengumpulkan informasi, lalu menyajikan hasil penelitian tersebut (Ling, 2013) sehingga data yang diperoleh lebih lengkap, mendalam, kredibel dan bermakna. Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari 2019 di Kota Salatiga.

Jenis Data dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data sekunder dan data primer. Data sekunder diperoleh dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah yang berupa data UMKM di Indonesia Periode 2011-2017, sedangkan data primer didapatkan dari seorang informan yang merupakan pemilik sebuah usaha yang tergolong ke dalam UMKM yang bernama MSB.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah melalui penelusuran pustaka-pustaka yang relevan dan melalui wawancara (*interview*). Dengan durasi wawancara 57.49 menit, dari hasil wawancara tersebut, dilakukan penyusunan transkrip, guna pemadatan fakta penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM menjadi salah satu lokomotif dalam peningkatan kondisi perekonomian suatu wilayah ataupun negara. *The Global Entrepreneurship and Development Institute (GED)*, USA telah merilis *Global Entrepreneurship Index* Tahun 2017. Dalam indeks tersebut disebutkan bahwa Indonesia menempati peringkat ke-90 dari 137 negara. Indonesia mengalami peningkatan dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu peringkat ke-103 dari 132 negara. Tantangan perekonomian saat ini adalah ketidakpastian, sehingga dalam peningkatan peran UMKM perlu digali kembali potensi-potensi yang ada, perlu dipersiapkan langkah-langkah yang strategis dan perlu dioptimalkan untuk peningkatan pertumbuhan perekonomian masyarakat.

Sebagaimana yang telah disinggung, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam menyangga perekonomian masyarakat Indonesia. UMKM menjadi salah satu sarana dalam mengentaskan kemiskinan melalui penyerapan tenaga kerja akibat angkatan kerja yang tidak terserap dalam dunia kerja. UMKM juga berperan dalam pemerataan perekonomian masyarakat guna mendorong pertumbuhan perekonomian nasional. Dari peristiwa pada tahun 1998 ketika terjadi krisis global yang melanda dunia pada sektor ekonomi, hanya sektor UMKM yang mampu bertahan dari kolapsnya perekonomian, sementara sektor yang lebih besar justru tumbang oleh krisis tersebut. Oleh karena itu UMKM cukup besar berperan dalam pertumbuhan perekonomian khususnya di Indonesia. Walaupun demikian pengembangan UMKM masih relatif lambat, terutama dalam hal peningkatan produksi dan daya saing usaha (Saleh & Hadiyat, 2016).

Profil Maju Sukses Bersama (MSB)

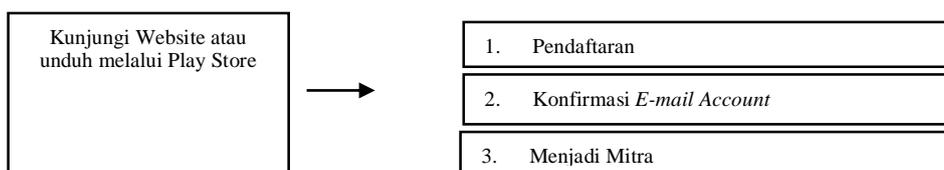
MSB adalah salah satu dari sekian banyak UMKM yang ada di Indonesia. MSB berdiri pada bulan Juli 2018 di Kota Salatiga, yang didirikan oleh Pak Joy (nama tidak disamarkan). Pada awal MSB dirintis, produk yang dijual pada saat itu hanya sebatas beras, gula, dan minyak goreng. Yang menjadi pembeda MSB dengan UMKM lain, yaitu setiap mitra yang bergabung dengan MSB akan mendapatkan bonus 1 persen dari keuntungan yang didapat dari setiap pembelian produk yang ditawarkan, hal tersebut menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumennya. Pada awal berdiri, MSB menggunakan *Microsoft Excel* untuk perhitungan penjualan maupun pembagian hasil dengan para konsumennya. Lambat laun, usaha milik Pak Joy terus berkembang dengan jumlah konsumen yang terus meningkat hingga mencapai 56 konsumen. Barulah pada bulan November 2018 Pak Joy bekerja sama dengan Pak Hans (nama disamarkan) guna mengembangkan MSB. Di bulan yang sama, MSB meluncurkan *Website* MSB dengan alamat “MajuSuksesBersama.com” untuk mempermudah penjualan. Seiring waktu, produk yang dijual semakin beragam dengan semakin banyak penambahan produk yang dijual.

Tidak berhenti disitu, MSB terus dikembangkan pengelolaannya karena jika hanya menggunakan *WebSite* saja hal tersebut dirasa kurang efisien. Pada bulan Desember 2018, MSB meluncurkan aplikasi di *PlayStore* agar konsumen lebih mudah untuk mengaksesnya. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Amelia *et al.* (2017) dimana UMKM perlu terus dikembangkan, salah satunya dengan inovasi E-UMKM sebagai media pemasaran produk UMKM. Meskipun sudah merilis aplikasi di *PlayStore*, Pak Joy juga masih melayani pembelian melalui *Website*, dan barang yang ditawarkannya pun sama, antara di aplikasi dan di *Website*.

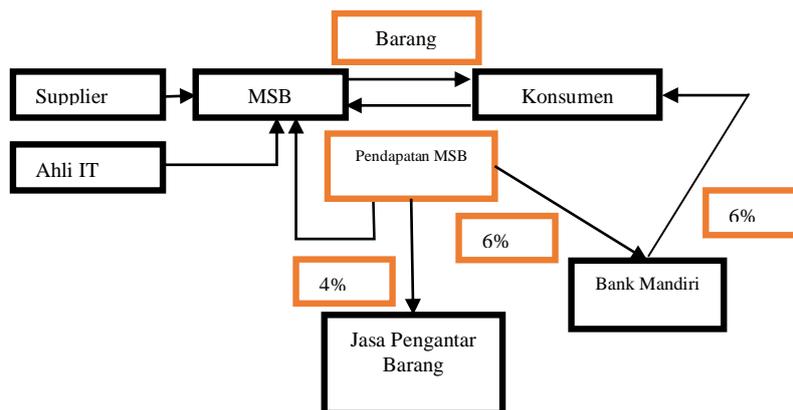
Teknik pengelolaan usaha yang digunakan dalam MSB ini meliputi beberapa tahapan, yaitu tahap input data produk ke web, tahap pendataan mitra yang bergabung (lihat Gambar 2.) dan tahap pengiriman barang. Setiap konsumen yang hendak membeli barang, harus mengunduh aplikasi MSB dari *PlayStore* atau mengakses alamat web yang tersedia, lalu melakukan registrasi akun tanpa dipungut biaya. Akun tersebut adalah akun di Bank Mandiri yang telah didaftarkan oleh Pak Joy setelah pendaftaran. Pada akun yang telah terdaftar, terdapat beberapa menu, diantaranya menu pembelian barang, dan menu keuntungan setelah bergabung. Keuntungan yang didapatkan akan ditransfer ke rekening pribadi konsumen setiap bulannya.

Ekonomi Digital dalam perspektif SDGs

Di era globalisasi saat ini, pelaku usaha yang dapat memanfaatkan konektivitas dengan baik akan lebih eksis di persaingan global. Salah satunya adalah mereka yang dapat memanfaatkan internet dan teknologi informasi (Saleh & Hadiyat, 2016). MSB merupakan terobosan baru untuk memasarkan produk UMKM yang berbasis online. MSB sendiri sebenarnya hampir menyerupai sistem pemesanan barang atau jasa secara online. Setiap mitra yang bergabung akan mendapatkan *link* untuk digunakan dalam



Gambar 2. Alur Pendaftaran Menjadi Mitra di MSB



Gambar 3. Mekanisme MSB

transaksi pembelian produk dan mengundang konsumen lain untuk bergabung. Lihat Gambar 3.

Maju Sukses Bersama (MSB) merupakan salah satu UMKM yang berperan dalam upaya pembangunan ekonomi. Hal tersebut didasarkan pada hasil wawancara yang dituturkan oleh Pak Joy (Pemilik MSB) berikut:

“Maju Sukses Bersama itu maksudnya supaya nanti kami, pelanggan-pelanggan dan saya, dengan adanya perusahaan ini dapat merasakan manfaatnya bersama-sama, dalam arti ke arah “maju bersama”.

Hal tersebut memperkuat dugaan penulis terkait dengan MSB yang dapat berperan dalam mendukung pembangunan inklusif di Indonesia. Di Indonesia saat ini, UMKM menjadi salah satu usaha yang potensial untuk mendorong perkembangan perekonomian Indonesia (Anggraeni, Hardjanto, & Hayat, 2013). UMKM dapat menciptakan kesempatan kerja, distribusi pendapatan, pengurangan kemiskinan serta pembangunan perekonomian (Putriana, 2012) sehingga dengan meningkatnya UMKM dapat menyerap lebih banyak tenaga kerja. Hal ini dapat terlihat dari yang ditunjukkan oleh MSB. Gambaran awal peran MSB tersebut selanjutnya dijabarkan secara terperinci pada bagian berikutnya.

MSB dalam Konteks SDGs

Indikator-indikator dari tujuan SDGs yang relevan dengan pertumbuhan ekonomi inklusif diantaranya adalah kesetaraan gender, pekerjaan yang layak dan pengurangan kesenjangan, dan industri dan inovasi. MSB dalam konteks tersebut mengambil peran sebagai berikut.

Kesetaraan Gender

Di usaha MSB, terdapat peran laki-laki maupun perempuan. Namun pembagian peran tersebut tidak didasari dengan perjanjian maupun ketentuan secara khusus. Sistem kerja yang diterapkan MSB yaitu *fleksible*, yakni tidak ada perjanjian maupun kontrak kerja. Seperti halnya pada jasa pengantar barang, MSB memperkerjakan tukang ojek konvensional dan juga tukang ojek online. Hal ini diungkapkan oleh Pak Joy berikut ini:

“Tidak terikat, dengan tujuan agar lebih nyaman dan lebih mudah dibandingkan dengan diterapkannya timer. Siapapun yang mau mengantar order ya dipersilahkan, nantinya mendapatkan bayaran. Ada banyak rekan ojek yang pada mangkal di sini, siapapun yang mau mengantarkan ya silahkan, yang awalnya belum punya pekerjaan dan ingin mendapatkan komisi atau pendapatan”

Umumnya para tukang ojek tersebut sudah mengerti dengan baik bahwa MSB selalu ramai pembeli, sehingga mereka selalu mangkal di sekitar Toko MSB untuk siap setiap saat mengantarkan pesanan. Oleh karenanya MSB tidak pernah kekurangan tukang ojek untuk mengantarkan berbagai barang MSB. Terhitung hingga saat ini jumlah tukang ojek yang bekerja sama dengan Pak Joy sebanyak 3 orang. Pembagian hasil kepada tukang ojek diberikan secara tunai setelah mengantar barang, dengan besaran 4 persen dari total harga produk yang mereka antar.

Pembayaran produk MSB dapat dilakukan secara tunai ataupun transfer. Namun, hingga saat ini semua konsumen membayar secara tunai yang secara langsung dibayarkan kepada para pengirim barang. Masing-masing pengantar dapat mengantarkan barang lebih dari satu konsumen dalam sekali kirim karena hal tersebut dirasa lebih efektif.

Namun demikian, pada jasa pengiriman barang, semua pekerja sampai saat ini dikerjakan oleh laki-laki. Padahal tidak menutup kemungkinan MSB juga dapat mempekerjakan perempuan pada jasa pengantar barang. Dominasi pekerja laki-laki karena sampai saat ini belum ada pelamar kerja perempuan pada bagian pengantar barang MSB.

Meskipun demikian, peran perempuan mendominasi pada bagian pembelian barang. Hal tersebut sangat berperan penting karena pada setiap pembelian barang, disitulah mulai adanya pergerakan ekonomi, dimana setiap pembelian barang mulai menggerakkan semua *stakeholder* yang terlibat. Lihat Gambar 3.

MSB menyerap banyak konsumen perempuan, mengingat pembelian produk dilakukan guna pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Penyerapan tersebut mencapai 96% dalam tiga tahun berturut-turut. Besarnya presentase peran perempuan menunjukkan bahwa MSB mampu memberdayakan kaum ibu dan perempuan dengan pembagian/pemberian keuntungan dalam kegiatan usaha MSB. Dengan kolaborasi peran perempuan dan laki-laki mampu meningkatkan kegiatan jual beli di MSB. Hal tersebut tentunya mendatangkan keuntungan untuk MSB, dimana semakin banyak kebutuhan konsumen, semakin intens juga pembelian yang dilakukan dan semakin memperbanyak arus uang yang ada di MSB. Dengan komisi yang didapatkan per bulan tersebut tentunya membantu para konsumen untuk menggunakan kembali uang yang didapat untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan rumah tangga. Dan tidak menutup kemungkinan, komisi yang didapatkan oleh para konsumen akan kembali lagi kepada MSB, melalui kegiatan jual beli yang dilakukan oleh konsumen. Siklus tersebut terus berputar dan menguntungkan semua *stakeholder* baik laki-laki maupun perempuan.

Hal tersebut searah dengan tujuan SDGs poin 5, dimana SDGs berupaya meningkatkan peran perempuan. Namun sayangnya, peran perempuan di MSB sampai saat ini hanya pada bagian konsumen saja. Cara lain dalam mencapai poin ke-lima SDGs juga dapat dicapai dengan mengakhiri segala bentuk diskriminasi perempuan, yang dapat dicapai dengan pemberian hak kepada wanita dalam pengambilan keputusan (Ling, 2013). Namun sayangnya di MSB peran perempuan belum cukup sentral,

sehingga perempuan hanya mampu melakukan pengambilan keputusan sebagai konsumen saja. Padahal cara pandang perempuan dan laki-laki cukup berbeda, terlebih MSB bergerak pada pemenuhan kebutuhan barang sehari-hari, dimana perempuan sangat paham dengan hal tersebut. Sehingga sangat disayangkan apabila berbagai cara pandang perempuan tersebut tidak tersampaikan dengan baik di MSB. Oleh sebab itu, diperlukan partisipasi perempuan dalam pengembangan usaha MSB yang dapat dilakukan dengan mengkolaborasikan cara pandang dan strategi antara laki-laki dan perempuan.

Pekerjaan yang Layak dan Pengurangan Kesenjangan

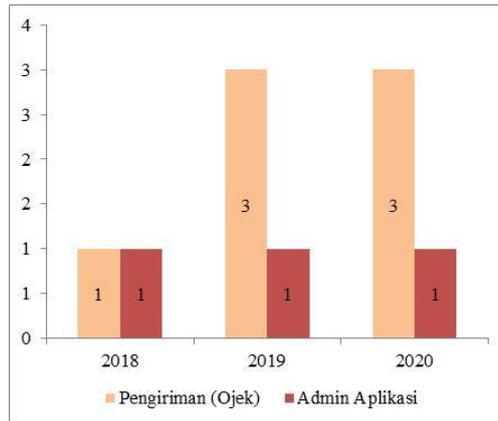
Dalam suatu usaha atau bisnis, kesejahteraan dan kenyamanan konsumen menjadi salah satu hal yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha guna keberlangsungan dan kemajuan usaha tersebut. Salah satu hal yang berbeda di MSB yaitu dalam hal tujuan, dimana tujuannya yaitu pihak yang terkait diharapkan mendapatkan peningkatan kesejahteraan. Pemilik MSB sudah pasti diuntungkan karena dengan berjalannya MSB ini dan banyaknya konsumen yang berbelanja maka terdapat pemasukkan yang diperoleh pemilik serta keuntungan yang diperoleh dapat dibagi-bagikan dengan jasa pengirim barang dan konsumen. Jasa pengirim barang memperoleh keuntungan yaitu pekerjaan yang layak dan mendapatkan pembagian 4%, meskipun rata-rata hanya sebagai pekerjaan sampingan, mereka tetap menunggu di depan toko MSB jika memang ada barang yang perlu untuk diantarkan.

Bukan hanya pemilik dan pengirim barang saja yang diuntungkan dengan adanya MSB. Setelah melakukan pembelian, konsumen masih mendapatkan untung, selain mendapatkan barang yang dibeli, ia juga akan mendapatkan 1 persen dari total harga pembelian. Sistem pembagian hasil terhadap konsumen yaitu dengan membagikan 6 persen untuk setiap 6 konsumennya. Hal ini diungkapkan oleh narasumber sebagai berikut:

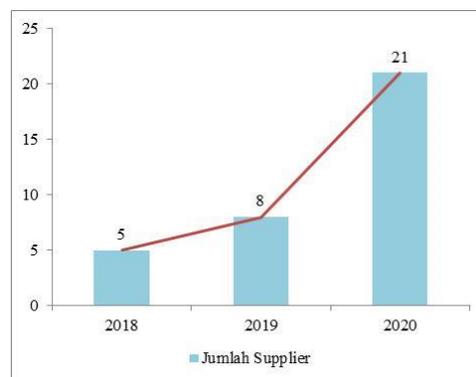
“Setiap satu produk yang terjual, saya berikan 6% untuk 6 orang, dengan kata lain satu orang mendapat 1%. Network tersebut biasa kami namakan 6 generasi atau 6 level”

Tabel 2. Perbandingan Konsumen Laki-Laki dan Perempuan

Tahun	Konsumen Perempuan	Konsumen Laki-Laki	Total	Presentase Perempuan	Presentase Laki-Laki	Total
2018	54	2	56	96.43%	3.57%	100.00%
2019	97	4	101	96.04%	3.96%	100.00%
2020	165	6	171	96.49%	3.51%	100.00%



Gambar 4. Jumlah Tenaga Kerja di MSB



Gambar 5. Jumlah Supplier MSB

Sistem pembagian hasil di MSB diatur bercabang 1 kepala dengan 6 cabang. Kepala tersebut bertugas untuk mengkoordinir keenam cabangnya untuk selalu belanja di MSB dengan tujuan agar selalu mendapatkan keuntungan 1 persen setiap pembelian. Sebab meskipun hanya satu orang berbelanja di MSB maka rekan secabangnya juga akan mendapatkan 1 persen.

Keuntungan juga diperoleh *supplier*. Ditunjukkan pada Tabel 2 yang menunjukkan peningkatan konsumen. Dengan meningkatnya jumlah konsumen, maka MSB semakin berkembang sehingga penambahan produk yang ditawarkan dan perbaikan sistem dapat menarik minat konsumen. Dengan sendirinya maka semakin banyak juga produk yang dibutuhkan dari berbagai *supplier*.

Peningkatan permintaan pada usaha MSB meningkatkan jaringan kerja dengan beberapa *supplier*. Hal tersebut ditunjukkan pada Gambar 5. Peningkatan tersebut cukup tinggi, yakni 60 persen pada tahun 2019 dan 162,5 persen pada tahun 2020.

Sebagian besar produk penjualan MSB didapatkan dari *supplier* melalui salesman yang mendatangi Toko Pak Joy untuk menawarkan produknya. Namun juga terdapat *supplier* yang menggunakan teknologi digital dalam menawarkan produknya, terdapat satu *supplier* yang sampai saat ini menjadi pemasok MSB yaitu Kalbe Farma. Konsep penjualan Kalbe Farma dengan menampilkan jumlah produk yang tersedia per item, mempermudah Pak Joy saat kulakan. Tidak hanya itu, MSB juga kulakan dari UMKM, seperti Kecap Lele.

Dengan adanya permintaan barang pada MSB akan menyebabkan *Backward Linkage* pada usaha-usaha lain. *Backward Linkage* yaitu keterkaitan terhadap sektor-sektor lain yang turut menyumbang input (Soleh & Darwanto, 2012). *Backward linkage*

MSB mampu mendatangkan pendapatan untuk para supplier. Saat MSB melakukan peningkatan permintaan terhadap para *supplier*, pihak *supplier* pun dapat memberikan dampak positif dengan menyerap banyak tenaga kerja dan meningkatkan kerjasamanya juga dengan pihak-pihak yang terlibat, sehingga jika ditarik secara *backward linkage* MSB memberikan banyak keuntungan. Secara total MSB memiliki 21 *supplier*, salah satu *suppliernya* adalah Kecap Lele yang juga merupakan UMKM, sehingga dapat dikatakan bahwa semakin berkembangnya MSB juga dapat mendorong perkembangan UMKM yang terlibat.

Hal ini tentu sangat membantu perekonomian. Dengan semakin banyak tenaga kerja yang terserap tentu semakin meningkat jumlah masyarakat yang berpenghasilan. Dengan demikian, dapat meningkatkan juga daya beli masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidup. Apabila hal tersebut terus menerus terjadi, maka ketimpangan akan semakin menyempit. Hal tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (2017) dimana penyerapan tenaga kerja meningkat menjadi 97.02 persen pada tahun 2017. Begitupun Kontribusi UMKM terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) yang mengalami peningkatan menjadi 60.34 persen dalam kurun waktu lima tahun terakhir (Kementerian Perindustrian, 2018).

Merata atau tidaknya pembagian penghasilan negara dicerminkan dengan distribusi pendapatan nasional (Sasana, 2009). Di negara berkembang masih banyak terjadi kesenjangan, seperti halnya di Indonesia, kesenjangan dapat disebabkan karena adanya kemiskinan, dan kemiskinan dikarenakan kurangnya pendapatan. MSB merupakan UMKM yang berusaha berperan dalam pengurangan ketimpangan, dengan menciptakan lapangan kerja dan menyerap beberapa *stakeholder*.

Dengan sistem yang mampu melibatkan dan memberikan keuntungan kepada banyak *stakeholder*, hal tersebut menjadi daya saing yang dimiliki oleh MSB. MSB mampu memperluas akses dan kesempatan. Selain itu, MSB juga membawa masyarakat untuk memanfaatkan teknologi digital, seperti dengan membuka rekening untuk para konsumen MSB, sehingga jumlah masyarakat yang menggunakan jasa perbankan juga akan meningkat. Hal tersebut tentu juga menguntungkan pihak perbankan. Meskipun demikian fokus MSB dalam penyediaan barang kebutuhan pokok masih dibatasi yaitu hanya di Kota Salatiga. Hal itu dikarenakan pemilik ingin lebih fokus mengembangkan usahanya di dalam Kota Salatiga terlebih dahulu, setelah manajemen dirasa cukup kuat, barulah membuka agen ke luar area Kota Salatiga. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa tujuan SDGs poin ke 10 kurang tercapai, mengingat cakupan MSB yang hanya di Kota Salatiga, dan MSB hanya berperan dalam pengentasan kesenjangan didalam Salatiga. Itu artinya dampaknya belum meluas ke wilayah lain. Dampak luar wilayah hanya dirasakan oleh beberapa *supplier* saja, sehingga MSB belum mampu mengentaskan kesenjangan antar wilayah.

Industri dan Inovasi

Dengan terus dikembangkannya MSB mulai dari sistem manual menggunakan Microsoft Excel, hingga kini memiliki aplikasi sendiri di *PlayStore* (MSB Online), MSB terus dikembangkan baik dari kuantitas jenis produk yang ditawarkan maupun sistem aplikasi yang digunakan. Pada saat menggunakan sistem manual, MSB semula mampu menawarkan berbagai jenis produk bahan pokok. Jumlah penawaran yang ditawarkan tersebut semakin berkembang menjadi MSB Shopping, MSB PPOB (*Payment Point Online Bank*) dan MSB Pay saat menggunakan aplikasi. Dengan

menggunakan MSB Pay, konsumen dapat menggunakan pembelian pulsa, pembelian token listrik, pembayaran tagihan BPJS, transfer saldo antar MSB Pay dan aktivitas lain.

Penggunaan aplikasi juga bermanfaat dalam mengelola pemasaran seperti terungkap dari hasil wawancara sebagai berikut: “*Biar penangannya tidak semrawut. Kalau dibaca semrawut nanti tidak laku*”.

Meskipun hingga sampai saat ini MSB hanya melayani pengiriman di dalam Salatiga saja, namun hal tersebut tidak menutup kemungkinan untuk pengembangan keluar Salatiga, hal tersebut akan dilakukan saat semua sistem dirasa kuat, baik secara manajemen maupun secara teknologi. Secara manajemen, saat ini sistem belum kuat karena belum mempekerjakan admin khusus. Sementara itu, secara teknologi sistem saat ini belum kuat karena belum ada penyederhanaan proses pendaftaran/aktivasi agar dapat dijangkau oleh semua kalangan baik muda maupun tua.

Salah satu hal yang dinilai unggul adalah upaya memanfaatkan *networking* yang semula kebanyakan secara konvensional (*offline*) menjadi digital (*online*) (Amelia et al., 2017). Cara berjejaring secara online yang dilakukan oleh MSB lebih unggul daripada yang sebelumnya dilakukan oleh MSB secara *offline*. Keunggulan tersebut adalah pengusaha dapat secara langsung mengetahui jumlah stok produk yang ditawarkan oleh *supplier*, sehingga dapat melakukan pembelian setiap saat, begitu juga dengan pembayaran yang dilakukan secara transfer dirasa lebih efisien dan mempersingkat waktu. Begitu juga aplikasi MSB yang dapat mempermudah dalam berjejaring terhadap konsumennya. Konsumen dapat melakukan pembelian dan pembayaran secara digital.

Penggunaan aplikasi oleh MSB juga meningkatkan level aktivitas usaha MSB. Bagi konsumen MSB, hal ini menjadi peluang untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk yang ditawarkan dan bagi MSB sendiri penggunaan aplikasi mengubah cara perdagangan semakin meluas dengan tidak adanya batasan secara geografis dapat bertransaksi melalui internet. Penggunaan aplikasi oleh MSB membantu konsumen memperoleh informasi harga di pasar sehingga membantu pasar bekerja secara lebih efisien karena mengurangi distorsi harga di kalangan konsumen. Bagi MSB sendiri, penggunaan aplikasi memberikan informasi mengenai gambaran pasar yang berminat pada produk-produk MSB

Untuk dapat terus melayani konsumen dengan baik, saat ini di MSB terus ditambahkan produk-produk lain yang sering dikonsumsi oleh masyarakat. Semula, MSB menawarkan produk-produk seperti beras, gula, minyak goreng dan garam. Sekarang, MSB menambahkan produk-produk seperti air minum, teh, kopi, tepung, kecap dan lain-lain. Dan dalam mendukung usaha ini jika ada komplain, respon dari pengelola MSB ini diperhatikan. Sebagai contoh, komplain mengenai kualitas beras. Jika ditata dan dikelola dengan baik maka selain memberikan kenyamanan, maka juga akan memberikan rasa keamanan. Dalam hal ini konsumen merasa lebih terjaga dan sangat diperhatikan. Kenyamanan yang dirasakan oleh konsumen yaitu dalam hal kemudahan akses, sedangkan keamanan yang dirasakan oleh konsumen yaitu kualitas produk yang baik dan kebutuhan dapat terpenuhi dengan pengiriman belanjaan secara langsung ke rumah konsumen.

Dengan pengembangan inovasi yang terus dilakukan, MSB memberikan pengaruh positif terhadap omset yang pemilik dapat. Pemilik mengaku bahwa untuk setiap kali inovasi sistem yang ia terapkan mampu menaikkan pendapatan (pendapatan = omset – biaya-biaya). Pendapatan MSB pada tahun 2018-2020 memiliki tren meningkat, yakni dengan omset 360 juta/tahun dan nilai tersebut terus meningkat tiap tahun. Sampai saat ini belum ada kendala yang berarti di MSB. Sejauh ini, MSB menghadapi kendala

lainnya seperti keluhan konsumen mengenai kualitas produk. Kendala ini dapat terselesaikan. Namun terdapat juga kendala-kendala lain, yaitu kendala dalam perekrutan ataupun dalam mempekerjakan karyawan, kendala dalam mengembangkan aplikasi MSB, serta kendala dalam pemenuhan order dari konsumen karena terkadang produk yang ditawarkan habis, sedangkan apabila mendapatkan/membeli dari *supplier* lain (diluar *supplier* tetap) *supplier* tersebut menetapkan harga yang berbeda (lebih tinggi dari *supplier* tetap). Hal ini berimbas pada keuntungan yang diperoleh MSB.

Toko MSB mengembangkan usaha dengan inovasi teknologi yang diperkenalkan melalui *google*, *microsoft*, dan *PlayStore*. Toko MSB sendiri berpotensi untuk terus dikembangkan, karena memiliki pertumbuhan yang cenderung meningkat yang dapat dilihat dari peningkatan jumlah konsumen dan penjualan, sehingga model usaha MSB ini diharapkan mampu menjadi salah satu pilar ekonomi masyarakat dimasa mendatang. Semula, konsumen MSB berjumlah 56 orang, dimana jumlah tersebut kini meningkat 205.36 persen. Sementara itu dari sisi penjualan, peningkatannya biaya-biaya yang dikeluarkan. Kedua fakta ini memenuhi karakteristik pilar ekonomi dari sisi jumlah konsumen dan penjualan, yakni produk yang ditawarkan oleh MSB mampu diterima dengan baik oleh masyarakat (konsumen).

Selanjutnya, MSB telah berperan dalam mendukung industri melalui teknologi digital di Kota Salatiga, tercermin dari peningkatan peran industri MSB serta kemampuannya menciptakan lapangan pekerjaan. Penggunaan teknologi digital bertujuan untuk peningkatan efisiensi. Efisiensi di sini adalah efisiensi waktu dimana konsumen dapat melakukan belanja *online* sembari melakukan aktivitas lain. Dengan penggunaan teknologi digital pula produk belanjaan dapat diantar sesuai dengan alamat pemesanan tanpa harus mendatangi lokasi penjualan. Kekuatan lain yang dimiliki MSB adalah bahwa sebagian besar usaha masih memiliki hubungan pekerjaan seperti hubungan kekeluargaan dan bermasyarakat dalam lingkungan yang terjalin dengan kompak. Hubungan ini menarik karena menurut teori pasar para pelaku di pasar tidak diasumsikan saling mengenal secara dekat atau memiliki hubungan kekerabatan. Dari hubungan yang harmonis akan menambah relasi sehingga mendapat dukungan untuk dapat memperkenalkan MSB lebih luas, baik dalam menjalin kerja sama ataupun menjalin pengadaan pasar sehingga menciptakan loyalitas. Hal tersebut selaras dengan tujuan SDGs poin 9 dalam upaya meningkatkan industri yang inklusif dan berkelanjutan serta mendorong inovasi.

SIMPULAN DAN SARAN

MSB merupakan sebuah UMKM yang memanfaatkan teknologi digital dan berpotensi untuk mendukung pertumbuhan ekonomi inklusif melalui empat *chanel* yang dapat diurutkan dari yang berperan paling besar ke yang berperan paling kecil. Peran MSB terbesar adalah pada poin Industri dan Inovasi (poin 9 SDGs), dimana MSB mampu memanfaatkan teknologi digital. Peran berikutnya yaitu pada poin Pertumbuhan Ekonomi dan Pekerjaan yang Layak (poin 8 SDGs) karena MSB mampu menciptakan lapangan kerja melalui kerjasamanya dengan 21 *supplier*. Peran selanjutnya adalah pada poin Kesetaraan Gender (poin 5 SDGs) dimana MSB memberdayakan kaum perempuan (proporsi 96% dari total konsumen) dengan pembagian keuntungan saat pembelian, meskipun peran perempuan tersebut hanya sebagai konsumen. Peran terkecil yang dimainkan oleh MSB yaitu dalam mengurangi kesenjangan (poin 10 SDGs). Hal ini karena cakupan MSB hanya di Salatiga, sehingga belum mampu mengurangi

kesenjangan antar wilayah. Untuk dapat membantu mengurangi kesenjangan antar wilayah inovasi sistem digital, jaringan kerja, penyerapan tenaga kerja perempuan pada berbagai tingkatan pembagian kerja, dan wilayah usaha MSB perlu ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, M. N., Prasetyo, Y. E., & Maharani. (2017). E-Umkm: Aplikasi pemasaran produk UMKM berbasis Android sebagai strategi meningkatkan perekonomian Indonesia. *Prosiding SNATIF Ke-4, 1*, 11–16. Retrieved from <https://jurnal.umk.ac.id/index.php/SNA/article/view/1238/857>
- Anggraeni, F. D., Hardjanto, I., & Hayat, A. (2013). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui fasilitas pihak eksternal dan potensi internal. *Jurnal Administrasi Publik, 1*(6), 1286–1295. Retrieved from <http://administrasipublik.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jap/article/view/195>
- Balai Statistik Daerah (BAPPEDA DIY) dan Badan Pusat Statistik Provinsi DIY. (2016). Analisis pertumbuhan ekonomi inklusif Daerah Istimewa Yogyakarta 2011-2015. In E. N. Afifah & Y. S. Susilo (Eds.), *Laporan Akhir BAPPEDA DIY* (2011th–2025th ed.). Retrieved from <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwivhMHlu93pAhWMA3IKHf4nACEQFjAGegQIBxAB&url=http%3A%2F%2Fbappeda.jogjaprov.go.id%2Fdataku%2Fpublikasi%2Fdownload%2F20&usg=AOvVaw3tcrKAo38reKYYa9LQd7K>
- Bank Indonesia. (2011). UMKM sehat bikin ekonomi kuat. *Bank Indonesia*, pp. 1–8. Retrieved from https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=7&ved=2ahUKEwiA7dT-r_XjAhVGSX0KHZxvDkAQFjAGegQIBRAC&url=https%3A%2F%2Fwww.bi.go.id%2Fid%2Fpublikasi%2Fgerai-info%2FDocuments%2F2817f2a2ea1d430483e14bff0a3b1134GIed13_apr2011_1ow.pdf&usg=AOvVaw0
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan digital marketing bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah pada era masyarakat ekonomi ASEAN. *JMD: Jurnal Manajemen Dewantara, 1*(2), 62–76. Retrieved from <https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/article/viewFile/175/128>
- Fitriyono, R. A. (2008). Kebijakan formulasi hukum pidana dalam melindungi transaksi e-commerce di Indonesia. *Jurnal Law Reform, 6 No 1*. Retrieved from https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=17&ved=2ahUKEwj80-Kat_XjAhViH7cAHQUhDGUQFjAQegQIAxAC&url=https%3A%2F%2Fmedia.neliti.com%2Fmedia%2Fpublications%2F108424-ID-none.pdf&usg=AOvVaw2jL3E8esZBkinhQETtIgF9
- Ishartono, & Raharjo, S. T. (2015). Sustainable Development Goals (SDGs) dan pengentasan kemiskinan. *Social Work Jurnal, 6*, 154–272. Retrieved from https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUKEwjP0YDD48XnAhV4_XMBHdVGAVUQFjAAegQIAhAB&url=http%3A%2F%2Fjurnal.unpad.ac.id%2Fshare%2Farticle%2Fdownload%2F13198%2F6032&usg=AOvVaw0Ciz-NwX3TvW8815z5r25o
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (2017). Data UMKM. Retrieved

- from <http://www.depkop.go.id/data-umkm>
- Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas). (2015). *Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2015 Tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2015-2019* (Vol. 1). Retrieved from <https://www.bappenas.go.id/id/data-dan-informasi-utama/dokumen-perencanaan-dan-pelaksanaan/dokumen-rencana-pembangunan-nasional/rpjp-2005-2025/rpjmn-2015-2019/>
- Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas). (2018). Jumlah penduduk Indonesia mencapai 265 juta jiwa. *Databoks*, 1. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/05/18/2018-jumlah-penduduk-indonesia-mencapai-265-juta-jiwa>
- Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas). (2019). IDF 2019: Modernisasi UMKM atasi permasalahan masyarakat, bantu perekonomian Nasional. *Kementerian PPN/Bappenas*, 1. Retrieved from <https://www.bappenas.go.id/id/berita-dan-siaran-pers/idf-2019-modernisasi-umkm-atasi-permasalahan-masyarakat-bantu-perekonomian-nasional/>
- Krisnawati, D. (2018). Peran perkembangan teknologi digital pada strategi pemasaran dan jalur distribusi UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(1). Retrieved from <http://ojs.ekonomiunkris.ac.id/index.php/JMBK/article/view/175/pdf>
- Lie, L., & Kis, I. (2008). Mendorong pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dengan program Â program berbasis Knowledge Management. *Dinamika Ekonomi*, 1(1), 11–13. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/24484-ID-mendorong-pertumbuhan-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-dengan-program-program-berb.pdf>
- Ling, A. (2013). Pengelolaan dan pengembangan usaha pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi deskriptif pada Rumah Makan Palem Asri Surabaya). *AGORA*, 1(1), 1-8.
- Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional, & Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Nasional. (2018). Peraturan Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2018 Tentang Koordinasi, Perencanaan, Pemantauan, Evaluasi dan Pelaporan Pelaksanaan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan. Retrieved from <http://sdgs.bappenas.go.id/kerangka-hukum-koordinasi-pemantauan-evaluasi-dan-pelaporan-pelaksanaan-tujuan-pembangunan-berkelanjutan-tpbsdgs-permen-ppnkepala-bappenas-no-72018/>
- Publikasi dan Media Kementerian Pemberdayaan Perempuan, & dan Perlindungan Anak. (2019, October). Papua New Guinea belajar pemberdayaan ekonomi perempuan dari Indonesia. *Kementerian Pemberdayaan Perempuan Dan Perlindungan Anak Republik Indonesia*, 1–2. Retrieved from <https://kemenpppa.go.id/index.php/page/read/29/2377/papua-new-guinea-belajar-pemberdayaan-ekonomi-perempuan-dari-indonesia>
- Putriana. (2012). Strategi penanggulangan kemiskinan melalui pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, Vol 15(2). Retrieved from <http://ejournal.uinsuska.ac.id/index.php/Kutubkhanah/article/view/235>
- Salah, B & Hadiyat, Y. D. (2016). Penggunaan teknologi informasi di kalangan pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah di daerah perbatasan (Studi di Kabupaten Belu Provinsi Nusa Tenggara Timur). *Pekommas*, 1(2), 141–152. Retrieved from

- <https://media.neliti.com/media/publications/222344-none-bcda91dc.pdf>
- Sasana, H. (2009). Analisis dampak pertumbuhan ekonomi, kesenjangan antar daerah dan tenaga kerja terserap terhadap kesejahteraan di Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, 16(1), 50-69.
- Sekretariat Negara Republik Indonesia. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pub. L. No. 20, Otoritas Jasa Keuangan (2008). Retrieved from <https://www.ojk.go.id/sustainable-finance/id/peraturan/undang-undang/Pages/Undang-Undang-Republik-Indonesia-Nomor-20-Tahun-2008-Tentang-Usaha-Mikro,-Kecil,-dan-Menengah.aspx>
- Soleh, A., & Darwanto. (2012). Kontribusi dan daya saing ekspor sektor unggulan dalam perekonomian Jawa Tengah. *Diponegoro Journal of Economics*, 1(1), 1–13. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jme/article/view/145>
- Syamsulbahri, D. (2018). UMKM dalam perspektif pembiayaan inklusif di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 26(1), 59–76. <https://doi.org/10.14203/jep.26.1.2018.59-76>
- Wulansari, N., Wahyu, & Kurniawan, Y. (2017). Akselerasi pertumbuhan ekonomi melalui sinergi UMKM dan good governance di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call For Paper Ekonomi Dan Bisnis*, 262–268. Retrieved from <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/prosiding/article/download/6719/4875/>

PENGARUH *CUSTOMER SERVICE*, *LOCATION*, *STORE DESIGN*, DAN *PRICE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN

Dandy Kurnia

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma
Jl. Margonda Raya 100 Pondok Cina Depok Jawa Barat Indonesia
dandykurnia@staff.gunadarma.ac.id

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh customer service, location, store design, dan price terhadap keputusan pembelian konsumen. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah unit analisis individu, yaitu konsumen pada Transmart Carrefour Cilandak. Penelitian ini menggunakan 100 orang responden konsumen Transmart Carrefour Cilandak yang dilakukan dengan purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dikumpulkan secara online dengan menggunakan skala likert 1-5. Data dianalisis dengan menggunakan model regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel customer service dan price tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Transmart Carrefour Cilandak. Variabel location dan store design berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Transmart Carrefour Cilandak. Variabel customer service, location, store design, dan price layak untuk dimasukkan ke dalam model keputusan pembelian pada Transmart Carrefour Cilandak.

Kata Kunci: *Customer Service, Location, Price, Store Design, Keputusan Pembelian*

Abstract

The purpose of this study is to analyze the effect of customer service, location, store design, and price on consumer purchasing decisions. The object used in this study is an individual analysis unit, namely consumers in the Cilandak Carrefour Transmart. This study used 100 respondents of Cilandak's Transmart Carrefour consumers who conducted the purposive sampling. Data was collected through a questionnaire that was collected online using a Likert scale of 1-5. Data were analyzed using the multiple linear regression model. The results showed that the customer service and price variables had no effect on purchasing decisions on the Cilandak Carrefour Transmart. Location and store design variables influence purchasing decisions on Cilandak's Carrefour Transmart. Variable customer service, location, store design, and price worthy for inclusion in the model purchase decisions on Carrefour Transmart Cilandak.

Keywords: *Customer Service, Location, Price, Store Design, Purchase Decision*

PENDAHULUAN

Semakin ketatnya persaingan di bidang usaha ritel membuat para pengusaha harus kreatif. Usaha ritel atau *Retailing* menurut Berman dan Evans (2010) adalah kegiatan usaha yang terlibat dalam penjualan barang dan jasa untuk penggunaan pribadi mereka, keluarga, atau rumah tangga. Saat ini, konsumen memiliki banyak pertimbangan dan menjadi lebih cermat dalam berbelanja. Kemajuan teknologi dan informasi juga merubah gaya hidup masyarakat dan pergeseran positif kemampuan daya beli mereka.

Konsumen saat ini hidup dengan berbagai macam kebutuhan dan produsen akan berusaha memenuhi kebutuhan.

Dengan pertumbuhan ekonomi yang kian pesat, sejalan dengan bertambahnya pusat perbelanjaan. Hal ini mengakibatkan banyaknya retailer yang bermunculan dan membuat persaingan di bidang usaha ritel kian ketat. Para pelaku usaha kini dituntut tidak hanya menjual barang dan jasa saja, tetapi juga harus mengetahui strategi-strategi apa yang dapat dilakukan agar dapat menarik perhatian pasar dan mendapatkan konsumen.

Salah satu perusahaan ritel yang berusaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen adalah Transmart Carrefour. Transmart hadir dengan konsep baru berbelanja, di mana terdiri dari area *electronic pro*, *breadshop*, *mom & baby*, serta *food & fashion beauty* dalam satu kawasan terintegrasi yang disebut sebagai “Transmart Carrefour”. Agar dapat bersaing, Transmart Carrefour harus punya strategi pemasaran yang baik dan harus dapat memenuhi kebutuhan serta memuaskan kebutuhan para konsumennya. Dengan strategi matang, diharapkan dapat menarik konsumen sehingga konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian. Pada usaha ritel modern seperti Transmart Carrefour, penerapan strategi *retail mix* mempunyai pengaruh yang besar terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Melisa (2012) menyebutkan bahwa *retail mix* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh Hamid, Usman, dan Susetyohadi (2014) juga mendukung penelitian sebelumnya bahwa *retail mix* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Beberapa strategi yang ada pada *retail mix* adalah *Customer Service*, *Location*, *Store Design*, dan *Price*.

Banyak sekali faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian baik itu pembelian barang maupun jasa. Sangat penting bagi pelaku usaha ritel untuk mempelajari dan menguasai perilaku konsumen dalam keputusan pembelian agar berguna dalam menentukan strategi pemasaran apa yang akan digunakan. Perpaduan dari strategi tersebut diharapkan dapat menjadikan Transmart Carrefour menjadi salah satu ritel *store* yang dapat bersaing dengan usaha ritel lainnya dan menjadi salah satu pilihan konsumen untuk berbelanja memenuhi kebutuhannya.

Penelitian ini dilakukan pada Transmart Carrefour Cilandak yang berdiri sejak tahun 2016. Transmart Carrefour Cilandak merupakan salah satu cabang dari Transmart Carrefour yang berlokasi di Jakarta Selatan. Dipilihnya objek ini karena Transmart Carrefour Cilandak berlokasi di kawasan yang strategis dan perusahaan ini menerapkan strategi yang unik untuk menarik minat konsumen, yaitu design store yang menggabungkan antara *one stop shopping* dan *family entertainment*. Keberadaan arena bermain dengan beragam fasilitas menjadi *icon* tersendiri bagi Transmart Carrefour Cilandak yang tidak dimiliki perusahaan ritel sejenis.

Penelitian ini dilakukan untuk mengukur pengaruh *customer service*, *location*, *store design*, dan *price* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Transmart Carrefour Cilandak. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan retail modern lainnya dalam memahami konsep manajemen dan pemasaran retail modern dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen.

KERANGKA TEORI

Definisi *Retailing* dan *Retailing Mix*

Menurut Berman dan Evan (2010), penjualan eceran (*Retailing*) adalah tingkat terakhir dari proses distribusi, yang di dalamnya terdapat aktivitas bisnis dalam penjualan barang atau jasa kepada konsumen. Menurut Levy dan Weitz (2009), *retail mix* adalah alat yang digunakan untuk mengimplementasikan, menangani perkembangan strategi *retail* yang dapat digunakan untuk memuaskan kebutuhan dari target market lebih baik dari pada kompetitor. Elemen dalam *retail mix* terdiri dari *location, merchandise assortments, pricing, customer service, store design and display, dan communication mix*. Dalam penelitian ini elemen *retail mix* yang digunakan sebagai variabel adalah sebagai berikut:

Customer service

Menurut Levy dan Weitz (2009), *customer service* adalah serangkaian kegiatan dan program yang dilakukan oleh retailer untuk membuat pengalaman belanja lebih bermanfaat bagi para pelanggan mereka. Ada 5 persepsi yang dapat digunakan untuk mengevaluasi *customer service*, yaitu dengan menggunakan *service quality*, diantaranya: (a) *Tangible* (berwujud), merupakan tampilan dari fasilitas fisik, peralatan, personil, dan material komunikasi; (b) *Reliability* (kehandalan), merupakan kemampuan untuk melakukan pelayanan secara terpercaya dan akurat, seperti melakukan pelayanan sesuai dengan SOP atau yang telah di kontrakkan; (c) *Responsiveness* (daya tanggap), merupakan kerelaan untuk membantu konsumen dan menyediakan layanan yang cepat, seperti menjawab pertanyaan dan melayani permintaan konsumen segera; (d) *Assurance* (kepastian), merupakan pengetahuan dan kesopanan dari karyawan dan kemampuan mereka untuk menyampaikan kepercayaan dan kenyamanan, seperti mempunyai tenaga penjual yang telah sepenuhnya dilatih; (e) *Empathy* (empati), mengacu pada kepedulian, penyediaan perhatian khusus kepada konsumen, seperti pelayanan personal atau pengenalan dengan nama.

Location

Dalam mengevaluasi dan memilih tempat secara spesifik, retailer perlu menyadari tiga faktor penting yang dapat mempengaruhi konsumen untuk datang, yaitu: karakteristik dari tempat lokasi (*Retail Site Location*), karakteristik lokasi perdagangan dari sudut toko, dan estimasi penjualan yang bisa didapatkan dari lokasi toko.

a. Site characteristic

Karakteristik yang ada akan memberikan pengaruh terhadap penjualan toko, hal hal yang dipertimbangkan adalah: (1) *Traffic flow* yang melalui toko, yaitu jumlah kendaraan dan pejalan kaki yang melalui lokasi, dan juga arus lalu lintas di lokasi toko. Saat lalu lintas benar-benar padat, maka banyak pelanggan yang akan lebih menyukai untuk berhenti dan berbelanja di toko; (2) *Accesibility*, yaitu kemudahan untuk mengakses toko yang juga sama pentingnya dengan *traffic*.

b. Location characteristics, yaitu (1) Lahan parkir, yaitu jumlah, kualitas, keamanan, dan jarak dari lahan parkir yang tersedia; (2) *Visibility*, yaitu kemudahan toko dilihat oleh orang-orang yang berada di jalan, (3) *Adjacent retailer*, yaitu toko lain yang berdekatan (baik pesaing maupun bukan), yang memungkinkan untuk menimbulkan suatu *traffic* yang baik.

c. *Restriction & cost*

Biaya yang terkait dengan keberadaan lokasi toko, seperti biaya sewa.

d. *Location within a shopping center* (lokasi didalam pusat perbelanjaan)

Lokasi di dalam sebuah pusat perbelanjaan dapat mempengaruhi penjualan dan biaya sewa, lokasi yang baik tentunya memiliki harga sewa yang lebih mahal.

Store Design & Display

Levy & Weitz (2009) mengatakan tujuan utama dari desain toko adalah untuk menerapkan strategi pengecer. Desain harus konsisten dan dapat memperkuat strategi *retail* dengan memenuhi kebutuhan dari target pasar serta membangun keunggulan kompetitif yang

berkelanjutan. Adapun strategi *retail* di dalamnya menurut Levy & Weitz (2009), meliputi:

a. *Store design*, (1) *Layout*, yaitu penataan toko yang menarik akan memberikan kenyamanan bagi konsumen; (2) *Signage and Graphics*, yaitu papan penanda dan gambaran seperti lukisan atau foto; (3) *Feature Areas*, yaitu area di dalam toko yang dirancang untuk mendapatkan perhatian pelanggan.

b. *Space management*, yaitu pengelolaan peletakan barang di dalam toko.

c. *Visual merchandising*, yaitu presentasi dari sebuah toko dan barang dagangan dengan caracara yang akan menarik pelanggan potensial.

Retail Pricing

Menurut Levy & Weitz (2009) *retail pricing* adalah *value* yang dirasakan oleh konsumen dan rasio yang diterima oleh pelanggan. Ada 4 faktor yang mempengaruhi *retailer* dalam pembentukan harga, yaitu: (a) *Customer price sensitivity and cost*, saat harga suatu produk naik maka penjualan dari suatu produk akan berkurang karena hanya sedikit pelanggan yang merasa bahwa produk yang ditawarkan adalah produk yang memiliki nilai tambah yang baik. Sensitivitas harga konsumen akan menentukan berapa banyak unit yang akan terjual pada tingkat harga yang berbeda; (b) *Cost of the merchandise and services*, yaitu biaya dari *merchandise* dan *service*; (c) *Competition*, yaitu kompetisi dengan pesaing dengan mempertimbangkan bahwa harga yang dipatok oleh kompetitor juga menjadi patokan harga yang akan diberikan pada suatu produk. Harga yang diberikan bisa di atas atau di bawah harga kompetitor; (d) Peraturan hukum yang membatasi penetapan harga, *retailer* perlu mematuhi peraturan legal (hukum) dan isu-isu etis dalam menetapkan harga.

Menurut Grewal dan Levy (2010) ada beberapa implikasi strategi harga, yaitu (a) *Profit oriented*, orientasi terhadap keuntungan, dengan kebijakan perusahaan untuk mendapatkan paling sedikit 18% profit margin untuk mencapai tujuan tertentu; (b) *Sales oriented*, menentukan harga yang sangat rendah untuk menghasilkan penjualan baru dan mengambil penjualan dari pesaing, walaupun profit yang didapatkan sangat kecil; (c) *Competitor oriented*, menentukan harga yang sangat rendah untuk menjatuhkan para pesaingnya; (d) *Customer oriented*, memiliki target segmen konsumen yang sangat menyukai produk dengan nilai manfaat yang tinggi, dan menentukan harga yang relatif tinggi (*premium pricing*)

Keputusan Pembelian

Dalam menentukan untuk membeli produk tertentu, konsumen harus membuat suatu keputusan yaitu produk mana yang dipilih untuk dibeli dan di gunakan.

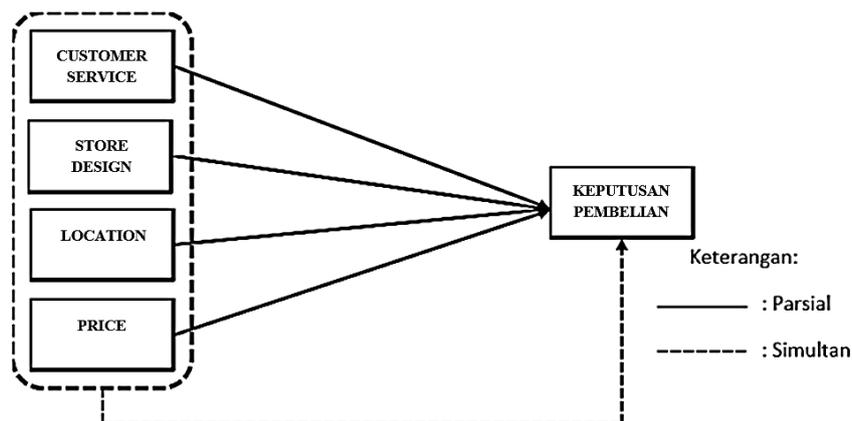
Keputusan pembelian merupakan pemikiran dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sekian banyak pilihan. Menurut Kotler dan Amstrong (2014), keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Dalam pengambilan keputusan pembelian ada beberapa tahapan. Tahapan-tahapan tersebut menurut Kotler dan Keller (2007) digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Tahapan Keputusan Pembelian
 Sumber: Kotler dan Keller (2007)

Menurut Simbolon (2011) keputusan pembelian terdiri dari 7 indikator yaitu fasilitas yg sesuai, saran yang berguna, kemudahan informasi, keunggulan dari yang lain, minat beli, tingkat kepuasan, dan rekomendasi ke orang lain.

Kerangka Konseptual



Gambar 2. Kerangka Konseptual

Hipotesis

Berdasarkan pendahuluan, kerangka teori, dan kerangka konseptual di atas, maka hipotesis dari penelitian ini adalah:

1. Diduga terdapat pengaruh antara *customer service* terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Diduga terdapat pengaruh antara *store design* terhadap keputusan pembelian konsumen.
3. Diduga terdapat pengaruh antara *location* terhadap keputusan pembelian konsumen.
4. Diduga terdapat pengaruh antara *price* terhadap keputusan pembelian konsumen.
5. Diduga *customer service, store design, location, dan retail pricing* layak untuk dimasukkan ke dalam model Keputusan Pembelian konsumen.

METODE PENELITIAN

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah unit analisis individu, yaitu konsumen pada Transmart Carrefour Cilandak dimana individu ini tidak mempunyai karakteristik yang sama dan terdapat variasi dalam persepsi dan perilakunya. Individu ini mewakili dirinya sendiri.

Penelitian ini menggunakan 1 variabel independen yaitu keputusan pembelian konsumen (Y) dan 4 variabel independen yaitu *customer service* (X₁), *store design* (X₂), *location* (X₃), dan *retail pricing* (X₄). Variabel *customer service* (X₁) bertujuan memfasilitasi para pembeli saat berbelanja di gerai. Variable *store design* (X₂) adalah strategi penting untuk menciptakan suasana yang akan membuat pelanggan merasa betah berada di dalam suatu toko atau gerai. Variable *location* (X₃) menyatakan bahwa lokasi adalah faktor yang sangat penting dalam bauran pemasaran ritel. Pada lokasi yang tepat, sebuah gerai akan lebih sukses dibandingkan gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis. Variable *price* (X₄) penetapan harga merupakan hal yang paling krusial dan sulit diantara unsur – unsur lain dalam bauran pemasaran ritel. Berikut ini adalah indikator pengukuran variabel-variabel yang digunakan.

Tabel 1.Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Sumber
<i>Customer service</i> (X ₁)	a. Keramahan	Simbolon (2011)
	b. Pusat informasi	
	c. Responsif	
<i>Store design</i> (X ₂)	a. Display menarik	Simbolon (2011)
	b. Kemudahan Tata letak	
	c. Petunjuk arah	
<i>Location</i> (X ₃)	a. Lokasi Strategis	Simbolon (2011)
	b. Lahan Parkir	
	c. Kenyamanan lokasi	
<i>Price</i> (X ₄)	a. Daya saing harga	Simbolon (2011)
	b. Sesuai dengan Kualitas	
	c. Kemudahan transaksi	
Keputusan pembelian konsumen (Y)	a. Fasilitas yg sesuai	Simbolon (2011)
	b. Saran yang berguna	
	c. Kemudahan informasi	
	d. Keunggulan dari yang lain	
	e. Minat beli	
	f. Tingkat kepuasan	
	g. Rekomendasi ke orang lain	

Populasi dalam penelitian adalah konsumen di Transmart Carrefour Cilandak. Karena adanya keterbatasan waktu dan biaya, maka pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan jenis *nonprobability sampling*. Teknik *nonprobability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu sampel nonprobabilita yang menyesuaikan diri dengan kriteria tertentu (Cooper & Schindler, 2006) dan memahami tentang objek dalam atribut yang diteliti. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan pembelian di Transmart Carrefour Cilandak.

Penetapan jumlah responden pada penelitian ini didasarkan kepada tidak diketahuinya jumlah pengunjung secara pasti yang melakukan transaksi pembelian. Oleh sebab itu, untuk memudahkan perhitungan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus menurut (Purba, 1996) yaitu:

$$N = \frac{(Z)^2}{4(MOE)^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

Z = 1,96 score pada tingkat signifikansi tertentu

Moe = Margin of error, tingkat kesalahan maksimum adalah 10%

Dengan menggunakan rumus diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$N = \frac{(1.96)^2}{4(10\%)^2} = 96.04$$

Teori yang dikembangkan oleh Fraenkel dan Wallen (2012) menyebutkan bahwa sampel minimum untuk penelitian deskriptif adalah 100. Berdasarkan teori dan perhitungan diatas, maka sampel penelitian yang digunakan adalah 100 orang konsumen yang telah melakukan pembelian di Transmart Carrefour Cilandak. Jumlah tersebut telah melebihi syarat minimum sampel yaitu 96.04.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data sekunder dan data primer. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber media, literatur, dan artikel yang terkait dengan penelitian dalam bentuk studi kepustakaan. Data primer diperoleh dengan menggunakan kuesioner atau angket sebagai alat pengumpulan data penelitian. Kuesioner yang digunakan terdiri dari 19 daftar pertanyaan yang disampaikan kepada responden untuk dijawab secara tertulis dan dijawab secara online melalui *google form*. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan lima jenjang tingkatan.

Sebelum disebarkan kepada responden, instrumen kuesioner dilakukan pengujian terlebih dahulu agar pernyataan atau pertanyaan yang ada dikuesioner dinyatakan valid dan reliabel sehingga layak digunakan sebagai alat pengumpul data penelitian. Pengujian dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas (Santoso, 2015). Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah data yang telah dinyatakan lolos uji validitas dan reliabilitas sehingga layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Metode Analisis Data

Data pada penelitian ini dianalisis dengan menggunakan Analisis Deskriptif, Analisis Regresi linier berganda, Uji T, Uji F, dan Uji Koefisien Determinasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya untuk melihat apakah instrument yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk digunakan. Data primer juga diuji dengan uji asumsi klasik yang terdiri dari Uji Normalitas, Uji Multiolinieritas, dan Uji Heteroskedasdisitas.

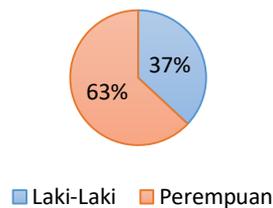
HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang disebar secara online dengan menggunakan google form serta dengan menggunakan teknik *purposive sampling*

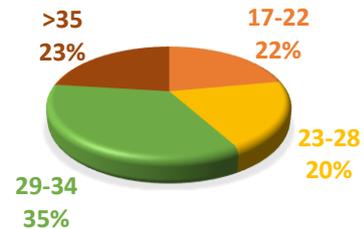
terhadap konsumen Transmart Carrefour Cilandak diperoleh data 100 orang responden yang telah lulus uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Analisis data disajikan sebagai berikut:

Profil Responden

RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN

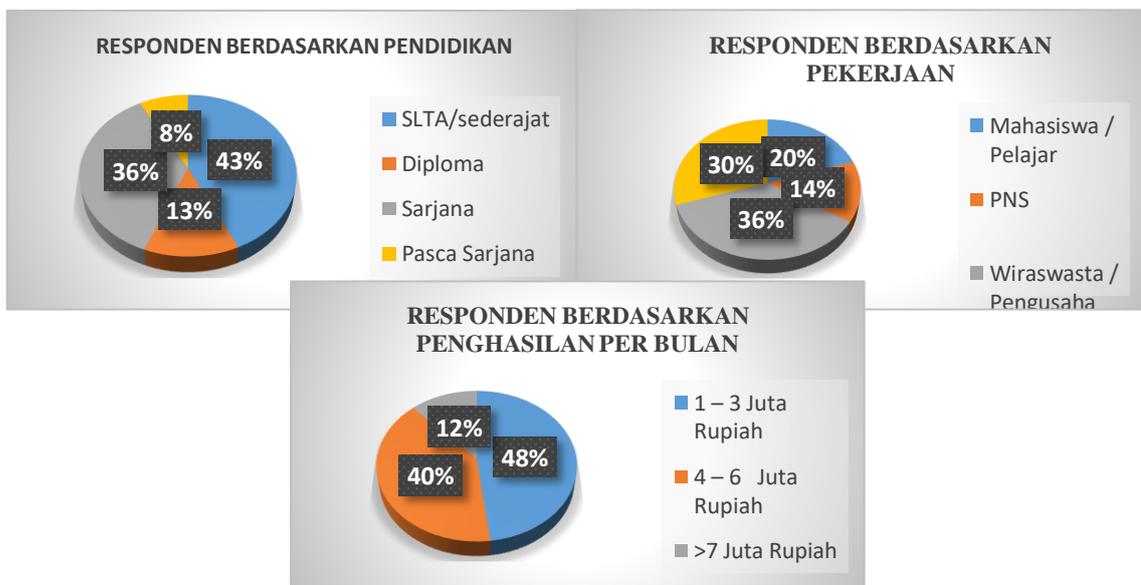


RESPONDEN BERDASARKAN UMUR



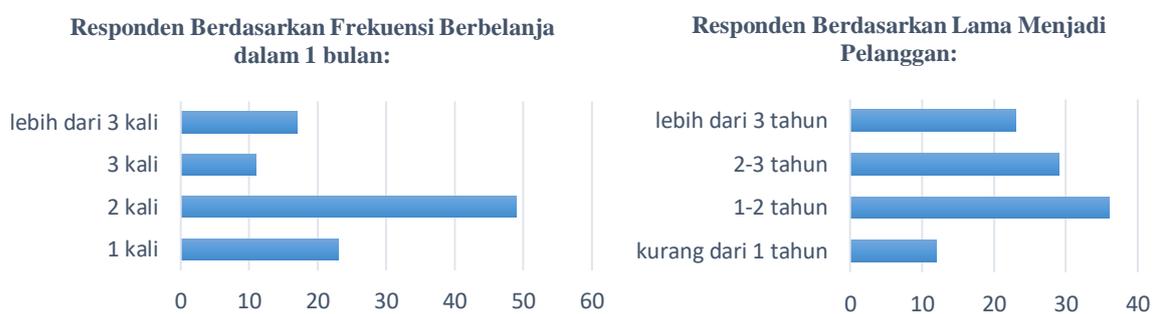
Gambar 3. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Umur

Penelitian ini melibatkan 100 orang responden konsumen Transmart Carrefour Cilandak dengan sebagian besar konsumen adalah perempuan dengan proporsi mencapai 63 persen, sedangkan laki-laki hanya 37 persen. Usia responden sebagian besar di dominasi usia produktif yaitu 35 persen usia 29-34 tahun, 23 persen usia diatas 35 tahun, 22 persen usia 17-22 tahun, dan 20 persen usia 23-28 tahun. Pada umumnya konsumen Transmart Carrefour Cilandak adalah konsumen yang ingin memenuhi kebutuhan pokok, sehingga didominasi oleh kaum perempuan. Dengan strategi design store yang menggabungkan antara *one stop shopping* dan *family entertainment* terbukti berhasil menarik minat konsumen khususnya yang telah berkeluarga dengan rentang usia 29 – 34 tahun dan di atas 35 tahun.



Gambar 4. Responden Berdasarkan Pendidikan, Pekerjaan, dan Penghasilan Per Bulan

Berdasarkan gambar 4, tingkat pendidikan responden sebanyak 43 persen berpendidikan SMA/Sederajat, 36 persen berpendidikan sarjana, 13 persen berpendidikan diploma, dan 8 persen berpendidikan pasca sarjana. Pekerjaan responden 36 persen sebagai wiraswasta/pengusaha, 30 persen sebagai lainnya (sebagian besar ibu rumah tangga), 20 persen sebagai mahasiswa/pelajar, dan 14 persen sebagai PNS. Penghasilan perbulan responden adalah sebesar 48 persen berpenghasilan 1-3 juta rupiah perbulan, 40 persen berpenghasilan 4-6 juta rupiah perbulan, dan 12 persen lebih dari 7 rupiah perbulan. Dapat disimpulkan bahwa Transmart Carrefour Cilandak diminati oleh berbagai kalangan dari latar belakang pendidikan dan pekerjaan, namun bila dilihat berdasarkan penghasilan konsumen Transmart Carrefour Cilandak didominasi oleh kalangan menengah.



Gambar 5. Deskriptif Responden Berdasarkan Frekuensi Berbelanja Dalam 1 Bulan dan Lama Menjadi Pelanggan

Berdasarkan data pada Gambar 5, dapat dilihat bahwa sebanyak 49 persen responden berbelanja sebanyak 2 kali dalam sebulan di Transmart Carrefour Cilandak, 23 persen responden berbelanja sebanyak 1 kali dalam sebulan, 11 persen berbelanja sebanyak 3 kali dalam sebulan, dan 17 persen mengaku berbelanja lebih dari 3 kali dalam sebulan di Transmart Carrefour Cilandak. Bila dilihat lamanya menjadi pelanggan di Transmart Carrefour Cilandak, maka dapat dilihat sebagian besar merupakan pelanggan lama yang telah lebih dari satu tahun menjadi pelanggan Transmart Carrefour Cilandak. Namun demikian, terdapat pula 12 persen responden yang merupakan pelanggan baru karena pengalamannya berbelanja kurang dari satu tahun.

Analisis Deskriptif

Tabel 2. Deskriptif Responden

Variabel	Nilai Rata-Rata Tanggapan
Customer service (X1)	3.74
Store Design (X2)	4.15
Location (X3)	3.62
Price (X4)	3.35
Keputusan pembelian konsumen (Y)	3.49

Berdasarkan hasil analisa deskriptif pada Tabel 2 dapat disimpulkan bahwa variabel *store design* mendapatkan nilai rata-rata tertinggi yaitu sebesar 4.15. Nilai ini berarti sebagian besar responden setuju bahwa Transmart Carrefour Cilandak memiliki keunggulan dalam hal *store design*. Pada Tabel 4 juga dapat disimpulkan bahwa variabel *retail pricing* merupakan aspek yang mendapat rata-rata penilaian paling rendah, artinya Transmart Carrefour Cilandak belum memenuhi harapan atas harga-harga yang ditawarkan kepada konsumen.

Uji Validitas, Uji Reliabilitas, dan Uji Asumsi Klasik

Untuk menilai apakah instrument yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk digunakan, maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Uji Validitas dilakukan dengan membandingkan R Tabel Pada $DF=N-2$ dan Probabilitas 0,05 dengan nilai R Hitung. Untuk $N = 100$ maka diperoleh nilai R Tabel sebesar 0.1966. Hasil uji validitas dengan menggunakan SPSS menghasilkan bahwa semua butir instrumen pertanyaan dinyatakan valid karena hasil R hitung dari tiap butir instrumen pernyataan $> 0,1966$. Maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan pada penelitian ini dinyatakan valid. Instrumen penelitian juga dinyatakan reliabel karena secara keseluruhan di peroleh hasil Cronbach's Alpha Based on Standardized Items yang bernilai $0,851 > R$ tabel 0,1966. Dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan instrument pada penelitian ini dinyatakan reliabel.

Sebelum data dianalisis dengan Uji Regresi Linier Berganda, terlebih dahulu dilakukan Uji asumsi klasik yang terdiri dari Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, dan Uji Heteroskedastisitas. Uji Normalitas pada data menggunakan teknik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Berdasarkan hasil output menunjukkan nilai Kolmogorov-Smirnov signifikan pada $0.122 > 0.05$, yang berarti bahwa residual data berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas. Uji Multikolinieritas dapat diketahui bahwa tidak ada variabel yang memiliki nilai VIF > 10 dan nilai tolerance yang $< 0,1$ atau 10%, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi. Berdasarkan uji heteroskedastisitas antara variable bebas (*ZPRED*) dengan variable terikat (*SRESID*). Terlihat pada grafik scatterplot bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tersebar dengan baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linier Berganda dan Uji T Pengaruh *Customer Service*, *Location*, *Store Design*, dan *Price* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Model	Unstandardized Coefficients B	Std. Erros	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
(Constant)	4.986	2.64		1.889	0.62
Customer Service	.074	.11	.054	.675	.501
Location	.267	.116	.191	2.313	.023
Store Design	.584	.094	.534	6.235	.000
Price	-.114	.106	-.089	-1.07	.287

Berdasarkan Tabel 3, maka model persamaan regresi linier yang terbentuk adalah sebagai berikut:

$$KP = 4.986 + .074 (CS) + .267 (L) + .584 (SD) - .114 (P)$$

Berdasarkan Tabel 3 maka dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian regresi untuk variabel *Customer Service* diperoleh hasil nilai sig adalah .501 lebih besar dari batas signifikansi 0.05, maka *Customer Service* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Transmart Carrefour Cilandak. Hasil ini berarti bahwa dalam mengambil keputusan pembelian pada Transmart Carrefour Cilandak, variabel *Customer Service* bukan menjadi pertimbangan utama konsumen. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Simbolon (2011), Yulianto dan Wilopo (2013), dan Polla dan Taroreh (2018) yang menyatakan bahwa *customer service* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Nilai sig. untuk variable *location* adalah .023 lebih kecil dari batas signifikansi 0.05, maka *location* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Transmart Carrefour Cilandak. Hasil ini berarti bahwa dalam mengambil keputusan pembelian pada Transmart Carrefour Cilandak, variabel *location* menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen. Lokasi yang strategis, lahan parkir yang luas, dan kenyamanan pada lokasi *store* menjadi daya tarik bagi konsumen. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh, Melisa (2012), Adji dan Subagio (2013), Rumagit (2013), Wahyuningrum dan Andjarwati (2013), Hamid, Usman, dan Susetyohadi (2014), Walukow, Mananeke, dan Sepang (2014), Sinambow dan Trang (2015), Briliana (2015), Karwur (2016), dan Polla dan Taroreh (2018) yang menyatakan bahwa *location* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Nilai sig. untuk variable *store design* adalah 0.000 lebih kecil dari batas signifikansi 0.05, maka *store design* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Transmart Carrefour Cilandak. Hasil ini berarti bahwa dalam mengambil keputusan pembelian pada Transmart Carrefour Cilandak, variabel *store design* menjadi salah satu faktor yang paling dipertimbangkan oleh konsumen. Display produk yang menarik dan tata letak yang baik sehingga konsumen mudah menemukan barang yang ingin dibeli menjadi salah satu kelebihan yang dimiliki oleh Transmart Carrefour Cilandak. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Melisa (2012), Adji dan Subagio (2013), Rumagit (2013), Wahyuningrum dan Andjarwati (2013), Briliana (2015), Karwur (2016), dan Septiana dan Paulus (2018) yang menyatakan bahwa *store design* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Nilai sig. untuk variabel *price* adalah .287 lebih besar dari batas signifikansi 0.05, maka *price* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Transmart Carrefour Cilandak. Hasil ini berarti bahwa dalam mengambil keputusan pembelian pada Transmart Carrefour Cilandak, variabel *price* bukan menjadi pertimbangan utama konsumen. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yulianto dan Wilopo (2013) yang menyatakan bahwa *price* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Monintja, Mandey, dan Soegoto (2015) menyatakan bahwa harga merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Tabel 4. Hasil Uji F Pengaruh *Customer Service, Location, Store Design, dan Price* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	295.521	4	73.880	17.057	.000
	Residual	411.479	95	4.331		
	Total	707.000	99			

Berdasarkan Tabel 4, hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yaitu: *customer service, location, store design, dan price* layak untuk dimasukkan ke dalam model keputusan pembelian pada Transmart Carrefour Cilandak. Secara konsep hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Namun demikian, penelitian yang dilakukan oleh Putra (2012) dan Irawati & Subagio (2014) menyebutkan bahwa variabel *customer service, location, store design, dan price* yang termasuk di dalam *retail mix* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* dan loyalitas konsumen.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 5. Hasil Uji R^2 Pengaruh *Customer Service, Location, Store Design, dan Price* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.647	.418	.393	208.119

Pada Tabel 5 dapat disimpulkan bahwa keterkaitan antar variabel yang diuji adalah memiliki hubungan yang erat, hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien korelasi sebesar 0.647 dimana nilai tersebut mendekati angka 1 yang artinya variabel –variabel yang diuji memiliki hubungan yang erat. Nilai *Adjusted R Square* yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebesar .393 atau sebesar 39.3 %. Hal ini dapat menunjukkan bahwa variabel-variabel independen dalam penelitian ini dapat menjelaskan 39.3% variasi variabel dependen, sedangkan sisanya 60.7% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar dari penelitian ini.

SIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil analisis dan output data dapat disimpulkan bahwa variabel *customer service* dan *price* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Transmart Carrefour Cilandak. Variabel *location* dan *store design* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Transmart Carrefour Cilandak. Variabel dalam penelitian ini yaitu *customer service, location, store design, dan price* layak untuk dimasukkan ke dalam model keputusan pembelian pada Transmart Carrefour Cilandak. Faktor *store design* menjadi salah satu faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Display produk yang menarik dan tata letak yang baik sehingga konsumen

mudah menemukan barang yang ingin dibeli terbukti dapat menarik minat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian di Transmart Carrefour Cilandak.

Berdasarkan hasil penelitian, perusahaan harus berinovasi dan meningkatkan kualitas dari *customer service* dan memberikan harga yang bersaing agar mampu mempertahankan konsumen dan mampu bersaing dengan perusahaan ritel lainnya. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan variabel-variabel antara lain: fasilitas yang disediakan, promosi, *merchandise*, dan *communication mix*. Pada penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan alat analisis yang lain seperti analisis faktor dan *structural equation modeling* (SEM).

DAFTAR PUSTAKA

- Adji, P., & Subagio, H. (2013). Pengaruh retail mix terhadap keputusan pembelian mahasiswa UK Petra di Circle K Siwalankerto Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2), 1-10.
- Berman, B., & Evan, J. R. (2010). *Retail management* (12th ed.). Jakarta, Id: Pearson.
- Briliana, V. (2015). Pengaruh retail mix terhadap purchase decision pada pelanggan Lotte Mart di Cabang Fatmawati Jakarta Selatan. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 17(2), 178-189.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2006). *Metode riset bisnis*. Jakarta: Penerbit Media Global Edukasi.
- Fraenkel, J. R., & Wallen, N. E. (2012). *How to design and evaluate research in education* (8th ed). Boston: McGraw-Hill Higher Education.
- Grewal, D., Levy, M., Mathews, S., Harrigan, P., Bucic, T., & Kopanidis, F. (2010). *Marketing* (2nd ed). McGraw-Hill Education Australia.
- Hamid, M. A., Usman, A., & Susetyohadi, A. (2014). Pengaruh retailing mix terhadap keputusan pembelian pada konsumen Ramayana Departement Store di Sidoarjo. *Jurnal Manajemen BRANCHMARCK*, 2(2), 12-26.
- Irawati, C., & Subagio, H. (2014). Pengaruh retail mix terhadap loyalitas konsumen dengan customer satisfaction sebagai variabel intervening di Giordano Ciputra World Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1-9.
- Karwur, E. (2016). Pengaruh retail marketing mix terhadap keputusan pembelian di Indomaret Paniki. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(03), 196-206.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principles of marketing* (12th ed.). Jakarta, Id: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller. (2007). *Pemasaran jasa dan kualitas pelayanan*. Malang, Id: Bayu media Publishing.
- Levy, M., & Weitz, B. A. (2009). *Retailing management* (7th ed.). New York, NY: McGraw-Hill Irwin.
- Melisa, Y. (2012). Pengaruh bauran pemasaran ritel terhadap keputusan pembelian ulang konsumen Mega Prima Swalayan Payakumbuh. *Jurnal Manajemen*, 01(01), 1-20.
- Monintja, R. Y., Mandey, S., & Soegoto, A. S. (2015). Analisis merek, promosi dan harga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian di Gelael Swalayan Manado. *Jurnal EMBA*, 3(4), 279-289.

- 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.
- Putra, A. S. (2012). Pengaruh retail marketing mix terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai pemoderasi. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 97-113.
- Purba, R. (1996). *Measuring consumer perception through factor analysis*. The Asian Manager (February-March), 28-32.
- Rumagit, R. R. (2013). Bauran penjualan eceran (Retailing Mix) pengaruhnya terhadap keputusan pembelian di Jumbo Swalayan Manado. *Jurnal EMBA*, 1(4), 171-181.
- Santoso, S. (2015). *Menguasai statistik parametrik: Konsep dan aplikasi dengan SPSS*. Jakarta, id: Elex Media Komputindo.
- Septiana, A. C., & Paulus, A. L. (2018). Ritel mix dan keputusan pembelian konsumen: Studi pada konsumen toko ritel di Kota Madiun. *Cakrawala Management Business Journal*, 1(1), 35-53. doi:10.30862/cm-bj.v1i1.3
- Simbolon, F. (2011). Pengaruh bauran ritel terhadap keputusan pembelian konsumen pada Departemen store X di DKI Jakarta. *Binus Business Review*, 2(1), 88-99. doi:10.21512/bbr.v2i1.1113
- Sinambow, S., & Trang, I. (2015). Pengaruh harga, lokasi, promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada Toko Komputer Game Zone Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA*, 3(3), 300-311.
- Wahyuningrum, T., & Andjarwati, A. L. (2013). Pengaruh lokasi dan store design terhadap Keputusan Berbelanja. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(2), 402-413.
- Walukow, A. L., Mananeke, L., & Sepang, J. (2014). Pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di Bentenan Center Sonder Minahasa. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1737-1749.
- Yulianto, H. E., & Wilopo. (2013). Pengaruh retail marketing mix terhadap keputusan pembelian tidak terencana pada pusat perbelanjaan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 1(2), 186-194.