

Jurnal Disrupsi Bisnis



ISSN:2621-797X(cetak)
ISSN :2746-6841 (online)

PENELITIAN MANAJEMEN, AKUNTANSI & KEWIRAUSAHAAN

Vol. 6 No. 3, MEI-JUNI 2023

Jurnal
Disrupsi Bisnis

Vol. 6

No. 3

Halaman
245-343

Tangerang Selatan
Mei-Juni 2023

p-ISSN:2621-797X
e-ISSN:2746-6841

Jurnal Disrupsi Bisnis

PENELITIAN MANAJEMEN, AKUNTANSI & KEWIRAUSAHAAN

p-ISSN 2621-797X ; e-ISSN 2746-6841 DOI:10.32493

Vol. 6, No. 3, Mei 2023 (245-343)

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/DRB/index>

Jurnal Disrupsi Bisnis (JDB) enam kali setahun pada bulan Januari, Maret, Mei, Juli, September, dan November. JDB tulisan yang diangkat dari hasil penelitian, kajian, dan karya ilmiah dalam bidang Manajemen, Akuntansi dan Kewirausahaan

Dewan Redaksi

Advisory of Editor

Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

Chief of Editor

Ajimat, S.Si., M.M.

Managing Editor

Drs. Gatot Kusjono, M.M., C.H., C.Ht.

Editor Board

Bachtiar Arifudin Husain, S.Kom., M.M.

Suprianto, S.Pd., M.M.

Supatmin, S.E., M.M.

Dr. Lilis Suryani, S.E., M.M.

Sugeng Widodo, S.E., M.M.

Feb Amni Hayati, S.E., M.M.

Reviewer

Dr. Kasmad, S.E., M.M.

Dr. Udin Ahidin, S.E., M.M.

Dr. I Nyoman Marayasa, S.E., M.M.

Dr. Ir. Nardi Sunardi, SE., MM. CFE., CT.

Dr. Ir. H. Sarwani, M.T., M.M.,

Dr. Endang Sugiarti, S.E., M.M.

Dr. Mukrodi, S.Sos.I., M.M.

Yeni Fitriani Somantri, S.E., M.Si.

Alamat Redaksi:

Jl. Surya Kencana No. 1 Pamulang Tangerang Selatan Banten

Telp/Fax. (021) 741 2566 **e-mail:** jurnaldisrupsiibisnis@gmail.com; disrupsi@unpam.ac.id

JURNAL DISRUPSI BISNIS diterbitkan oleh Program Studi Manajemen,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, sejak Juni 2018.

Terbit berkala setiap dua bulan sekali (enam kali setahun).

PENGANTAR REDAKSI

ii

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya. **Jurnal Disrupsi Bisnis (JDB)**, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang Vol.6 No.3 Mei 2023 dapat terbit tepat waktu. Kami terus mendorong segenap Civitas Academica untuk benar-benar memanfaatkan **Jurnal Disrupsi Bisnis (JDB)** sebagai wahana publikasi dan pembelajaran bagi semua yang terlibat dalam penerbitan jurnal ini secara berkala.

Cakupan **Jurnal Disrupsi Bisnis** bidang ilmu Manajemen, Akuntansi dan Kewirausahaan. Kepada segenap penyumbang artikel ilmiah atau karya ilmiah pada terbitan kali ini redaksi memberikan ucapan terima kasih.

Semoga penerbitan **Jurnal Disrupsi Bisnis (JDB)** Vol. 6 No.3 Mei 2023 ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Sebagai penutup, kami mengundang Bapak/Ibu/Sdr. untuk dapat mengisi jurnal ini dengan naskah-naskah yang sesuai.

Selamat membaca serta berkarya untuk kemajuan Indonesia tercinta.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Redaksi

DAFTAR ISI

p-ISSN 2621-797X ; e-ISSN 2746-6841 DOI:10.32493
Jurnal Disrupsi Bisnis, Vol. 6 No.3 Mei 2023 (245-343)
<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/DRB/index>

**Jurnal
Disrupsi Bisnis** 
PENELITIAN MANAJEMEN, AKUNTANSI & KEWIRAUSAHAAN

Dewan Redaksi	ii
Pengantar Redaksi	iii
Daftar Isi	iv

Pengaruh Lingkungan Kerja, Pengawasan Kerja, dan Kesehatan Kerja terhadap Keselamatan Kerja Buruh Bongkar Muat Kapal Curah

Moch. Lutfi Nabilla, Adenan Suhalis & Datep Purwa Saputra 242-252

Pengaruh ROA, NPM, DER, dan TATO terhadap Harga Saham Perusahaan Transportasi

Ricky Bryan D. P. Tampubolon & Hani Agustin 253-263

Pengaruh Pelatihan dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT Adhymitra Tata Sarana Jakarta Selatan

Fathan Arif & Nurmala Suci Rhamadhan 264-273

Pengaruh Celebrity Endorser dan E-WOM terhadap Purchase Decision Batam Ogura dengan Brand Image sebagai Mediasi

Lily Purwianti, Isnaini Nuzula Agustin, Shevia, Giorgyna, Nida Ohanna, & Kelfi Yanti Limanda 274-289

Pengaruh Lingkungan Kerja dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada Delta Group Tangerang Selatan

Dewi Sartika & M. Anton Nurhidayat 290-297

Pengaruh Literasi Digital dan Literasi Informasi terhadap Minat Berwirausaha pada Generasi Muda di Kota Palembang

Agustinus Widyardono & Maria Josephine Tyra 298-307

Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Sales Promotion terhadap Impulse Buying

Nurmin Arianto, Lia Asmalah & Suharni Rahayu 308-314

Pengaruh <i>Leverage</i>, Tax Avoidance dan Kebijakan Deviden terhadap Nilai Perusahaan <i>Puspa Anggoro Prapti Dewi & Ajimat</i>	315-322
Pengaruh Lingkungan Kerja dan Turnover terhadap Kinerja Karyawan pada Bagian Operasional PT Antara Persada Sukses <i>Fathan Arif & Rapi Sarwoto</i>	323-333
Pengaruh Fleksibilitas Kerja dan Spesialisasi Kerja terhadap Kepuasan Karyawan pada PT Army Unit Pengamanan Gedung Capital Place di Jakarta Selatan <i>Nova Nurafifah, Veta Lidya Delimah Pasaribu</i>	334-343

Pengaruh Lingkungan Kerja, Pengawasan Kerja, dan Kesehatan Kerja terhadap Keselamatan Kerja Buruh Bongkar Muat Kapal Curah

Moch. Lutfi Nabilla¹, Adenan Suhalis², Datep Purwa Saputra³
^{1,2,3} Magister Manajemen, Institut Transportasi dan Logistik Trisakti
lutfinabila@gmail.com*

Received 29 Maret 2023 | Revised 23 Mei 2023 | Accepted 29 Mei 2023

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh lingkungan kerja, pengawasan kerja, dan kesehatan kerja terhadap keselamatan kerja buruh bongkar muat kapal curah. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan mengumpulkan data melalui kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden yang merupakan buruh bongkar muat kapal curah di pelabuhan tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesehatan kerja, pengawasan kerja, dan lingkungan kerja memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keselamatan kerja buruh bongkar muat kapal curah di Pelabuhan Tanjung Redeb. Kesimpulannya bahwa kegiatan yang diteliti ini memiliki banyak penyimpangan yaitu terjadi pengaruh Keselamatan terhadap Tenaga Kerja Bongkar Muat (TKBM) karena kurangnya pengawasan pada lingkungan kerja dari pihak perusahaan. Oleh karena itu, berdasarkan hasil penelitian, Keselamatan Kerja dapat ditingkatkan melalui indikator kesehatan kerja, dan pengendalian.

Kata Kunci: Keselamatan Kerja; Kesehatan Kerja; Pengawasan Kerja; Lingkungan Kerja.

Abstract

This study aims to analyze the influence of the work environment, work supervision, and occupational health on the work safety of bulk vessel loading and unloading workers. The research method used was a survey method by collecting data through questionnaires distributed to 100 respondents who were bulk carrier loading and unloading workers at the port. The results showed that occupational health, work supervision, and work environment have a significant influence on the work safety of bulk vessel loading and unloading workers at Tanjung Redeb Port. The conclusion is that the activities studied have many deviations, namely the influence of Safety on Loading and Unloading Workers (TKBM) due to lack of supervision on the work environment from the company. Therefore, based on the results of research, Occupational Safety can be improved through occupational health indicators, and control.

Keywords: Occupational Safety; Occupational Health; Occupational Supervision; Work Environment.

PENDAHULUAN

Pertambangan batu bara masih menjadi salah satu kegiatan ekonomi yang diminati dan menjadi salah satu industri utama sektor non migas, namun tidak dapat dipungkiri bahwa pertambangan batu bara menimbulkan banyak masalah salah satunya masalah kesehatan lingkungan. Dampak yang diberikan pada aktivitas penambangan batu bara secara masif merusak kualitas dan kuantitas lahan hijau, baik sejak pengeboran hingga pengolahan batu bara. Aspek air, tanah, dan udara pun menjadi tercemar akibat bahan-bahan toksik yang diantaranya terkandung arsenik, merkuri, berilium, timbal dan sebagainya. Puncak dari rusaknya lingkungan dan ketidakseriusan dalam pemanfaatan hasil tambang batu bara, serta pengelolaan limbah hasil penambangan batu bara akan menimbulkan masalah kesehatan

khususnya masalah pada sistem pernafasan baik bagi pekerja dan masyarakat sekitar lokasi tambang.

Pemuatan di Pelabuhan berau sangatlah berdampak kepada Kesehatan khususnya pada Kesehatan pernafasan, mata, dan kulit. Hal ini dirasakan oleh setiap Tenaga Kerja Bongkar Muat pada saat melakukan kegiatan operasionalnya baik dipelabuhan berau maupun dilepas pantai. Dan yang dirasakan oleh seluruh TKBM memiliki kesulitan dalam menanganin masalah kesehatannya tersebut karena sulitnya akses penanganan Kesehatan yang berada di lepas pantai dan sulitnya pembagian jam kerja yang mengharuskan mereka tetap berada di lingkungan kerja. Pada dasarnya industri pertambangan menghasilkan metal dan metaloid dalam konsentrasi tinggi yang berbahaya bagi kesehatan dan lingkungan. Selain itu, penggunaan metode tradisional penambangan secara terus menerus sanggup meningkatkan emisi produk beracun dan produk tidak ramah lingkungan lainnya.

Untuk menangani dampak yang ditimbulkan oleh penambangan batu bara diperlukannya kerjasama yang sinergis dan komitmen yang kuat antar semua elemen stakeholder. Tujuan pembuatan artikel penelitian ini adalah untuk dijadikan gambaran terkait dampak yang dihasilkan dari kegiatan penambangan batu bara pada kesehatan lingkungan berdasarkan 10 artikel penelitian yang telah dikaji melalui metode systematic review. Berdasarkan review yang kami lakukan, hasil menunjukkan bahwasannya penambangan batu bara dapat menimbulkan beberapa dampak negatif bagi kesehatan lingkungan sekitar, yakni dapat menimbulkan pencemaran air, terjadinya perubahan struktur pada lahan, mengakibatkan kelangkaan keanekaragaman hayati, menurunkan tingkat kesuburan tanah serta menimbulkan berbagai penyakit infeksi saluran pernapasan akut.

Hal yang mendasari dari penelitian ini adalah keselamatan kerja. Setiap tahun ribuan kecelakaan terjadi di tempat kerja yang menimbulkan korban jiwa, kerusakan materi, dan gangguan produksi. Pada tahun 2007 menurut Jamsostek tercatat 65.474 kecelakaan yang mengakibatkan 1.451 orang meninggal, 5.326 orang cacat tetap dan 58.697 orang cedera.

Data kecelakaan tersebut mencakup seluruh perusahaan yang menjadi anggota Jamsostek dengan jumlah peserta sekitar 7 juta orang atau sekitar 10% dari seluruh pekerja di Indonesia. Dengan demikian, angka kecelakaan mencapai 930 kejadian untuk setiap 100.000 pekerja setiap tahun. Oleh karena itu jumlah kecelakaan keseluruhannya diperkirakan jauh lebih besar. Bahkan menurut penelitian World Economic Forum tahun 2006, angka kematian akibat kecelakaan di Indonesia mencapai 17-18 untuk setiap 100.000 pekerja. Kerugian materi akibat kecelakaan juga besar seperti kerusakan sarana produksi, biaya pengobatan dan kompensasi. Selama tahun 2007 kompensasi kecelakaan yang dikeluarkan Jamsostek mencapai Rp. 165,95 miliar. Kerugian materi lainnya lebih besar. Kondisi ini disebabkan karena masih kurangnya kesadaran dan pemahaman kalangan usaha di Indonesia akan pentingnya aspek Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) sebagai salah satu unsur untuk meningkatkan daya saing.

Penggunaan batu bara di Indonesia meningkat pesat setiap tahunnya, dimana penggunaan batu bara di Indonesia mencapai 14,1% dari total penggunaan energi lain pada tahun 2003. Diperkirakan penggunaan energi batu bara ini akan terus meningkat hingga 34,6% pada tahun 2025. Berbagai industri dalam pembangkit tenaga listrik dalam melaksanakan proses produksinya, menggunakan batu bara sebagai sumber bahan bakar. Pada proses pembakaran batu bara akan menghasilkan sejumlah besar gas buang yang merupakan gas beracun dan berbahaya jika langsung dibuang ke lingkungan. Efek sampingnya adalah debu batu bara yang banyak berterbangan. Debu batu bara mengandung bahan kimiawi yang dapat mengakibatkan terjadinya penyakit paru-paru. Penyakit tersebut muncul pada masyarakat yang berada di lokasi tambang batubara, atau di kawasan lalu-lintas pengangkutan batu bara, menghirup debu batubara secara terus-menerus, dan yang paling beresiko adalah pekerja penambangan batu bara itu sendiri.

Seperti kasus yang terjadi pada sebuah tongkang atau ponton batubara yang jebol, dan menumpahkan batubara berikut dengan alat berat yang diangkut. Kejadian ini terjadi di perairan Muara Berau, Kalimantan Timur. Pihak Kantor Kesyahbandaran dan Otoritas Pelabuhan (KSOP) Samarinda

menilai kejadian tersebut adalah kecelakaan kerja. Peristiwa yang dikabarkan ini terjadi karena lingkungan dari kondisi perairan berau yang pada saat itu sedang terjadi pasang sehingga banyak terjadi gelombang laut dan lainnya Tenaga kerja bongkar muat pada saat pemuatan batu bara, dan juga dari pihak pemilik kapal (tongkang) itu sendiri kurangnya pengawasan dalam menjaga kesiapan dari tongkang itu sendiri untuk pemuatan.

METODE

Jenis penelitian yaitu kuantitatif. Waktu penelitian mulai bulan Januari 2021 sampai dengan bulan Juni 2021. Penelitian dilakukan pada area perairan pelabuhan di PT. Berau Coal, Pelabuhan Khusus Sambarata Jl. Pemuda, No. 40, Tanjungredeb, Tj. Redeb, Berau, Kabupaten Berau, Kalimantan Timur 77311 dengan populasi tenaga Kerja Bongkar Muat (TKBM), dalam tugas dan tanggung jawabnya sangat berhubungan erat dengan keselamatan saat kegiatan operasional bongkar muat kapal dan lepas sandar kapal. sebanyak 65 orang dengan mengambil sampel jenuh yang di dapat dari seluruh populasi sebagai responden sebanyak 65 orang. Pengambilan data dengan menggunakan data primer dan sekunder. Data primer melalui dengan kuesioner yang telah dilakukan uji validitas dan reliabilitas dan data sekunder yaitu dengan dengan literatur literatur atau jurnal agar penelitian ini dianggap ilmiah. Teknik analisis data menggunakan 3 tahap yaitu metode deskriptif, untuk menggambarkan variable penelitian melalui nilai mean, median, modus, koefisien korelasi dan regresi linear maupun berganda. Metode kedua dengan metode inference, yaitu melakukan hipotesis melalui Analisis Jalur (path analysis), untuk mencari hubungan langsung atau tidak langsung antar variable bebas dan variable terikat. Metode ketiga dengan Analisis Jalur (*Path Analysis*).

HASIL dan PEMBAHASAN

Pengujian ini dapat menunjukkan bahwa hubungan variable bebas dengan variable terikat adalah linear, data berdistribusi normal, dan varians variable terikat berdasarkan variable bebas homogen. Maka salah satu persyaratan yang sangat penting harus dipenuhi adalah adanya korelasi yang signifikan antar variable yang terkait dengan dengan lainnya. Koefisien yang menyatakan besarnya tingkat kontribusi hubungan yang diperoleh berdasarkan data lapangan, setelah melalui pengujian koreksi yang dilakukan menggunakan program SPSS dengan hasil disusun dalam bentuk matriks sebagai berikut:

Tabel 1. Matriks Korelasi Sederhana Antar Variabel

		Correlations			
		X1	X2	X3	Y
X1	Pearson Correlation	1	.606**	.404*	.637**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	65	65	65	65
X2	Pearson Correlation	.606**	1	.487**	.677**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	65	65	65	65
X3	Pearson Correlation	.404*	.487**	1	.635**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	65	65	65	65
Y	Pearson Correlation	.637**	.677**	.635**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	65	65	65	65

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tabel di atas menjelaskan bahwa seluruh koefisien korelasi antar variable penelitian ini dapat bernilai positif dan perhitungan koefisien korelasi tersebut dapat dinyatakan signifikan pada taraf $\alpha = 0,01$, hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antar variable. Berikut perhitungan analisis jalur dengan menggunakan SPSS:

Tabel 2. Hasil Perhitungan Koefisien jalur dan t-hitung dependent variable Y

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	6.447	9.110		.708	.482
	X1	.316	.084	.352	3.749	.000
	X2	.269	.102	.271	2.641	.010
	X3	.329	.071	.396	4.623	.000

a. Dependent Variable: Y

b. Dependent Variable: Z

Tabel 3. Hasil Perhitungan Koefisien jalur dan dan t-hitung dependent variable Y

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	40.554	15.429		2.628	.011
	X1	.015	.150	.014	3.100	.002
	X2	.572	.166	.479	3.434	.001

a. Dependent Variable: X3

b. Dependent Variable: Y2

Tabel 4. 1 Rangkuman Nilai Koefisien jalur Antar variable

Jalur	Koefisien Jalur	Nilai Koefisien Jalur
X1Y	β_{y1}	0,376
X2Y	β_{y1}	0,282
X3Y	β_{y1}	0,388
X1 X3	$\beta_{x3.1}$	0,418
X2 X3	$\beta_{x3.2}$	0,477

Matriks korelasi dan koefisien jalur antar variable sebagaimana yang disajikan pada tabel 4. 15 dan 4. 18

Pada gambar 4 dapat dilihat bahwa t hitung jalur, jalur tidak signifikan jika t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu 1,66 untuk alpha 0,05. Dari model yang dihipotesiskan dapat dikemukakan bahwa semua jalur signifikan terhadap Keselamatan kerja.

Pengujian Hipotesis

Uji Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama menyatakan bahwa Lingkungan kerja (X1) berpengaruh langsung terhadap keselamatan kerja (Y). Hasil perhitungan koefisien jalur untuk model kausal yang dihipotesiskan diperoleh nilai koefisien jalur $\beta_{y2X1} = 0,376$ dengan $t_{hitung} = 3,749$ dan $t_{tabel} = 1,66$ pada $\alpha = 0,05$. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka koefisien jalur ini signifikan, maka H_0 ditolak.

Maka dari variable Lingkungan kerja berpengaruh langsung terhadap variabel keselamatan kerja.

Uji Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua menyatakan bahwa pengawasan (X2) berpengaruh langsung terhadap keselamatan kerja (Y). Hasil perhitungan koefisien jalur untuk model kausal yang dihipotesiskan diperoleh nilai koefisien jalur $\beta_{yX2} = 0,282$ dengan $t_{hitung} = 2,641$ dan $t_{tabel} = 1,66$ pada $\alpha = 0,05$. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka koefisien jalur ini signifikan, maka H_0 ditolak. Artinya, variabel pengawasan berpengaruh langsung terhadap variabel keselamatan kerja.

Uji Hipotesis Ketiga

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa kesehatan kerja (X3) berpengaruh langsung terhadap keselamatan kerja (Y). Hasil perhitungan koefisien jalur untuk model kausal yang dihipotesiskan diperoleh nilai koefisien jalur $\beta_{yX3} = 0,388$ dengan $t_{hitung} = 4,623$ dan $t_{tabel} = 1,66$ pada $\alpha = 0,05$. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka koefisien jalur ini signifikan, maka H_0 ditolak. Maka variabel lingkungan kerja berpengaruh langsung terhadap variabel keselamatan kerja.

Uji Hipotesis Keempat

Hipotesis keempat bahwa lingkungan kerja (X1) berpengaruh langsung terhadap kesehatan kerja (X3). Hasil perhitungan koefisien jalur untuk model kausal yang dihipotesiskan diperoleh nilai koefisien jalur $\beta_{Y1X1} = 0,418$ dengan $t_{hitung} = 3,100$ dan $t_{tabel} = 1,66$ pada $\alpha = 0,05$. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka koefisien jalur ini signifikan, maka H_0 ditolak. Artinya, variabel kesehatan kerja berpengaruh langsung terhadap variabel lingkungan kerja.

Uji Hipotesis Kelima

Hipotesis kelima menyatakan bahwa pengawasan kerja (X2) berpengaruh langsung terhadap kesehatan kerja (X3). Hasil perhitungan koefisien jalur untuk model kausal yang dihipotesiskan diperoleh nilai koefisien jalur $\beta_{Y1X2} = 0,477$ dengan $t_{hitung} = 3,434$ dan $t_{tabel} = 1,66$ pada $\alpha = 0,05$. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka koefisien jalur ini signifikan, maka H_0 ditolak. Artinya, bahwa variabel pengawasan kerja berpengaruh langsung terhadap variabel lingkungan kerja.

Uji Hipotesis Keenam

Hipotesis keenam menyatakan bahwa lingkungan kerja tidak berpengaruh secara langsung terhadap keselamatan kerja melalui lingkungan kerja. Berdasarkan hasil analisis pengaruh tidak langsung Lingkungan kerja (X1) melalui kesehatan kerja (X3) terhadap keselamatan kerja (Y), diketahui pengaruh langsung yang diberikan lingkungan kerja (X1) terhadap keselamatan kerja (Y) sebesar $= 0,687$. Sedangkan pengaruh pengaruh tidak langsung lingkungan kerja (X1) terhadap keselamatan kerja (Y) melalui kesehatan kerja (X3) adalah hasil perkalian antara nilai beta (X1) terhadap (X3), dengan nilai beta (X3) terhadap (Y), yaitu: $0,308 \times 0,577 = 0,177$. Berdasarkan dari perhitungan nilai pengaruh langsung dari X1 terhadap Y sebesar $= 0,678$ dan pengaruh tidak langsung sebesar $= 0,177$. Maka pengaruh total yang diberikan X1 terhadap Y adalah $= 0,678 + 0,177 = 0,855$. Dengan demikian terbukti bahwa, terdapat pengaruh tidak langsung antara Lingkungan kerja (X1) melalui Kesehatan kerja (X3) terhadap keselamatan kerja (Y).

Uji Hipotesis Ketujuh

Berdasarkan hasil analisis pengaruh tidak langsung pengawasan kerja (X2) melalui Kesehatan Kerja (X3) terhadap keselamatan kerja (Y), diketahui pengaruh langsung yang diberikan pengawasan kerja (X2) terhadap keselamatan kerja (Y) sebesar $= 0,645$. Sedangkan pengaruh tidak langsung pengawasan kerja (X2) terhadap keselamatan kerja (Y) melalui Kesehatan kerja (X3) adalah hasil

perkalian antara nilai beta (X2) terhadap (X3), dengan nilai beta (X3) terhadap (Y), yaitu: $0,465 \times 0,374 = 0,174$. Berdasarkan dari perhitungan nilai pengaruh langsung dari X2 terhadap Y sebesar $= 0,645$ dan pengaruh tidak langsung sebesar $= 0,174$. Maka pengaruh total yang diberikan X2 terhadap Y adalah $= 0,645 + 0,174 = 0,819$. Dengan demikian terbukti bahwa, terdapat pengaruh tidak langsung pengawasan kerja (X2) melalui Kesehatan kerja (X3) terhadap keselamatan kerja (Y).

Pembahasan

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa variabel X memiliki pengaruh positif terhadap variabel Y. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang menemukan adanya pengaruh negatif antara variabel X dan Y, hasil penelitian ini menunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan antara kedua variabel tersebut. Penelitian ini memberikan kontribusi pada penelitian sebelumnya dengan menambahkan variabel baru yang tidak diikutsertakan dalam penelitian sebelumnya. Walaupun penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang sejenis dengan penelitian ini, namun penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi variabel X.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang hanya fokus pada kinerja tertentu, penelitian ini mengkaji keselamatan populasi sehingga memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai fenomena yang diteliti.

SIMPULAN

Adanya pengaruh langsung dan signifikan positif antara Lingkungan Kerja, Pengawasan Kerja, dan Kesehatan Kerja terhadap Keselamatan Kerja TKBM. Oleh karena itu, rekomendasi dari penelitian ini adalah perlunya menindak lanjuti kemungkinan yang berdampak kepada Keselamatan Kerja dan mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk mencapai tujuan operasional. Perusahaan perlu berupaya dalam meningkatkan penanganan kesehatan kerja Tenaga Kerja Bongkar Muat (TKBM) terhadap keselamatan kerja dan apabila terjadi masalah harus diselesaikan sampai tuntas segala permasalahan yang dihadapi pengguna jasa barang, agar pengguna jasa barang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Sebaiknya ada kebijakan pendamping berupa sosialisasi dan edukasi untuk pengguna jasa barang guna mendorong kegiatan bongkar muat tidak ada keterlambatan dalam mengirim barang. Perusahaan harus mewaspadai bahaya yang ditimbulkan dari efek pemuatan batu bara yang mengakibatkan banyak polusi udara yang berdampak jangka Panjang, maka dari itu perusahaan harus dapat memperkirakan penyakit apa yang dapat timbul dikemudian hari, serta harus ada penambahan tenaga medis disetiap pelabuhan, baik Pelabuhan sedang beroperasi maupun Pelabuhan yang tidak dalam keadaan beroperasi, agar semua TKBM dapat berkonsultasi saat terjadinya keluhan kesehatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda A. (2020). *Faktor-faktor yang mempengaruhi pelaksanaan program keselamatan dan kesehatan kerja (k3) pada karyawan pt pln (persero) unit pelayanan transmisi (upt) pekanbaru.*
- Andri Eko Putra. (2012). *Peranan pengawasan dalam meningkatkan efektivitas kerja karyawan pada pt.kereta api (persero) divisi regional iii sumatera selatan.*
- Arif, R. (2017). *Pengaruh Keselamatan dan Kesehatan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi pada Karyawan Bagian Produksi CV. Anugerah Tani Makmur).* *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 6(1). <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/4466>

- Dyah Savitri, E., Andy, D., Hermanto, W., Program, T., Kalk, S., & Semarang, P. (2019). *Optimalisasi penggunaan alat keselamatan kerja terhadap tenaga kerja bongkar muat guna menunjang proses bongkar muat di pelabuhan semen indonesia tuban*. In *Jurnal Dinamika Bahari* (Vol. 9, Issue 2).
- Hakim Zakkiy Fasya, A. (2022). *Analysis of occupational health and safety risks in the manufacturing industry with the hirarc method at pt. X*. <http://devotion.greenvest.co.id>
- Harini, S., & Andri Yani, M. (2019). *Occupational health safety and physical work environment conditions on employee performance*. In *Indonesian Journal of Social Research (IJSR)* (Vol. 1).
- Hariska, M., & Nainggolan, N. P. (2022). *Effect of work environment and occupational health safety on employee performance at pt. schneider electric batam*. in *jim UPB Journal of Management Studies Program Universitas Putera Batam* (Vol. 10, Issue 2).
- Joy E. (2020). *The Role of Supervisory Support on Workers' Health and Safety Performance*. *Health Communication*, 35(3), 364–374. <https://doi.org/10.1080/10410236.2018.1563033>
- Juliaudrey Tampubolon, L. (2015). *Kebijakan dan Manajemen Publik Efektivitas Pengawasan Keselamatan dan Kesehatan Kerja Oleh Dinas Sosial dan Tenaga Kerja Kabupaten Sidoarjo sebagai Upaya Mewujudkan Budaya K3*.
- Leony, M., Astari, M., Suidarma, M., Manajemen, J., Ekonomi, F., Bisnis, D., Kunci, K., Implementasi, :, Dan, K., Kerja, K., & Kesehatan, M. (2022). *Implementasi Sistem Manajemen Kesehatan dan Keselamatan Kerja (SMK3) pada PT ANTAM Tbk*.
- Munardi, H. T., Djuhartono, T., & Sodik, N. (2021). *Pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan pada pt national finance*.
- Noufal, M. F. (2020). *Pengaruh Pengawasan Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Kabupaten Tanggamus*.
- Nur Isma Mardlotillah. (2020). *Higeia journal of public health research and development*. <https://doi.org/10.15294/higeia.v4iSpecial%201/40911>
- Paputungan, R., Ruru, J. M., & Tampongangoy, D. L. (2019). *Pengawasan pemerintah daerah pada peredaran minuman beralkohol di kecamatan pinolosian timur kabupaten bolaang mongondow selatan*.
- Pima, N., Bambang, R., Prasetya, S. A., Kunci, K., Lingkungan, :, Fisik, K., Kerja, L., Fisik, N., & Karyawan, K. (2014). *Pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan* (Studi pada Karyawan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Utara). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* (Vol. 8, Issue 2).
- Pusparani, M. (2021). *Faktor yang mempengaruhi kinerja pegawai (suatu kajian studi literatur manajemen sumber daya manusia)*. 2(4). <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4>
- Qurbani, D., Selviyana, U., Surya, J. L., No, K., & Selatan -Banten, P. T. (2018). *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen pengaruh keselamatan & kesehatan kerja (k3) terhadap kinerja karyawan pada pt. trakindo utama cabang bsd articles information abstract jurnal ilmiah manajemen forkamma prodi magister manajemen & forkamma unpam*. 1(3), 110–129.
- Rezha Avrimilano1, R. S. E. G. (2019). *Analisa kajian kesehatan dan keselamatan kerja dalam rangka meningkatkan kinerja pegawai perusahaan*.
- Roharto, T., & Kasmir, D. (2017). *terhadap kinerja pada PT pelabuhan indonesia ii (persero) Jakarta (Studi Kasus Pada Proyek Pengerukan Pembangunan TPK Kalibaru)*. In *Jurnal SWOT: Vol. VII* (Issue 1).
- Saputra, A. (2020). *pengaruh pengawasan kerja dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan pada PT Centric Powerindo di Kota Batam effect of work supervision and employee discipline on employee performance at pt centric powerindo in Batam city*. *Pengaruh Pengawasan. .. Jurnal EMBA*, 8(1), 672–683.
- Simbolon, J. (2017). *Pengaruh k3 dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan pt. dwi lestari nusantara* (Vol. 5, Issue 2).

- Sriwahyuni, I., Said, A., & Mustari, N. (2021). *Pengaruh pengawasan terhadap kinerja pegawai di kantor Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa*.
<https://journal.unismuh.ac.id/index.php/kimap/index>
- Syamsul Bahri, Mappamiring, & Jaelan Usman. (2022). *Pengaruh penerapan kesehatan dan keselamatan kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. Peln Labuan Bajo*.
- Taufiq, A., Hidayat, N. K., & Basbeth, F. (2022). *The Analysis of Leadership and Safety Behavior towards Safety Culture through Safety Climate*. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i3.6902>
- Wahyudi J, & Willy R. (2020). *Effect of work safety, work health and work environment on work productivity of PT. Yambala Indonesia*.

Pengaruh ROA, NPM, DER, dan TATO terhadap Harga Saham Perusahaan Transportasi

Ricky Bryan D. P. Tampubolon^{1*}, Hani Agustin²

^{1,2} Program Studi Akuntansi, Universitas Bunda Mulia, Tangerang, Indonesia
rickybryan.tampubolon@gmail.com

Received 23 Maret 2023 | Revised 23 Maret 2023 | Accepted 29 Mei 2023

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Riset ini bermaksud menguji return on asset (ROA), net keuntungan batas (NPM), debt to equity ratio (DER), serta keseluruhan asset turnover (TATO) kepada harga saham industri pemindahan di Pasar uang Dampak Indonesia (BEI). Tidak hanya itu, riset ini pula bermaksud buat mencoba apakah harga minyak bumi berfungsi selaku elastis moderasi pada ikatan itu. Jenis yang dipakai pada riset ini merupakan kuantitatif dengan metode pengumpulan ilustrasi memakai purposive sampling. Informasi yang dipakai pada riset ini merupakan informasi tahunan dari industri pemindahan yang tertera di BEI daam tahun 2017- 2021. Hasil anaisa informasi membuktikan kaau NPM mempengaruhi positif penting kepada harga saham, sedangkan ROA, DER, serta TATO tidak mempengaruhi penting kepada harga saham. Dengan cara simultan, ROA, NPM, DER, serta TATO mempengaruhi harga saham. Tetapi, harga minyak bumi tidak memoderasi akibat keempat elastis itu kepada harga saham. Hasil riset ini bisa membagikan partisipasi untuk para penanam moda serta administrator industri pada mengutip ketetapan pemodaan serta strategi bidang usaha di pasar saham.

Kata Kunci: Return On Asset; Net Profit Margin; Debt To Equity Ratio; Tota Asset Turnover; Harga Minyak Dunia; Harga Saham

Abstract

This research aims to examine the effect of return on asset (ROA), net profit margin (NPM), debt to equity ratio (DER), and tota asset turnover (TATO) on the stock price of transportation companies listed in the Indonesian Stock Exchange (BEI). Additionally, this study aso aims to test whether the world oil price plays a moderating role in this relationship. The method used in this research is quantitative with purposive sampling as the sampling technique. The data used in this study are annua data of transportation companies listed in BEI from 2017 to 2021. The results of data anaysis show that NPM has a significant positive effect on stock price, while ROA, DER, and TATO do not have a significant effect on stock price. Simultaneously, ROA, NPM, DER, and TATO have a significant effect on stock price. However, the world oil price does not moderate the effect of these four variables on stock price. The findings of this research can contribute to investors and corporate managers in making investment decisions and business strategies in the stock market.

Keywords: Return On Asset; Net Profit Margin; Debt To Equity Ratio; Tota Asset Turnover; World Oil Prices; Stock Prices.

PENDAHULUAN

Kemajuan ekonomi terus menjadi perih lengkap daam berbagai kajian. Perih ini nampak dari instabilitas yang sangat penting, termasuk harga minyak bumi yang kerap kali hadapi lonjakan yang

besar. Sebagai konsekuensinya, sektor transportasi tergantung daam bahan bakar fosil, termasuk minyak, kerap kali hadapi tekanan daam kinerjanya (Hermawan & Yuwono, 2012; Susanti et al., 2018).

Indonesia mempunyai banyak industri transportasi yang bekerja sampai saat ini. Sebagian dari industri itu sudah menjual sahamnya pada warga. Pemasaran saham mini membuat perusahaan-perusahaan ini jadi industri terbuka. Oleh sebab itu, warga bisa melihat kemajuan industri melewati annual report yang diterbitkan oleh industri (Arifin et al., 2017; Suwarno, 2019). Harga saham sangat penting untuk dijadikan sebagai dasar pertimbangan oleh investor dalam melakukan investasi. Ini disebabkan karena harga saham mencerminkan nilai dari suatu perusahaan. Saham yang murah mengindikasikan bahwa perusahaan penerbit saham tersebut tidak memiliki prospek yang bagus (Martiani, 2019; Nur'aidawati, 2018).

Pentingnya sektor transportasi seharusnya menarik minat para investor untuk melakukan investasi di perusahaan yang bergerak di bidang ini. Akan tetapi, investor tidak serta merta akan menginvestasikan uangnya dalam bentuk saham hanya dengan melihat sektornya saja (A Abror & Manullang, 2019; Djuharni & Pangesti, 2020). Dalam konteks ini, penting bagi investor dan manajemen perusahaan transportasi untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi harga saham perusahaan transportasi. Investor akan menilai perusahaan terlebih dahulu melalui *return on asset*, *net profit margin*, *debt to equity ratio*, *total asset turnover*, dan harga saham sebelum melakukan investasi. Rasio keuangan ini dianggap sebagai indikator penting untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan dan seringkali digunakan sebagai alat analisis untuk mengevaluasi potensi investasi. Lebih jauh lagi, pengukuran rasio finansial bahkan dapat digunakan untuk merespon krisis finansial Pratiwi & Kurniawan (2018).

Dalam situasi fluktuasi harga minyak dunia yang sangat tinggi, pengaruh dari rasio keuangan terhadap harga saham perusahaan transportasi mungkin tidak lagi konsisten. Oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan faktor eksternal, seperti harga minyak dunia, sebagai variabel moderasi dalam mempelajari pengaruh rasio keuangan terhadap harga saham perusahaan transportasi. Ini menimbulkan sebuah pertanyaan baru terkait apakah faktor eksternal seperti harga minyak dunia dapat memoderasi pengaruh dari rasio keuangan terhadap harga saham perusahaan transportasi. Hal ini penting untuk dipelajari karena perusahaan transportasi cenderung sangat bergantung pada harga bahan bakar dan fluktuasi harga minyak dunia dapat memengaruhi kinerja keuangan perusahaan-perusahaan ini.

Harga BBM dipengaruhi oleh harga minyak dunia. Harga minyak dunia yang naik sebenarnya merupakan pertanda bahwa daya beli global semakin meningkat. Peningkatan tersebut seharusnya menumbuhkan optimisme investor dalam investasi saham. (Priatna, 2016; Saptanto et al., 2017) Optimisme tersebut juga seharusnya dapat memberikan efek positif terhadap harga saham. Akan tetapi, hal ini bisa saja berbeda pada perusahaan transportasi karena kenaikan harga BBM juga berarti kenaikan harga layanan. Kenaikan harga layanan juga dapat berarti penurunan permintaan. Oleh karena itu, dampak harga minyak dunia belum dapat dipastikan pada harga saham perusahaan transportasi (Saputra et al., 2017; Suwarno, 2019).

Saham merupakan wujud kepemilikan industri serta owner saham berkuasa menemukan profit industri ataupun yang sering diucapkan dengan dividen Hasan, et al. (2022). Saham ialah instrumen pemodaan yang banyak disukai oleh masyarakat/warga serta para pelaku pasar modal. Saham jadi salah satu penanda aktivitas ekonomi. Owner saham mempunyai hak buat mendapatkan profit dari industri pada wujud dividen. Dividen ialah keuntungan industri pada para pemegang saham selaku wujud apresiasi atas kepemilikan saham mereka. Tidak hanya itu, owner saham bisa mendapatkan profit dari eksistensi harga saham bila industri mempunyai penampilan yang bagus serta bertumbuh. Oleh sebab itu, banyak penanam modal yang ingin mendanakan di pasar saham sebagai usaha buat memaksimalkan pengelolaan keuangannya. Tetapi, ketetapan buat mendanakan di pasar saham harus memikirkan resiko terkait pemodaan. Dengan begitu, harga saham yang turun membawa bahaya untuk perekonomian serta menyusutkan keyakinan penanam modal pada industri menurut Herawati & Riswandari (2022).

Return on asset (ROA) adalah salah satu rasio keuangan yang paling sering digunakan untuk mengukur efektivitas suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari aset yang dimilikinya. ROA merupakan perbandingan antara laba sebelum pajak dengan rata-rata total aset dalam suatu periode (Fauziah, 2017). Semakin tinggi nilai ROA, semakin efektif suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari aset yang dimilikinya. ROA yang tinggi dapat menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan keuntungan yang baik dengan aset yang dimiliki, sementara ROA yang rendah dapat menunjukkan bahwa perusahaan tidak efektif dalam menggunakan asetnya untuk menghasilkan keuntungan.

Net profit margin (NPM) adalah margin yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mencetak laba bersih (Zulfikar, 2016). NPM merupakan salah satu rasio keuangan yang penting dalam mengevaluasi kinerja keuangan suatu perusahaan. Rasio ini menunjukkan persentase dari penjualan perusahaan yang menjadi laba bersih setelah memperhitungkan semua biaya dan beban. NPM digunakan untuk mengukur efisiensi perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari setiap unit penjualan. Semakin tinggi NPM, semakin efisien perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari setiap unit penjualan yang dilakukannya. Hal ini dapat menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengelola biaya dan beban dengan efektif, sehingga mampu memaksimalkan laba bersihnya. Sebaliknya, NPM yang rendah dapat menunjukkan bahwa perusahaan memiliki masalah dalam mengendalikannya biaya dan beban, sehingga mengurangi kemampuan perusahaan untuk mencetak laba bersih yang sehat.

Debt to equity ratio (DER) adalah ukuran yang dipakai dalam menganalisis laporan keuangan untuk memperlihatkan besarnya jaminan yang tersedia untuk kreditor (Hidayat, 2018). DER umum digunakan untuk mengukur seberapa besar liabilitas finansial suatu perusahaan dibandingkan dengan ekuitasnya. Rasio ini dapat memberikan gambaran tentang seberapa banyak perusahaan bergantung pada pinjaman untuk membiayai operasinya. DER menghitung perbandingan antara total utang perusahaan dengan modal ekuitas yang dimilikinya. Semakin tinggi DER, semakin banyak utang yang dimiliki oleh perusahaan dalam hubungannya dengan ekuitas. Hal ini dapat menunjukkan bahwa perusahaan membutuhkan pinjaman yang lebih banyak untuk mendanai kegiatannya dan mungkin juga berisiko tinggi bagi kreditor. Sebaliknya, DER yang rendah menunjukkan bahwa perusahaan memiliki lebih banyak ekuitas daripada utang, yang dapat memperlihatkan kestabilan keuangan perusahaan dan lebih menarik bagi investor.

Total asset turnover menghitung seberapa besar pendapatan atau penjualan yang diperoleh perusahaan melalui aset yang dimilikinya (Sukamulja, 2022). Rasio keuangan ini digunakan untuk mengukur seberapa efisien perusahaan dalam menggunakan aset yang dimilikinya untuk menghasilkan pendapatan atau penjualan. Semakin tinggi *total asset turnover*, semakin efisien perusahaan dalam menghasilkan pendapatan atau penjualan dari aset yang dimilikinya. Hal ini dapat menunjukkan bahwa perusahaan mampu memanfaatkan asetnya secara efektif dan efisien untuk menciptakan nilai bagi pemegang sahamnya. Sebaliknya, *total asset turnover* yang rendah dapat menunjukkan bahwa perusahaan tidak mampu memanfaatkan asetnya secara efektif, yang dapat berdampak negatif pada kinerja keuangan perusahaan.

Harga merupakan nilai yang harus dibayarkan oleh konsumen kepada penjual atas barang atau jasa yang dibelinya (Enru, Kalangi, 2021). Minyak dunia dilihat harganya berdasarkan harga spot pasar minyak dunia. Standar yang digunakan untuk menentukan harga minyak dunia adalah West Texas Intermediate (WTI). WTI menjual minyak jenis *light-weight* yang memiliki kadar belerang yang rendah. Minyak tersebut merupakan minyak berkualitas tinggi sehingga banyak digunakan sebagai standar harga minyak dunia.

Penelitian terdahulu telah menunjukkan bahwa harga minyak dunia dan rasio keuangan memengaruhi harga saham perusahaan transportasi. Namun, masih kurang penelitian yang fokus pada apakah harga minyak dunia memoderasi pengaruh dari rasio keuangan tersebut terhadap harga saham

perusahaan transportasi. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengeksplorasi hubungan antara harga minyak dunia, ROA, NPM, DER, dan TATO terhadap harga saham perusahaan transportasi.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif (Sugiyono, 2019). Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan transportasi yang terdaftar di BEI tahun 2017 - 2021. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai bagaimana harga minyak dunia memoderasi pengaruh dari rasio keuangan terhadap harga saham perusahaan transportasi. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan informasi yang berguna bagi investor, manajemen perusahaan, dan regulator di sektor transportasi.

Dengan menggunakan data dari perusahaan transportasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam periode 2017 - 2021, penelitian ini akan menganalisis hubungan antara harga minyak dunia, ROA, NPM, DER, dan TATO terhadap harga saham perusahaan transportasi, serta mempertimbangkan pengaruh moderasi dari harga minyak dunia. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan teori dan praktik di bidang investasi dan manajemen perusahaan transportasi.

HASIL dan PEMBAHASAN

Hasil tentang uji normalitas dengan menggunakan one-sample kolmogrov Smirnov test ditunjukkan pada tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		78
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,04565817
Most Extreme Differences	Absolute	,065
	Positive	,065
	Negative	-,046
Test Statistic		,065
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Tabel pengujian normalitas dengan metode Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,200. Berdasarkan nilai ini, maka data pada penelitian ini adalah normal ($0,200 > 0,05$).

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Return on Asset	,849	1,177
	Net Profit Margin	,793	1,260
	Debt to Equity Ratio	,975	1,025
	Total Asset Turnover	,920	1,087
	Harga Minyak Dunia	,968	1,033

a. Dependent Variable: Harga Saham

Berdasarkan gambar di atas, dapat dilihat bahwa masing-masing variabel penelitian memiliki nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) kurang dari 10. Hal ini menunjukkan bahwa data yang digunakan pada penelitian ini tidak memiliki gejala multikolinearitas.

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1,171	1,580		-,741	,461
Return on Asset	,002	,005	,056	,453	,652
Net Profit Margin	,001	,001	,089	,694	,490
Debt to Equity Ratio	,000	,000	,176	1,525	,132
Total Asset Turnover	-,017	,036	-,057	-,480	,633
Harga Minyak Dunia	,522	,389	,156	1,340	,184

a. Dependent Variable: ABS_RES

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk masing-masing variabel adalah lebih besar dari 0,05, yaitu 0,652, 0,490, 0,132, 0,633, dan 0,184. Hal ini menunjukkan bahwa data tidak menunjukkan masalah heteroskedastisitas.

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,318 ^a	,101	,039	1,08136	1,834

a. Predictors: (Constant), Harga Minyak Dunia, Net Profit Margin, Debt to Equity Ratio, Total Asset Turnover, Return on Asset

b. Dependent Variable: Harga Saham

Tabel di atas menunjukkan angka Durbin-Watson sebesar 1,834. Nilai du untuk penelitian ini adalah sebesar 1,7708. Oleh karena $1,7708 < 1,834 < 2,2292$ (4-du), maka ini menunjukkan bahwa data tidak memiliki masalah autokorelasi.

Tabel 5. Hasil Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,248	,155		33,953	,000
	Return on Asset	,007	,004	,163	1,447	,152
	Net Profit Margin	,002	,001	,236	2,015	,048
	Debt to Equity Ratio	,000	,000	,193	1,846	,069
	Total Asset Turnover	,047	,032	,157	1,443	,153

a. Dependent Variable: Harga Saham

Interpretasi dari hasil regresi linear berganda yaitu hasil konstanta dari persamaan linear berganda ini adalah 5,248. Hal tersebut mengindikasikan bahwa apabila *return on asset*, *net profit margin*, *debt to equity ratio*, dan *total asset turnover* bernilai konstan, maka nilai dari harga saham adalah 5,248. Koefisien regresi untuk variabel *return on asset* adalah sebesar 0,007 dan bertanda positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap adanya kenaikan variabel *return on asset*, maka akan mengakibatkan variabel harga saham naik sebesar 0,007. Pada koefisien regresi untuk variabel *net profit margin* adalah sebesar 0,002 dan bertanda positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap adanya kenaikan variabel *net profit margin*, maka akan mengakibatkan variabel harga saham naik sebesar 0,002. Untuk koefisien regresi untuk variabel *debt to equity ratio* adalah sebesar 0,000 dan bertanda positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap adanya kenaikan variabel *debt to equity ratio*, maka tidak akan mengakibatkan perubahan pada variabel harga saham. Sedangkan koefisien regresi untuk variabel *total asset turnover* adalah sebesar 0,047 dan bertanda positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap adanya



kenaikan variabel *total asset turnover*, maka akan mengakibatkan variabel harga saham naik sebesar 0,047.

Tabel 6. Hasil Regresi Moderasi
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	10,692	7,317		1,461	,149
	Return on Asset	-,080	,129	-2,022	-,622	,536
	Net Profit Margin	,044	,025	6,051	1,746	,085
	Debt to Equity Ratio	-,006	,004	-9,437	-1,317	,192
	Total Asset Turnover	-2,473	1,838	-8,320	-1,345	,183
	Harga Minyak Dunia	-1,300	1,777	-,397	-,732	,467
	Return on Asset * Harga Minyak Dunia	,024	,033	2,394	,710	,480
	Net Profit Margin * Harga Minyak Dunia	-,010	,006	-5,913	-1,656	,102
	Debt to Equity Ratio * Harga MInyak Dunia	,001	,001	9,671	1,350	,182
	Total Asset Turnover * Harga Minyak Dunia	,612	,446	9,508	1,371	,175

a. Dependent Variable: Harga Saham

Regresi moderasi $Y = 10,692 - 0,080 + 0,044 - 0,006 - 2,473 - 1,300 + 0,024 - 0,010 + 0,001 + 0,612 + e$

Interpretasi dari regresi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Koefisien regresi untuk variabel *return on asset* yang dimoderasi harga minyak dunia adalah sebesar 0,024 dan bertanda positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap adanya kenaikan variabel “*return on asset* x harga minyak dunia”, maka akan mengakibatkan variabel harga saham naik sebesar 0,024.
2. Koefisien regresi untuk variabel *net profit margin* yang dimoderasi harga minyak dunia adalah sebesar 0,010 dan bertanda negatif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap adanya kenaikan variabel “*net profit margin* x harga minyak dunia”, maka akan mengakibatkan variabel harga saham turun sebesar 0,010.
3. Koefisien regresi untuk variabel *debt to equity ratio* yang dimoderasi harga minyak dunia adalah sebesar 0,001 dan bertanda positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap adanya kenaikan variabel “*debt to equity ratio*”, maka akan mengakibatkan variabel harga saham naik sebesar 0,001.
4. Koefisien regresi untuk variabel *total asset turnover* yang dimoderasi harga minyak dunia adalah sebesar 0,612 dan bertanda positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap adanya kenaikan variabel “*total asset turnover*”, maka akan mengakibatkan variabel harga saham naik sebesar 0,612.

Koefisien Determinasi

Tabel 7. Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,577 ^a	,333	,296	,41281

a. Predictors: (Constant), Total Asset Turnover, Debt to Equity Ratio, Return on Asset, Net Profit Margin

Tabel di atas menunjukkan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,577. Berdasarkan nilai tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel independen dan variabel dependen memiliki derajat hubungan (korelasi) sebesar 57,7%.

Nilai koefisien determinasi *adjusted R Square* adalah sebesar 0,333. Ini menunjukkan bahwa 33,3% dari variabel harga saham dapat dijelaskan oleh variabel *return on asset*, *net profit margin*, *debt*



to equity ratio, dan total asset turnover. Nilai sisa sebesar 66,7% adalah berasal dari variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

Tabel 8. Koefisien Determinasi setelah Moderasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,733 ^a	,537	,476	,35627

a. Predictors: (Constant), Total Asset Turnover * Harga Minyak Dunia, Debt to Equity Ratio * Harga Minyak Dunia, Return on Asset, Harga Minyak Dunia, Net Profit Margin, Net Profit Margin * Harga Minyak Dunia, Return on Asset * Harga Minyak Dunia, Total Asset Turnover, Debt to Equity Ratio

Setelah moderasi, maka hasil analisis menunjukkan angka *adjusted R Square* sebesar 0,537. Ini menunjukkan bahwa 53,7% dari variabel harga saham dapat dijelaskan oleh variabel *return on asset*, *net profit margin*, *debt to equity ratio*, dan *total asset turnover* yang dimoderasi oleh variabel harga minyak dunia. Nilai sisa sebesar 46,3% adalah berasal dari variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 9. Hasil Uji t (Parsial)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,248	,155		33,953	,000
	Return on Asset	,007	,004	,163	1,447	,152
	Net Profit Margin	,002	,001	,236	2,015	,048
	Debt to Equity Ratio	,000	,000	,193	1,846	,069
	Total Asset Turnover	,047	,032	,157	1,443	,153

a. Dependent Variable: Harga Saham

Hasil analisis uji t yang dilakukan terhadap penelitian ini menunjukkan *return on asset* memiliki nilai t hitung sebesar 1,447 dan signifikansi sebesar 0,152. Oleh karena $0,152 > 0,05$, maka H1 ditolak. *Net profit margin* memiliki nilai t hitung sebesar 2,015 dan signifikansi sebesar 0,048. Oleh karena $0,048 < 0,05$, maka H2 diterima. Pada *debt to equity ratio* memiliki nilai t hitung sebesar 1,846 dan signifikansi sebesar 0,069. Oleh karena $0,069 > 0,05$, maka H3 ditolak. *Total asset turnover* memiliki nilai t hitung sebesar 1,443 dan signifikansi sebesar 0,153. Oleh karena $0,153 > 0,05$, maka H4 ditolak.

Tabel 10. Hasil Uji F (Simultan)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6,201	4	1,550	9,096	,000 ^b
	Residual	12,440	73	,170		
	Total	18,641	77			

a. Dependent Variable: Harga Saham

b. Predictors: (Constant), Total Asset Turnover, Debt to Equity Ratio, Return on Asset, Net Profit Margin

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 atau dengan kata lain, lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H5 diterima.

Pembahasan

Pengaruh ROA terhadap Harga Saham

Analisis menunjukkan bahwa *return on asset* memiliki nilai t hitung sebesar 1,447 dan signifikansi sebesar 0,152 sehingga H1 ditolak. Ini membuktikan bahwa *return on asset* tidak berpengaruh terhadap harga saham. Hal ini berbeda dengan hasil penelitian seperti Darmawan & Megawati (2022); Firdauzi (2019); Rahmawaty Arifiani (2019). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ROA berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hutapea et al. (2017); SARI et al. (2020); Veny (2019). Penelitian yang dilakukan oleh peneliti-peneliti tersebut menemukan bahwa *return on asset* tidak berpengaruh terhadap harga saham.

Pengaruh NPM terhadap Harga Saham

Analisis menunjukkan bahwa *net profit margin* memiliki nilai t hitung sebesar 2,015 dan signifikansi sebesar 0,048 sehingga H2 diterima. Ini membuktikan bahwa *net profit margin* berpengaruh positif signifikan terhadap harga saham. Hasil penelitian ini sejalan yang dilakukan oleh Martiani (2019) ; Triyanti & Susila (2021). Penelitian yang dilakukan oleh peneliti-peneliti tersebut menemukan bahwa *net profit margin* berpengaruh positif signifikan terhadap harga saham.

Pengaruh DER terhadap Harga Saham

Analisis menunjukkan bahwa *debt to equity ratio* memiliki nilai t hitung sebesar 1,846 dan signifikansi sebesar 0,069 sehingga H3 ditolak. Ini membuktikan bahwa *debt to equity ratio* tidak berpengaruh terhadap harga saham. Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Veny (2019) ; Lombogia et al. (2020). Penelitian yang dilakukan oleh peneliti-peneliti tersebut menemukan bahwa *debt to equity ratio* tidak berpengaruh terhadap harga saham.

Pengaruh TATO terhadap Harga Saham

Analisis menunjukkan bahwa *total asset turnover* memiliki nilai t hitung sebesar 1,443 dan signifikansi sebesar 0,153 sehingga H4 ditolak. Ini membuktikan bahwa *total asset turnover* tidak berpengaruh terhadap harga saham. Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Nur'aidawati (2018); Wulandari et al. (2020). Penelitian yang dilakukan oleh peneliti-peneliti tersebut menemukan bahwa *total asset turnover* tidak berpengaruh terhadap harga saham.

Pengaruh ROA, NPM, DER, dan TATO terhadap Harga Saham

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi adalah sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 sehingga H5 diterima. Ini membuktikan bahwa *return on asset*, *net profit margin*, *debt to equity ratio*, dan *total asset turnover* secara simultan memengaruhi harga saham.

Pengaruh ROA terhadap Harga Saham yang Dimoderasi Harga Minyak Dunia

Nilai signifikansi menunjukkan angka sebesar 0,480 atau lebih besar dari 0,05 sehingga H6 ditolak. Ini membuktikan bahwa harga minyak dunia tidak memoderasi pengaruh *return on asset* terhadap harga saham. Harga minyak dunia merupakan faktor yang memengaruhi biaya operasional perusahaan transportasi, namun tidak langsung mempengaruhi *return on asset*. Walaupun harga minyak dunia meningkat, perusahaan transportasi dapat menyesuaikan tarif untuk menutupi biaya yang lebih tinggi.

Pengaruh NPM terhadap Harga Saham yang Dimoderasi Harga Minyak Dunia

Nilai signifikansi menunjukkan angka sebesar 0,102 atau lebih besar dari 0,05 sehingga H7 ditolak. Ini membuktikan bahwa harga minyak dunia tidak memoderasi pengaruh *net profit margin* terhadap harga saham. *Net profit margin* merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan

dalam mengonversi penjualan menjadi laba. Perusahaan yang memiliki *net profit margin* yang tinggi adalah tanda bahwa perusahaan mampu mengatasi harga minyak dunia yang berfluktuasi. Hal ini mengakibatkan investor tidak memasukkan harga minyak dunia dalam mempertimbangkan *net profit margin* ketika melakukan permintaan terhadap saham.

Pengaruh DER terhadap Harga Saham yang Dimoderasi Harga Minyak Dunia

Nilai signifikansi menunjukkan angka sebesar 0,182 atau lebih besar dari 0,05 sehingga H8 ditolak. Ini membuktikan bahwa harga minyak dunia tidak memoderasi pengaruh *debt to equity ratio* terhadap harga saham. Investor lebih cenderung melihat kemampuan perusahaan dalam mengumpulkan modal ketika mempertimbangkan *debt to equity ratio*. Rendahnya *debt to equity ratio* adalah tanda perusahaan menerapkan kebijakan utang yang selektif dan lebih mengandalkan modal sendiri untuk menjalankan bisnisnya. Ini menyebabkan investor tidak memasukkan harga minyak dunia dalam mempertimbangkan *debt to equity ratio* ketika melakukan permintaan terhadap harga saham.

Pengaruh TATO terhadap Harga Saham yang Dimoderasi Harga Minyak Dunia

Nilai signifikansi menunjukkan angka sebesar 0,175 atau lebih besar dari 0,05 sehingga H9 ditolak. Ini membuktikan bahwa harga minyak dunia tidak memoderasi pengaruh *total asset turnover* terhadap harga saham. Harga minyak dunia kurang menjadi pertimbangan bagi investor asalkan perusahaan dapat memanfaatkan asetnya untuk menghasilkan penjualan. Dengan kata lain, selama perusahaan dapat terus menghasilkan penjualan, maka investor tidak akan memasukkan harga minyak dunia ke dalam pertimbangannya ketika melakukan permintaan terhadap saham.

SIMPULAN

Hasil analisis data menunjukkan bahwa NPM berpengaruh positif signifikan terhadap harga saham, sementara ROA, DER, dan TATO tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Secara simultan, ROA, NPM, DER, dan TATO berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Namun, harga minyak dunia tidak memoderasi pengaruh keempat variabel tersebut terhadap harga saham. Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi para investor dan manajer perusahaan dalam mengambil keputusan investasi dan strategi bisnis di pasar saham.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Abror, B. H., & Manullang, O. R. (2019). Layanan Transportasi dalam Pengembangan Pariwisata di Kabuapten Kerinci. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTRANSLOG)*, 6(2). <https://doi.org/10.54324/j.mtl.v6i2.306>
- Arifin, L. S., Paendong, M., & Langi, Y. (2017). Implementasi Model Transportasi pada Distribusi LPG (Liquid Petroleum Gas) 3 Kg di Sulawesi Utara. *D'CARTESIAN*, 6(1). <https://doi.org/10.35799/dc.6.1.2017.15838>
- Darmawan, R. L., & Megawati, L. (2022). Pengaruh ROA, ROE, EPS Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Semen Di Bursa Efek Indonesia. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 6(2). <https://doi.org/10.58258/jisip.v6i2.3033>
- Djuhari, D., & Pangesti, W. D. (2020). Makna Bonus Bagi Pengemudi Transportasi Online. *Akutansi Bisnis & Manajemen (ABM)*, 27(1), 66. <https://doi.org/10.35606/jabm.v27i1.567>
- Enru, Kalangi, W. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Bengkel Planet Motor Tumpaan. *Productivity*, 2(7), 561–565.
- Fauziah, F. (2017). *Kesehatan Bank, Kebijakan Dividen dan Nilai Perusahaan*. Samarinda: RV Pustaka Horizon.
- Firdauzi, F. F. (2019). *Pengaruh Return On Assets (ROA), Return On Equity (ROE), Dan Net Profit*

Margin (NPM) Terhadap Harga Saham.

- Hasan, S., Elpisah, Sabtohadhi, J., Nurwahidah, Abdullah, & F. (2022). *Manajemen Keuangan*. Banyumas: CV Pena Persada.
- Herawati, S. W., & Riswandari, E. (2022). Pengaruh Enterprise Risk Management & Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan Yang Tercantum Dalam Indeks Lq45 Bei. *Ultimaccounting Jurnal Ilmu Akuntansi*, 14(2), 385–401. <https://doi.org/10.31937/akuntansi.v14i2.2931>
- Hermawan, A., & Yuwono, D. M. (2012). Kebijakan harga dasar dan harga pembelian pemerintah sebagai indikator keberpihakan pemerintah terhadap petani padi dan konsumen beras. *Prosiding Penguatan Agribisnis Perberasan Guna Mewujudkan Kemandirian Dan Kesejahteraan Petani*.
- Hidayat, W. W. (2018). Dasar-Dasar Analisa Laporan Keuangan. In *Suparyanto dan Rosad (2015)* (Vol. 5, Issue 3). Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Hutapea, A. W., Saerang, I. S., & Joy E. Tulung. (2017). Pengaruh Return on Assets, Net Profit Margin, Debt To Equity Ratio, Dan Total Assets Turnover Terhadap Harga Saham Industri Otomotif Dan Komponen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal EMBA*, 5(1), 541–552.
- Lombogia, A. J. G., Vista, C., & Dini, S. (2020). Pengaruh Current Ratio, Debt To Equity Ratio, Net Profit Margin, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Otomotif Dan Komponen Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2013-2017. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(1), 158–173. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i1.138>
- Martiani, N. L. D. (2019). Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2013-2016. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 10(2), 668. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v10i2.20160>
- Nur'aidawati, S. (2018). Pengaruh Current Ratio (CR), Total Asset Turnover (TATO), Debt To Equity Ratio (DER) dan Return On Asset (ROA) Terhadap Harga Saham dan Dampaknya Pada Nilai Perusahaan. *Jurnal SEKURITAS (Saham, Ekonomi, Keuangan Dan Investasi)*, 1(3), 70–83.
- Pratiwi, D., & Kurniawan, B. (2018). Pengaruh Penerapan Manajemen Risiko Terhadap Kinerja Keuangan Industri Perbankan. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 10(1). <https://doi.org/10.30813/jab.v10i1.988>
- Priatna, H. (2016). Pengukuran Kinerja Perusahaan Dengan Rasio Profitabilitas. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 7(2).
- Rahmawaty Arifiani. (2019). Pengaruh Return on Asset (Roa) Dan Return on Equity (Roe) Terhadap Harga Saham Berdasarkan Closing Price (Studi Kasus Pada Perusahaan Jasa Sub Sektor Telekomunikasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Bisnis*, 7(1), 1–20.
- Saptanto, S., Zamroni, A., Ramadhan, A., & Wijaya, R. A. (2017). ANALISIS KEBIJAKAN DAMPAK PENYESUAIAN HARGA BBM BERSUBSIDI UNTUK NELAYAN. *Jurnal Kebijakan Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*, 6(2). <https://doi.org/10.15578/jksekp.v6i2.3328>
- Saputra, I. K. G., Purnawangsa, I. B. A., & Artini, L. G. S. (2017). Reaksi Pasar Di Sekitar Peristiwa Kenaikan Harga BBM Pada Return Saham IDX30 Di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(3).
- SARI, D. W., Suyadi, S., Triharyati, E., Fitria, F., & Irsal, E. (2020). Pengaruh Roa, Npm, Dan Eps Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Subsektor Perkebunan Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Teknologi Informasi Akuntansi*, 1(2). <https://doi.org/10.36085/jakta.v1i2.1130>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (1st ed.). Penerbit Alfabeta.
- Sukamulja, S. (2022). Analisis Laporan Keuangan sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Investasi. In *Business and Economics*.
- Susanti, A., Karyanto, O., Affianto, A., Ismail, I., Pudyatmoko, S., Aditya, T., Haerudin, H., & Nainggolan, H. A. (2018). Understanding the Impacts of Recurrent Peat Fires in Padang Island –

- Riau Province, Indonesia. *Jurnal Ilmu Kehutanan*, 12(1). <https://doi.org/10.22146/jik.34126>
- Suwarno, S. (2019). ... Efisiensi Modal Kerja, Likuiditas, Dan Solvabilitas Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Transportasi Yang Terdaftar Di Bursa *Skripsi*.
- Triyanti, N. K., & Susila, A. J. (2021). Pengaruh npm, roa dan eps terhadap harga saham pada perusahaan sub sektor perbankan di bei. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha*, 1, 635–646.
- Veny, V. (2019). Pengaruh Informasi Keuangan Dan Aksi Korporasi Terhadap Harga Saham Perusahaan Industri Dasar Dan Kimia Tahun 2015-2017. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 12(2). <https://doi.org/10.30813/jab.v12i2.1777>
- Wulandari, B., Daeli, I. J., Br Bukit, I. K., & Sibarani, W. N. S. (2020). Pengaruh ROE, CR, TATO, NPM terhadap Harga Saham pada Perusahaan Manufaktur Sub Customer Goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Owner*, 4(1), 114. <https://doi.org/10.33395/owner.v4i1.187>
- Zulfikar. (2016). Pasar Modal Dengan Pendekatan Statistika. In *Perdagangan*.

Pengaruh Pelatihan dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT Adhymitra Tata Sarana Jakarta Selatan

Fathan Arif^{1*}, Nurmalasuci Rhamadhan²
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang
dosen02154@unpam.ac.id^{1*} nurmalas860@gmail.com²

Received 13 Februari 2023 | Revised 23 Mei 2023 | Accepted 29 Mei 2023

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pelatihan dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan PT. Adhyamitra Tata Sarana Jakarta Selatan, baik parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah asosiatif kuantitatif. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan populasi sebanyak 72 dan dengan sampel juga sebanyak 72 karyawan, teknik sampling yang digunakan adalah teknik sampling jenuh. Hasil uji hipotesis untuk pelatihan (X1) dan motivasi kerja (X2) secara parsial nilai thitung masing-masing sebesar 2,712, 2,592 artinya semua nilai thitung > ttabel. Untuk pengaruh simultan variabel kinerja karyawan (Y) diperoleh Fhitung > Ftabel yaitu 58,933 > 3,129. Taraf signifikansi $\alpha = 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa pelatihan dan motivasi kerja secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Dengan persamaan regresi linier $Y = 14,021 + 0,430 X1 + 0,415 X2$ artinya pelatihan dan motivasi kerja mempunyai kemampuan untuk memengaruhi kinerja karyawan. Nilai koefisien determinasi 0,631 atau sebesar 63,1% menjelaskan bahwa pelatihan dan motivasi kerja mempunyai kemampuan untuk memengaruhi kinerja karyawan sebesar 63,1% sisanya sebesar 36,9% merupakan pengaruh dari variabel bebas lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Pelatihan; Motivasi Kerja; Kinerja Karyawan

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of training and work motivation on the performance of PT. Adhyamitra Tata Sarana South Jakarta, either partially or simultaneously. The research method used in this research is quantitative associative. The analytical method used is multiple linear regression analysis with a population of 72 with a sample of 72 employees, the sampling technique used is side saturation technique. The results of the hypothesis test for training and work motivation partially have a tcount value of 2.712, 2.592 where all tcount > ttable. For the simultaneous effect obtained Fcount > Ftable, namely 58.933 > 3.129. Significance level $\alpha = 0.05$. So it can be concluded that training and motivation partially or simultaneously have a significant effect on employee performance. With the linear regression equation $Y = 14.021 + 0.430 X1 + 0.415 X2$, it means that training and work motivation have the ability to influence employee performance. The coefficient of determination is 0.631 or 63.1% explaining that training and work motivation have the ability to influence employee performance by 63.1%, the remaining 36.9% is the influence of other independent variables not examined.

Keywords: Training; Work Motivation; Employee Performance

PENDAHULUAN

Perusahaan PT. Adhyamitra Tata Sarana merupakan sebuah perusahaan penyelenggaraan jasa konsultan informatika, serta optimalisasi pemanfaatan sumber daya yang dimiliki perseroan. Merupakan wujud atas keinginan para pendirinya dalam rangka turut berperan aktif dalam pembangunan nasional dengan menyumbangkan tenaga dan pikiran berupa pelayanan jasa konsultan sebagai rekan bagi pihak pemerintah maupun swasta. Perusahaan ini memiliki kapasitas dan pengalaman para tenaga ahli, serta staf pendukungnya yang berkemampuan dalam bidang keahliannya, sebagai sumber daya perusahaan untuk menawarkan layanan-layanan jasa konsultan yang handal, dan berkualitas.

Fenomena saat ini, sumber daya manusia (SDM) memegang peran penting dalam pencapaian tujuan perusahaan. Perusahaan perlu melakukan perencanaan sumber daya manusia dimulai dengan implikasi rencana strategis di perusahaan, baik yang bersifat umum, luas, dan menyeluruh terhadap kebutuhan tenaga kerja. Setiap perusahaan tentu sangat membutuhkan orang-orang yang ahli sesuai dengan kemampuannya masing-masing, agar mencapai tujuan yang telah disepakati oleh organisasi perusahaan. Masalah sumber daya manusia menjadi perhatian yang sangat penting bagi perusahaan untuk tetap bertahan.

Salah satu cara untuk mengembangkan kinerja yang dimiliki oleh karyawan di perusahaan adalah diadakan suatu program pelatihan secara rutin yaitu program yang diterapkan tersebut dibuat sesuai kebutuhan dari perusahaan. Tujuan dari pelatihan yaitu memberi, memperoleh, meningkatkan, serta mengembangkan kompetensi kerja, disiplin, sikap, dan etos kerja pada tingkat keterampilan, serta keahlian tertentu sesuai dengan jenjang dan kualifikasi jabatan atau pekerjaan. Pelatihan yang baik dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dan juga tenaga kerja. Pelatihan yang diberikan perusahaan harus termotivasi dan mendorong untuk setiap karyawan supaya kinerjanya dapat meningkat sehingga setiap karyawan akan memiliki kemampuan yang lebih, dan memperoleh semangat kerja yang tinggi.

Dalam mengoperasionalkan perusahaan dibutuhkan dukungan karyawan yang kompeten di bidangnya terlebih dalam bidang teknologi informasi komunikasi (TIK) karyawan menjadi salah satu syarat yang wajib dimiliki, karena pendidikan formal tidak menjamin seorang karyawan kompeten. Proses yang maksimal dapat dicapai dalam satu perusahaan sesuai dengan wewenang, dan tanggung jawab masing-masing karyawan dalam mewujudkan tujuan perusahaan. Kinerja karyawan merupakan sebuah aksi, bukanlah suatu kejadian, aksi kinerja itu sendiri terdiri atas banyak komponen dan bukan merupakan hasil yang dapat dilihat pada saat itu juga. Kinerja karyawan PT. Adhyamitra Tata Sarana beberapa tahun terakhir terus mengalami penurunan, terutama pada masa pandemi covid-19 melanda Indonesia dan dunia.

Fenomena pelatihan pada PT. Adhyamitra Tata Sarana merupakan sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang konsultan teknologi informasi yang sudah berdiri sejak 2015, yang beralamat di Gd. Episentrum Walk Lt.5 Suite 529A, Jl. HR Rasuna Said, Kel. Karet Kuningan-Setiabudi, Jakarta Selatan. Program pelatihan dilakukan untuk meningkatkan kinerja dan produktivitas hasil kerja.

Program pengembangan dan pelatihan menjadi hal yang sangat penting dalam manajemen sumber daya manusia baik untuk karyawan maupun para manajer yang ada di perusahaan PT. Adhyamitra Tata Sarana. Pengalaman dan pengetahuan yang sudah dimiliki karyawan atau manajer tidak cukup hanya pendidikan formal atau pengalaman di perusahaan lain, hal ini harus sejalan dengan visi dan misi perusahaan, karena perusahaan membutuhkan keahlian, dan kemampuan, serta pengetahuan lebih yang diperlukan dalam menyelesaikan pekerjaan.

Fenomena motivasi disini yaitu motivasi suatu dorongan yang dapat membuat kinerja karyawan meningkat atau dapat dikatakan motivasi yaitu suatu penggerak yang mendorong karyawan menjadi lebih giat dalam melakukan aktivitas atau kerjanya. Perlu adanya motivasi kerja yang sesuai dengan keinginan karyawan agar kinerja para karyawan meningkat seiring dengan meningkatnya kinerja karyawan, maka akan membuat visi dan misi perusahaan dapat dengan mudah dicapai, motivasi kerja memiliki peranan yang cukup penting dalam sebuah perusahaan, oleh karena itu perusahaan harus

memperhatikan secara cermat terkait apa-apa saja yang dibutuhkan para karyawan agar motivasinya dalam bekerja tetap stabil.

Menurut Mangkunegara (2015: 2) berpendapat bahwa manajemen sumber daya manusia adalah suatu perencanaan, pengoordinasian, pelaksanaan dan pengawasan terhadap pengadaan, pengembangan, pemberian balas jasa, pengintegrasian, pemeliharaan, dan pemisahan tenaga kerja dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Unsur utama dari manajemen sumber daya manusia yaitu manusia, sebagai penggerak utama dalam setiap kegiatan yang dilakukan perusahaan.

Menurut Afandi (2018: 83) berpendapat bahwa kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam suatu perusahaan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya mencapai tujuan organisasi secara legal, tidak melanggar hukum, dan tidak bertentangan dengan moral. Kinerja karyawan merupakan hasil kerja yang dilakukan oleh karyawan sesuai dengan pekerjaan yang diberikan kepadanya dalam jangka waktu tertentu. Peningkatan dan penurunan kinerja karyawan dapat dipengaruhi oleh karyawan sendiri dan juga dapat dipengaruhi oleh perusahaan.

Menurut Kasmir (2016: 126) berpendapat bahwa pelatihan merupakan proses untuk membentuk dan membekali karyawan dengan keahlian, pengetahuan, dan perilakunya. Dengan mengikuti pelatihan karyawan diharapkan dapat menambah, meningkatkan keahlian, kemampuan, pengetahuan, serta perilakunya terhadap pekerjaannya sesuai dengan bidang pekerjaannya. Program pelatihan di perusahaan sudah dibuat dan disesuaikan dengan kebutuhan pekerjaan dan diharapkan meningkatkan kinerja karyawan secara berkelanjutan.

Menurut Sutrisno (2020: 109) berpendapat bahwa motivasi adalah suatu faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu aktivitas tertentu, oleh karena itu motivasi seringkali diartikan pula sebagai faktor pendorong perilaku seseorang. Dalam bekerja, seorang karyawan akan berprestasi apabila kinerjanya diapresiasi, jika usahanya tidak dihargai, maka karyawan tersebut tidak akan berusaha untuk berprestasi.

Tabel 1. Pra Survei Mengenai Kinerja Karyawan PT. Adhyamitra Tata Sarana Jakarta Selatan

No.	Pernyataan	Jawaban (%)		Jumlah Karyawan	Target dalam %
		Ya	Tidak		
1	Jumlah pekerjaan yang saya hasilkan cukup baik.	70,0	30,0	30	100
2	Pekerjaan yang saya hasilkan sudah sangat berkualitas.	36,7	63,3	30	100
3	Hasil pekerjaan saya memiliki kualitas yang baik.	53,3	46,7	30	100
4	Saya bekerja datang tepat waktu.	40,0	60,0	30	100
5	Saya memiliki kemampuan kerja sama yang baik.	33,3	66,7	30	100
Total		233,3	266,7	30	100

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner Sementara (2022)

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat bahwa kinerja karyawan PT. Adhyamitra Tata Sarana secara keseluruhan belum sesuai dengan visi dan misi perusahaan yang diharapkan, hal ini dapat dilihat banyaknya karyawan yang memberikan kecenderungan jawaban tidak. Hasil Pra Survei mengenai kinerja karyawan yang memberikan jawaban “Tidak” tertinggi yaitu pernyataan “Saya memiliki kemampuan kerja sama yang baik” yang artinya bahwa karyawan PT. Adhyamitra Tata Sarana Jakarta Selatan masih kurang memiliki kemampuan dalam bekerja dengan persentase sebesar 66,7%. Berdasarkan data di atas dapat diambil kesimpulan bahwa secara keseluruhan jawaban responden atas pernyataan Pra Survei kinerja karyawan kebanyakan menjawab “Tidak” dengan total persentase sebesar 266,7% yang artinya masih ada permasalahan yang belum terselesaikan terkait dengan kinerja karyawan.

Tabel 2. Data Pencapaian Pendapatan PT. Adhyamitra Tata Sarana Jakarta Selatan
Periode tahun 2017 s.d. 2021

No.	Tahun	Target Pendapatan Per tahun (dalam miliar rupiah)	Realisasi Pendapatan Tahunan (dalam miliar rupiah)	Persentase
1	2017	7,5	7,44	99,2%
2	2018	7,5	7,29	97,2%
3	2019	7,5	7,25	96,7%
4	2020	7,5	7,01	93,5%
5	2021	7,5	7,00	93,3%

Sumber: PT. Adhyamitra Tata Sarana (2022)

Berdasarkan data pada Tabel 2 terlihat adanya penurunan pendapatan dari tahun ke-tahun, penurunan paling tajam yaitu terjadi pada tahun 2019 ke 2020, yaitu sebesar 3,20%, jika dilihat dari rentang waktu tahun 2017 sampai 2021 telah terjadi penurunan sekitar 5,9%, hal ini menjadi permasalahan perusahaan yang harus diteliti permasalahannya, dan harus ada solusi agar kuantitas pendapatan dapat meningkat sesuai dengan target yang diharapkan.

Tabel 3. Hasil Kuesioner Pra Survei Mengenai Pelatihan Karyawan
PT. Adhyamitra Tata Sarana Jakarta Selatan

No.	Pernyataan	Jawaban (%)		Jumlah Karyawan	Target dalam %
		Ya	Tidak		
1	Instruktur menguasai materi pelatihan sehingga mampu menjelaskan materi dengan baik.	53,3	46,7	30	100
2	Kemampuan instruktur pelatihan dalam memberikan pelatihan sudah sesuai harapan.	43,3	56,7	30	100
3	Peserta pelatihan selalu bersemangat untuk mengikuti pelatihan.	30,0	70,0	30	100
4	Materi pelatihan sesuai dengan kebutuhan Anda, sehingga mampu menunjang pekerjaan yang Anda lakukan.	33,3	66,7	30	100
5	Materi yang diberikan lengkap dan dapat dengan mudah dipahami.	43,3	56,7	30	100
6	Materi yang diberikan dapat meningkatkan keterampilan karyawan.	46,7	53,3	30	100
Total		249,9	350,1	30	100

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner Sementara (2022)

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat bahwa pelatihan karyawan pada PT. Adhyamitra Tata Sarana Jakarta Selatan secara keseluruhan belum sesuai dengan visi dan misi perusahaan yang diharapkan, hal ini dapat dilihat banyaknya karyawan yang memberikan kecenderungan jawaban “Tidak”. Hasil Pra Survei mengenai pelatihan karyawan yang memberikan jawaban “Tidak” tertinggi yaitu pernyataan “Peserta pelatihan selalu bersemangat untuk mengikuti pelatihan” yang artinya bahwa karyawan PT. Adhyamitra Tata Sarana Jakarta Selatan tidak memiliki semangat dalam mengikuti pelatihan dengan persentase sebesar 70,0%. Berdasarkan data di atas dapat diambil kesimpulan bahwa secara keseluruhan

jawaban responden atas pernyataan Pra Survei pelatihan kebanyakan menjawab “Tidak” dengan total persentase sebesar 350,1% yang artinya masih ada permasalahan yang belum terselesaikan terkait dengan pelatihan.

Tabel 4. Hasil Kuesioner Pra Survei Mengenai Motivasi Kerja Karyawan PT. Adhyamitra Tata Sarana Jakarta Selatan

No.	Pernyataan	Jawaban (%)		Jumlah Karyawan	Target dalam %
		Ya	Tidak		
1	Gaji yang diterima sudah sesuai dengan aturan pemerintah.	46,7	53,3	30	100
2	Setelah mengikuti pelatihan, Anda mampu menyelesaikan pekerjaan dengan lebih mudah.	56,7	43,3	30	100
3	Pemberian gaji setiap bulan kepada karyawan tepat waktu.	40,0	60,0	30	100
4	Keamanan, kesehatan, dan keselamatan di prioritaskan perusahaan.	20,0	80,0	30	100
Total		196,7	303,3	30	100

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner Sementara (2022)

Berdasarkan Tabel 4 dapat dilihat bahwa motivasi kerja pada PT. Adhyamitra Tata Sarana Jakarta Selatan secara keseluruhan belum sesuai dengan visi dan misi perusahaan yang diharapkan, hal ini dapat dilihat banyaknya karyawan yang memberikan kecenderungan jawaban “Tidak”. Hasil Pra Survei mengenai motivasi kerja yang memberikan jawaban “Tidak” tertinggi yaitu pernyataan “Keamanan, kesehatan, dan keselamatan diprioritaskan perusahaan” yang artinya bahwa perusahaan PT. Adhyamitra Tata Sarana Jakarta Selatan, tidak memprioritaskan keamanan, kesehatan, dan keselamatan karyawan dengan persentase sebesar 80,0%. Atas dasar data di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa secara keseluruhan jawaban responden atas pernyataan Pra Survei motivasi kerja kebanyakan menjawab “Tidak” dengan total persentase sebesar 303,3% yang artinya masih ada permasalahan yang belum terselesaikan terkait dengan motivasi kerja.

Berdasarkan fenomena di atas penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Pelatihan dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Adhyamitra Tata Sarana Jakarta Selatan.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Penelitian ini menggunakan metode asosiatif dengan bentuk hubungan kausal, hubungan kausal merupakan hubungan yang sifatnya sebab-akibat, salah satu variabel (*independent*) memengaruhi variabel yang lain (*dependent*) (Sugiyono 2018). Objek penelitian adalah karyawan PT. Adhyamitra Tata Sarana yang beralamat di Gd. *Epicentrum Walk Lt.5 Suite 529A*, Jl. HR Rasuna Said, Kel. Karet Kuningan-Setiabudi, Jakarta Selatan. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah semua karyawan PT Adhyamitra Tata Sarana yang berjumlah 72 responden, dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 72 responden yang disebar kepada karyawan PT. Adhyamitra Tata Sarana. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder, dengan cara melakukan observasi atau pengamatan, studi kepustakaan, dan angket atau kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda menggunakan aplikasi SPSS versi 26. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolenieritas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, dan uji (Ghozali 2016).

HASIL dan PEMBAHASAN

Uji validitas akan menguji setiap variabel dalam penelitian ini, bahwa keseluruhan variabel memuat 60 pernyataan yang harus dijawab oleh responden. Validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh penulis untuk mencari validitas suatu item. Uji validitas dilakukan untuk menghitung valid atau tidak validnya suatu kuesioner. Jumlah data (n) = 72, dan di dapat $df + 72 - 2$, maka didapat r tabel 0,232.

Uji reliabilitas bertujuan untuk menguji reliabilitas jawaban responden berdasarkan kuesioner pada penelitian ini adalah dengan uji *Alpha*. Kriteria penilaian uji reliabilitas yaitu apabila r hitung $> r$ tabel (nilai toleransi sebesar 5%), maka dikatakan reliabel atau dapat dipercaya.

Kriteria pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut.

1. Jika nilai *Cronbach alpha* $> 0,60$ maka butir pernyataan dikatakan reliabel.
2. Jika nilai *Cronbach alpha* $< 0,60$ maka butir pernyataan dikatakan tidak reliabel.

Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Pelatihan (X1), Motivasi Kerja (X2), dan Kinerja Karyawan

Variabel	Alpha Cronbach	Kriteria	Keterangan
Pelatihan (X1)	0,735	0,60	Reliabel
Motivasi Kerja (X2)	0,734	0,60	Reliabel
Kinerja Karyawan (Y)	0,738	0,60	Reliabel

Sumber: Data yang diolah dari SPSS 26

Berdasarkan data hasil Tabel 5 menunjukkan bahwa uji reliabilitas variabel Pelatihan (X1) menghasilkan nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,735, variabel Motivasi Kerja (X2) menghasilkan nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,734 dan variabel Kinerja Karyawan (Y) menghasilkan nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,738, sehingga dapat dinyatakan bahwa semua variabel tersebut reliabel karena memiliki nilai *Cronbach Alpha* di atas 0,60.

Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan terhadap resedu data penelitian dengan menggunakan uji Kolmogorov Smimov. Apabila histogram berdistribusi normal maka data yang diperoleh, dinyatakan normal, sementara itu apabila *P-P Plot of regression standardized residual* membentuk garis diagonal, maka nilai residual tersebut telah normal.

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antarvariabel bebas. Guna mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dalam model regresi, maka hal ini dapat dilihat dari *tolerance value* atau *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan ketentuan sebagai berikut.

- a. Jika nilai nilai *tolerance* lebih dari 0.1 dan nilai *variance inflation factor*: (VIF) $<$ dari 10, maka tidak terjadi multikolinieritas.
- b. Jika nilai nilai *tolerance* lebih dari 0.1 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) $>$ dari 10, maka terjadi multikolinieritas.

Tabel 6. Uji Multikolinieritas

Variabel	VIF	Tolerance	Keterangan
Pelatihan (X1)	4,455	0,224	Tidak terjadi multikolinieritas
Motivasi Kerja (X2)	4,455	0,224	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Data yang diolah dari SPSS 26

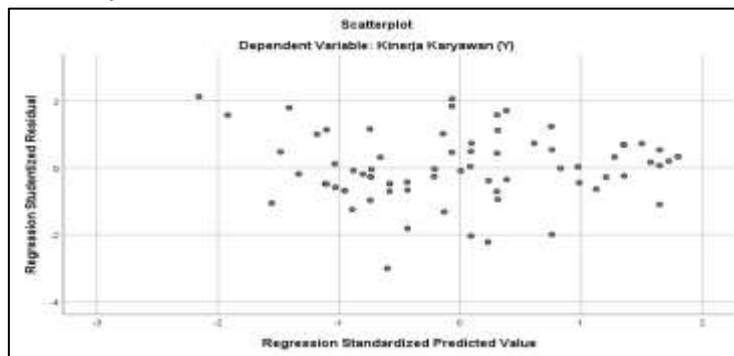
Berdasarkan data Tabel 6, maka diperoleh hasil nilai VIF dari variabel pelatihan (X1) dan motivasi kerja (X2) adalah 4,455 dan nilai *tolerance* adalah 0,224. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,1 artinya tidak terdapat masalah multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Salah satu cara uji heteroskedastisitas, dapat melihat grafik *scatter plot* dengan ketentuan, sebagai berikut.

- a. Jika penyebaran data pada *scatter plot* tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu), maka dapat disimpulkan tidak terjadi problem Heteroskedastisitas.
- b. Jika penyebaran data pada *scatter plot* teratur dan membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu), maka dapat disimpulkan terjadi problem Heteroskedastisitas.

Berikut hasil dari uji heteroskedastisitas



Sumber: Data yang diolah dari SPSS 26

Gambar 1. Grafik *Scatterplot* Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, gambar 4.7 di atas, menunjukkan bahwa data tidak membentuk suatu pola tertentu, titik-titik data menyebar di atas atau di bawah saja melainkan menyebar. Maka, dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas pada data tersebut.

Uji Autokorelasi

Secara sederhana adalah bahwa analisis regresi adalah untuk melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, jadi tidak boleh ada korelasi antara observasi dengan data observasi sebelumnya. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi atau tidak terjadi autokorelasi.

Tabel 7. Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.794 ^a	.631	.620	4.402	2.260

a. Predictors: (Constant), Motivasi Kerja, Pelatihan

b. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Sumber: Data yang diolah dari SPSS 26

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa $du < d < 4-du = 1.6751 < 2.260 < 2.3249$, maka hasil uji ini dinyatakan “tidak terdapat Autokorelasi”.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Perhitungan statistik dalam analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah menggunakan bantuan program *software* SPSS 26. Hasil uji regresi linear berganda yaitu sebagai berikut.



Tabel 8. Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	14,021	6,871		2,041	,045
	X1	,430	,159	,419	2,712	,008
	X2	,415	,160	,400	2,592	,012

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data yang diolah dari SPSS 26

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda pada tabel di atas, diperoleh model persamaan regresi linear berganda $Y = 14,021 + 0,430 X1 + 0,415 X2$. Persamaan tersebut mempunyai arti:

1. Konstanta sebesar 14,021 menunjukkan bahwa jika nilai variabel pelatihan dan motivasi kerja bertambah (karena tanda positif) dengan satu satuan, maka kinerja karyawan PT. Adhyamitra Tata Sarana Jakarta Selatan sebesar 14,021 satu satuan.
2. Koefisien X1 (pelatihan) sebesar 0,430 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda positif) dengan satu satuan, maka kinerja karyawan (Y) akan meningkat sebesar 0,430 satuan.
3. Koefisien X2 (motivasi kerja) sebesar 0,415 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda positif) dengan satu satuan, maka kinerja karyawan (Y) akan meningkat sebesar 0,415 satuan.

Uji Koefisien Korelasi

Uji koefisien korelasi dilakukan untuk menguji apakah dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat mempunyai hubungan yang kuat atau tidak kuat, apakah hubungan tersebut positif atau negatif.

Tabel 9. Uji Koefisien Korelasi

Model	R		Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
	R	R Square			R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.794 ^a	.631	.620	4.402	.631	58.933	2	69	.000

a. Predictors: (Constant), Motivasi Kerja, Pelatihan

Sumber: Data yang diolah SPSS 26

Berdasarkan Tabel 9 diketahui bahwa nilai signifikansi adalah $< 0,000$, maka dapat dikatakan korelasi antara variabel, dan nilai $r = 0,794$ artinya terdapat hubungan yang kuat antara variabel pelatihan (X1) dan motivasi kerja (X2) terhadap kinerja karyawan (Y).

Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama variabel independen terhadap dependen. Guna menguji adanya hubungan antara variabel bebas (X1 dan X2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

Tabel 10. Hasil Anova (uji f)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2283,701	2	1141,851	58,933	,000 ^b
	Residual	1336,910	69	19,376		
	Total	3620,611	71			

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan (Y)

b. Predictors: (Constant), Motivasi Kerja (X2), Pelatihan (X1)

Sumber: Data yang diolah SPSS 26

Berdasarkan data hasil tabel 10, didapatkan nilai f hitung yang lebih besar dari f tabel ($58,933 > 3,129$) atau signifikansi f yang lebih kecil dari nilai a atau dengan kata lain terdapat pengaruh

yang signifikan antara pelatihan dan motivasi kerja secara simultan terhadap kinerja karyawan PT. Adhyamitra Tata Sarana Jakarta Selatan.

Pembahasan

Hipotesis pertama dinyatakan signifikan dibuktikan dengan nilai t hitung $2,712 > t$ tabel $1,995$ dengan persamaan garis regresi hipotesisnya adalah $0,430$ (X_1). Hasil tersebut menunjukkan bahwa Pelatihan memiliki pengaruh positif terhadap Kinerja Karyawan PT. Adhyamitra Tata Sarana Jakarta Selatan. Maka, dapat disimpulkan hipotesis pertama pada penelitian ini diterima.

Hipotesis kedua dinyatakan signifikan dibuktikan dengan nilai t hitung $2,592 > t$ tabel $1,995$ dengan persamaan garis regresi hipotesisnya adalah $0,400$ (X_2). Hasil tersebut menunjukkan bahwa Motivasi Kerja memiliki pengaruh positif terhadap Kinerja Karyawan PT. Adhyamitra Tata Sarana Jakarta Selatan. Maka, dapat disimpulkan hipotesis pertama pada penelitian ini diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pelatihan dan Motivasi Kerja memiliki pengaruh positif terhadap Kinerja Karyawan. Nilai f hitung $58,933 > f$ tabel $3,129$ dengan signifikansi f sebesar $0,000 < 0,05$ serta persamaan garis regresi hipotesisnya adalah $Y = 14,021 + 0,430 X_1 + 0,415 X_2$ dan bernilai positif. Diketahui pula nilai *Adjusted R Square* pada penelitian ini sebesar $0,631$ atau $63,1\%$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pelatihan dan motivasi kerja memiliki pengaruh sebesar $63,1\%$ terhadap Kinerja Karyawan PT. Adhyamitra Tata Sarana Jakarta Selatan.

SIMPULAN

Variabel pelatihan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT. Adhyamitra Tata Sarana Jakarta Selatan, variabel motivasi kerja memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT. Adhyamitra Tata Sarana Jakarta Selatan, dan dari hasil analisis regresi dapat diketahui bahwa variabel pelatihan dan motivasi kerja memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT. Adhyamitra Tata Sarana Jakarta Selatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2014). *Manajemen dan Evaluasi Kinerja Karyawan*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Afandi, P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator)*. Riau: Zanafa Publishing.
- Bangun. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Fahmi, I. (2014). *Manajemen Kinerja Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Fauzi, V., R., A. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*
- Hasibuan, M., S., P. (2017). *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasibuan, M., S., P. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kasmir. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik)*, Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Mangkunegara, A. P. (2015). *Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Cetakan kedua belas. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mangkunegara, A.,A.,P. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mangkunegara, A.,A.,P. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Sunyoto, D. (2016). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Supomo, R., & Nurhayati, E. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Yrama Widya.
- Sutrisno, E. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia. Cetakan ke-8*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Sutrisno, E. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana Pranada Media Group.
- Suwatno., & Prinsa, D., J. (2016). *Manajemen SDM dalam Organisasi Publik dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Tersiana, A. (2018). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Start Up.
- Wibowo. (2014). *Manajemen Kinerja*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Zainal. (2014) *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Rajawali Pres.



Pengaruh Celebrity Endorser dan E-WOM terhadap Purchase Decision Batam Ogura dengan Brand Image sebagai Mediasi

Lily Purwianti^{1*}, Isnaini Nuzula Agustin², Shevia³, Giorgyna⁴, Nida Ohanna⁵, Kelfi Yanti Limanda⁶

Fakultas Bisnis dan Manajemen, Universitas Internasional Batam

Lily.Purwianti@uib.ac.id^{1*}

Received 14 April 2023 | Revised 23 Mei 2023 | Accepted 29 Mei 2023

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antarsssssa *celebrity endorser* dan E-WOM terhadap *purchase decision* Batam Ogura dengan *brand image* sebagai mediasi. Selain lokasinya yang strategis karena berlokasi di Kota Batam yang merupakan perbatasan antara Singapura dan Malaysia, Batam Ogura juga bergerak di bidang kuliner yang merupakan salah satu subsektor dengan penyumbang PDB tertinggi dalam industri ekonomi kreatif. Objek penelitian adalah seluruh individu yang berusia diatas 17 tahun dan pernah melakukan pembelian produk Batam Ogura. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *non-probability*, yaitu *judgementeal sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan model persamaan struktural - *Partial Least Square* (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh langsung yang bernilai signifikan positif antara *celebrity endorser* terhadap *brand image*, E-WOM terhadap *brand image*, *celebrity endorser* terhadap *purchase decision*, *brand image* terhadap *purchase decision*, *celebrity endorser* terhadap *purchase decision* yang dimediasi oleh *brand image* dan E-WOM terhadap *purchase decision* yang dilalui oleh *brand image*. Namun, hasil penelitian ini tidak menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara E-WOM terhadap *purchase decision*.

Keywords: *Celebrity Endorser; Electronic-Word of Mouth; Brand Image; Purchase Decision; Batam Ogura*

Abstract

This study aims to determine the influence between celebrity endorsers and E-WOM on Batam Ogura's purchase decision with brand image as mediation. In addition to its strategic location because it is located in Batam City which is the border between Singapore and Malaysia, Batam Ogura is also engaged in culinary which is one of the subsectors with the highest GDP contributor in the creative economy industry. The object of research is all individuals who are over 17 years old and have purchased Batam Ogura products. The sampling technique used is non-probability, namely judgementeal sampling. This research uses descriptive analysis method with structural equation model - Partial Least Square (SEM-PLS). The results showed that there was a significant positive direct influence between celebrity endorsers on brand image, E-WOM on brand image, celebrity endorsers on purchase decisions, brand image on purchase decisions, celebrity endorsers on purchase decisions mediated by brand image and E-WOM on purchase decisions passed by brand image. However, the results of this study did not show a significant relationship between E-WOM and purchase decisions.

Keywords: *Celebrity Endorser; Electronic-Word of Mouth; Brand Image; Purchase Decision; Batam Ogura*



PENDAHULUAN

Indonesia sedang mengalami pertumbuhan ekonomi yang positif dan dinamis. Hal ini terbukti dengan adanya pemulihan sektor ekonomi di Indonesia. PDB (Produk Domestik Bruto) Indonesia pada tahun 2022 meningkat menjadi Rp 19.588,4 triliun dengan PDB per kapita sebesar Rp 71 juta atau US\$4.783,9 (Badan Pusat Statistik, 2022). Peningkatan ekonomi di Indonesia disebabkan oleh berbagai faktor sektor ekonomi. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (KEMENPAREKRAF) menyebutkan sektor ekonomi kreatif (EKRAF) memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap peningkatan pertumbuhan ekonomi Indonesia. EKRAF memberikan kontribusi sebesar 7,0% terhadap Ekonomi Nasional di tahun 2021, yaitu sebesar Rp1.191 triliun. EKRAF juga berperan penting terhadap inisiasi Indonesia dalam Tahun Internasional Ekonomi Kreatif Dunia lewat berbagai aspek EKRAF yang menjadi penyumbang terbesar PDB Indonesia, yaitu kuliner, *fashion* dan kriya. Dari total kontribusi EKRAF terhadap PDB, terdapat 40,1% kontribusi yang berasal dari subsektor kuliner, 17,6% kontribusi dari subsektor *fashion* serta 14,6% dari subsektor kriya (KEMENPAREKRAF, 2022).

Perkembangan dunia kuliner dibuktikan dengan munculnya berbagai *brand* lokal baru yang mudah ditemukan di lingkungan kita. Persaingan dan banyaknya pilihan produk yang ditawarkan membuat pelanggan lebih mudah memilih produk yang tepat sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka (Lestarie, Budianto, & Prabowo, 2020). Dengan begitu, perusahaan harus dapat menuangkan ide kreatif dalam menciptakan produk atau layanan terbaik guna memperoleh dan mempertahankan pangsa pasar (M. Lestari & Wahyono, 2021). Selain itu, perusahaan juga harus meningkatkan kreativitas dan inovasi mereka dalam menciptakan produk atau layanan karena pengaruh globalisasi dan kemajuan teknologi yang pesat (Rosdiana & Hasanah, 2022). Di tengah maraknya perkembangan ekonomi digital, pelaku usaha menghadapi tantangan yang menuntut mereka untuk menyesuaikan diri dengan teknologi informasi (Yuliana, Falahi, Safina, & Harahap, 2023). Selain agar tidak tertinggal zaman, adanya perkembangan teknologi terbukti menjadikan internet sebagai *marketing tool* yang sangat baik.

Pemasaran digital adalah salah satu bentuk usaha atau aktivitas yang dilakukan oleh pemasar, baik perusahaan maupun individu, dengan tujuan untuk mempromosikan sebuah produk atau merek (Fajry *et al.*, 2022). Dalam penerapannya, pemasaran digital melalui penggunaan teknologi dapat dilakukan melalui televisi atau radio, sedangkan pemasaran digital berbasis internet dapat diterapkan melalui media sosial dan *e-commerce* (Fajry *et al.*, 2022). Data pada (Statista, 2023) menunjukkan bahwa Indonesia menempati peringkat ke-4 sebagai pengguna internet terbanyak di dunia dengan jumlah sekitar 204,7 juta orang pada Januari 2023. Fakta ini menunjukkan bahwa penetrasi internet di Indonesia mencapai 73,7% dari total populasi Indonesia yang mencapai 277,7 juta orang pada Januari 2022 (Annur, 2022). Tingginya tingkat penetrasi ini menjadikan sosial media sebagai media internet yang tepat untuk melakukan kegiatan promosi karena dapat menjangkau pelanggan dan calon pelanggan secara luas (Kusmiati & Maarif, 2022). Semakin besar kekuatan informasi yang diterima akan meningkatkan kepercayaan konsumen sehingga peluang untuk mengambil keputusan pembelian produk akan semakin baik pula (Narayana & Rahanatha, 2020; Tauran, Andriani, Hartati, & Isaskar, 2022).

Keputusan pembelian merupakan tahapan dalam proses pembuatan keputusan konsumen dimana mereka akan melakukan pembelian produk yang sebenarnya. (Rosdiana & Hasanah, 2022). Keputusan pembelian dilakukan oleh konsumen setelah mempertimbangkan satu atau lebih alternatif yang ada (Saraswati & Giantari, 2022; Widiastiti, Yasa, & Rahanata, 2020). Seluruh tahapan dalam proses pengambilan keputusan dilalui karena keputusan pembelian merupakan dasar untuk menentukan pilihan yang terbaik. Oleh karena itu, penting bagi produsen untuk mengetahui faktor-faktor akan mempengaruhi keputusan pembelian di masa depan.

Berdasarkan uraian di atas, tantangan tersebutlah yang sedang dihadapi oleh salah satu bisnis kue kekinian dan oleh-oleh dari Batam, yaitu Batam Ogura. Batam Ogura telah berdiri sejak tahun 2017 dan

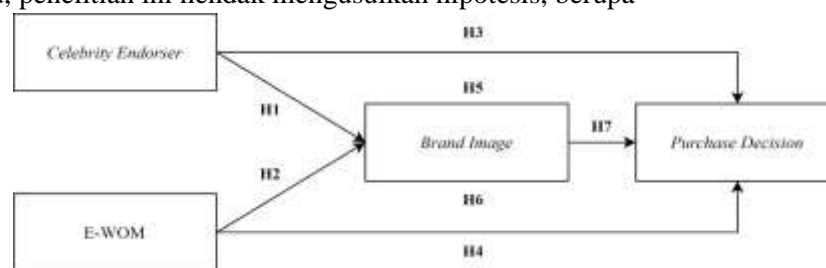
membuka 9 outlet yang tersebar di kota Batam. Selain dari angka pertumbuhan bisnis di bidang kuliner yang menjanjikan, letak kota Batam yang strategis karena berbatasan langsung dengan Malaysia dan Singapura menjadikan kuliner sebagai pilihan bisnis yang potensial. Salah satu keunikan dari Batam Ogura adalah *Cake Ogura* yang ditampilkan dengan logo yang mencolok dan warna menarik sesuai dengan 7 variasi rasa yang tersedia. Selain itu, Ogura menjual produk utamanya ini dengan harga terjangkau, yaitu pada kisaran harga Rp60.000-Rp70.000. Dalam proses pemasarannya, Batam Ogura seringkali memberikan promosi kepada konsumen melalui media sosialnya, salah satunya adalah melalui Instagram. Batam Ogura memiliki 34.400 *followers* Instagram per 11 Februari 2023. Hal ini membuktikan bahwa Batam Ogura telah berhasil menarik banyak pengguna Instagram yang memiliki ketertarikan terhadap Batam Ogura. Pencapaian ini dapat diperoleh karena cara Batam Ogura dalam memberikan promo serta informasi yang menarik kepada seluruh *followers* @batamogura. Kegiatan promosi memiliki peran penting dalam persepsi merek. Setiap perusahaan akan selalu berusaha melakukan berbagai cara sebagai upaya untuk menjaga dan memelihara keunggulan citra merek produk mereka (Helmi, Ariana, & Supardin, 2022).

Citra merek merupakan identitas dalam diferensiasi produk dengan perusahaan lain. Sebelum melakukan pembelian, konsumen cenderung menggunakan *brand image* sebagai dasar atau referensi mereka (Bagus, Stiawan, & Jatra, 2022; Prakoso & Nathasya, 2022). Kepercayaan diri konsumen untuk membeli suatu produk akan meningkat jika citra merek yang dibangun oleh perusahaan semakin tinggi. Dengan kata lain, semakin positif citra merek yang dihasilkan, semakin besar kemungkinan konsumen untuk memilih produk tersebut saat melakukan keputusan pembelian. (D. P. I. D. Putra & Suparna, 2019). Selain itu, beberapa literatur telah membuktikan bahwa citra merek dapat terbentuk dan dikuatkan melalui beberapa pendekatan sebelum akhirnya mengarah pada keputusan pembelian. Pendekatan tersebut, diantaranya adalah *celebrity endorser* dan *electronic-word of mouth* (E-WOM) (M. Lestari & Wahyono, 2021).

Salah satu strategi yang dapat dipakai untuk mendukung kampanye pemasaran adalah dengan menggunakan selebriti sebagai endorser atau yang dikenal sebagai *celebrity endorser* (D. S. Putra, Yulianti, & Abdurrahim, 2020). Secara teori, *celebrity endorser* merupakan pendukung yang sukses karena banyak orang yang bercita-cita untuk memiliki gaya hidup yang sama seperti seorang selebriti. Selebriti memiliki daya tariknya tersendiri yang dalam berbagai cara mampu menarik target konsumen untuk melakukan keputusan pembelian (M. Lestari & Wahyono, 2021). Strategi lainnya yang telah diakui dapat mendukung kampanye pemasaran karena dapat memberikan pengaruh yang cukup besar adalah melalui *electronic-word of mouth* (E-WOM) (Manggalania & Soesanto, 2021). E-WOM adalah cara yang cepat untuk menyebarkan informasi mengenai produk atau jasa dari pelanggan lain yang sudah menggunakan atau membeli produk tersebut. Informasi ini berisi argumen dan komentar tentang kualitas, kinerja dan hal-hal lain yang dibahas melalui internet (Rahmah & Supriyono, 2022). E-WOM (*electronic-word of mouth*) atau rekomendasi produk dari pengguna lain melalui media sosial dan platform online, juga dapat menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. (Helmi *et al.*, 2022).

Saat ini, E-WOM (*electronic-word of mouth*) dan *celebrity endorser* telah menjadi faktor penting dalam pemasaran, khususnya dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Febriani & Khairusy, 2020; Kusmiati & Maarif, 2022). Penelitian mengenai pengaruh E-WOM dan *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian Batam Ogura masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mempelajari dampak E-WOM dan *celebrity endorser* pada keputusan pembelian Batam Ogura dengan menempatkan *brand image* sebagai mediator. Penelitian ini merupakan penelitian pertama yang mengkaji faktor-faktor tersebut pada merek lokal seperti Batam Ogura. Selain itu, penelitian ini menggunakan model mediasi untuk memahami hubungan antara variabel-variabel yang dikaji. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru dalam pengembangan merek lokal di Indonesia, serta memberikan wawasan baru tentang pengaruh E-WOM

dan *celebrity endorser* terhadap *purchase decision* dengan memasukkan variabel mediasi *brand image*. Oleh karena itu, penelitian ini hendak mengusulkan hipotesis, berupa



Gambar 1. Kerangka berfikir

- H1: *Celebrity endorser* memiliki pengaruh signifikan terhadap *brand image*
 H2: E-WOM memiliki pengaruh signifikan terhadap *brand image*
 H3: *Celebrity endorser* memiliki pengaruh signifikan terhadap *purchase decision*
 H4: E-WOM memiliki pengaruh signifikan terhadap *purchase decision*
 H5: *Celebrity endorser* memiliki pengaruh signifikan terhadap *purchase decision* dengan *brand image* sebagai mediasi
 H6: E-WOM memiliki pengaruh signifikan terhadap *purchase decision* dengan *brand image* sebagai mediasi
 H7: *Brand image* memiliki pengaruh signifikan terhadap *purchase decision*

METODE

Dalam penelitian ini, objek penelitian yang digunakan adalah seluruh individu yang berusia diatas 17 tahun dan pernah melakukan pembelian produk Batam Ogura. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *non-probability*, yaitu *judgemental sampling*. *Judgemental sampling* adalah sebuah teknik yang memiliki kriteria tertentu dan di pilih untuk mengambil anggota sampel berdasarkan ketentuan kriteria (Jaya & Salim, 2017). Dalam penelitian ini, kriteria yang digunakan adalah pria dan wanita berusia diatas 17 tahun dan pernah melakukan pembelian terhadap produk Batam Ogura. Responden akan disaring dengan beberapa pertanyaan yang tertera dalam statistik demografi dalam kuesioner, diantaranya jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, penghasilan/bulan, varian kue Batam Ogura yang paling disukai, frekuensi pembelian produk Batam Ogura setiap bulannya, rata-rata pengeluaran dalam sekali pembelian dan aplikasi belanja online yang digunakan.

Waktu pengumpulan data dilakukan pada bulan Februari hingga April 2023. Pengumpulan data melalui kuesioner dengan menggunakan *Google-form*. Peneliti berhasil mengumpulkan 220 responden dengan 215 diantaranya dilanjutkan untuk analisis data. Skala pengukuran yang digunakan adalah Skala *Likert*, yaitu 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan model persamaan struktural - *Partial Least Square* (SEM-PLS). Pada tahap awal analisis data, peneliti mengajukan beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan informasi demografi yang kemudian diolah menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Kemudian, dilakukan pemeriksaan kualitas data melalui proses uji validitas dan reliabilitas, selain itu juga dilakukan pengujian hipotesis untuk menentukan keterkaitan antara variabel-variabel yang diteliti. Data yang terkumpul akan diolah menggunakan aplikasi SmartPLS dan disajikan dalam bentuk *Microsoft Excel*.

HASIL dan PEMBAHASAN

Analisis Demografi Responden

Data yang berhasil dikumpulkan dalam penelitian ini adalah 220 responden. Kuesioner ini diisi oleh seluruh individu yang pernah melakukan pembelian terhadap produk Batam Ogura dan berusia di atas 17 tahun. Keusioner ini disebarakan dalam bentuk Google Form. Berdasarkan hasil yang diperoleh,

terdapat 215 data dalam kuesioner yang memenuhi kriteria, sedangkan kuesioner yang tidak memenuhi kriteria adalah sebanyak 5 orang. Data yang diperoleh dirangkum dalam tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1: Data Penyebaran Kuesioner

Keterangan	Jumlah Responden
Jumlah kuesioner yang terkumpul saat ini	220 Orang
Jumlah kuesioner yang memenuhi kriteria	215 Orang
Jumlah kuesioner yang tidak memenuhi kriteria	5 Orang

Sumber: Data primer diolah (2023)

Analisis Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data yang diolah menggunakan SPSS, persentase pada responden yang jenis kelamin perempuan adalah 65,1%, sedangkan untuk persentase pada responden yang jenis kelamin laki-laki adalah 34,9%. Hal ini menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin perempuan lebih mendominasi daripada responden laki-laki. Jumlah perempuan yang lebih mendominasi dibandingkan laki-laki dalam penelitian ini dapat disebabkan karena adanya perbedaan perilaku konsumtif pada *gender*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mubarakah & Rita, (2020) dimana disimpulkan bahwa dibandingkan dengan laki-laki, perempuan cenderung lebih konsumtif dalam menggunakan uangnya untuk berbelanja. Data yang sudah diuji, dirangkum dalam tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2: Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
Laki-Laki	75	34,9%
Perempuan	140	65,1%
Total	215	100,0%

Sumber: Data primer diolah (2023)

Analisis Responden berdasarkan Usia

Data dari kuesioner menunjukkan bahwa sebanyak 150 responden berumur antara 17-27 tahun, 33 responden berumur antara 28-37 tahun, 23 responden berumur antara 38-47 tahun, 6 responden berumur antara 48-57 tahun, dan 1 responden berumur lebih dari 57 tahun. Setelah diuji menggunakan aplikasi SPSS, ditemukan bahwa persentase tertinggi dari responden berada pada kisaran usia 17-27 tahun, yaitu 69,8%, sedangkan persentase terendah berada pada responden berumur lebih dari 57 tahun, yaitu 1%. Data ini dapat dilihat dalam tabel 3.

Tabel 3: Data Responden berdasarkan Usia

Umur	Jumlah	Presentase (%)
17-27 tahun	150	69,3%
28-37 tahun	33	15,3%
38-47 tahun	23	11,6%
48-57 tahun	6	2,8%
>57 tahun	1	1%
Total	215	100,0%

Sumber: Data primer diolah (2023)

Analisis Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan

Hasil dari kuesioner menunjukkan bahwa sebanyak 14 responden memiliki lulusan SMP/Sederajat, 132 responden memiliki lulusan SMA/ sederajat, 7 responden memiliki lulusan Diploma, 60 responden memiliki lulusan S1, dan 2 responden memiliki lulusan S2. Tidak ada responden yang memiliki lulusan S3. Berdasarkan hasil uji data dengan menggunakan SPSS, ditemukan bahwa responden yang memiliki lulusan SMA lebih mendominasi dibandingkan dengan responden yang memiliki lulusan SMP, Diploma, S1, S2, dan S3, dengan persentase sebesar 61,4%. Data tersebut dapat dilihat dalam Tabel 4.

Tabel 4: Data Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Presentase (%)
SMP/Sederajat	14	6,5%
SMA/Sederajat	132	61,4%
Diploma	7	3,3%
S1 Sarjana	60	27,9%
S2 Magister	2	0,9%
S3 Doktor	0	0,0%
Total	215	100,0%

Sumber: Data primer diolah (2023)

Analisis Responden berdasarkan Status

Berdasarkan hasil kuesioner, status responden yang paling mendominasi adalah pelajar/mahasiswa dengan jumlah 96 orang dan presentase sebesar 44,7%. Karyawan swasta menempati urutan kedua dengan jumlah 84 orang dan presentase sebesar 39,1%. Ibu rumah tangga menempati urutan ketiga dengan jumlah 20 orang dan presentase sebesar 9,3%. Selanjutnya, 15 orang atau 7,5% lainnya memiliki status sebagai ASN/TNI/Polri, profesional, wiraswasta, pendeta, part-time, dan tidak bekerja. Data tersebut terdapat dalam Tabel 5.

Tabel 5: Data Responden berdasarkan Status

Status	Jumlah	Presentase (%)
ASN/TNI/Polri	1	0,5%
Ibu rumah tangga	20	9,3%
Karyawan swasta	84	39,1%
Pelajar/Mahasiswa	96	44,7%
Profesional	1	0,5%
Wiraswasta	9	4,2%
Pendeta	1	0,5%
Part time	1	0,5%
Tidak Bekerja	2	0,9%
Total	215	100,0%

Sumber: Data primer diolah (2023)

Analisis Responden berdasarkan Penghasilan per Bulan

Dari hasil kuesioner, responden dengan penghasilan per bulan Rp3.000.000 hingga Rp4.999.999 mendominasi dengan jumlah 54 orang atau 25,1%. Ada juga responden dengan penghasilan kurang dari Rp1.000.000 (39 orang), Rp1.000.000 hingga Rp2.999.999 (30 orang), Rp5.000.000 hingga Rp6.999.999 (48 orang), Rp7.000.000 hingga Rp8.999.999 (28 orang), Rp9.000.000 hingga Rp10.000.000 (2 orang), dan lebih dari Rp10.000.000 (14 orang). Data ini tersaji di tabel 6.

Tabel 6: Data Responden berdasarkan Penghasilan per Bulan

Rata-Rata Penghasilan per Bulan	Jumlah	Presentase (%)
< Rp1.000.000	39	18,1%
Rp1.000.000 – Rp2.999.999	30	14,0%
Rp3.000.000 – Rp4.999.999	54	25,1%
Rp5.000.000 – Rp6.999.999	48	22,3%
Rp7.000.000 – Rp8.999.999	28	13,0%
Rp9.000.000 – Rp10.000.000	2	0,9%
> Rp10.000.000	14	6,5%
Total	215	100,0%

Sumber: Data primer diolah (2023)

Analisis Responden berdasarkan Varian Favorit

Data kuesioner menunjukkan varian favorit rasa Batam Ogura yang paling diminati adalah choco dengan 52 responden, disusul cheese, tiramisu, dan black oreo dengan masing-masing 32, 30, dan 29 responden. Sementara itu, rasa green tea dan red velvet memiliki jumlah responden terendah dengan

masing-masing 26 dan 20 responden. Presentase terbesar dimiliki oleh rasa choco dengan 24,2%. Tabel 7 berisi rangkuman data tersebut.

Tabel 7: Data Responden berdasarkan Varian Favorit

Varian Rasa Batam Ogura	Jumlah	Presentase (%)
Black Oreo	29	13,5%
Cheese	32	14,9%
Choco	52	24,2%
Durian	26	12,1%
Green Tea	26	12,1%
Red Velvet	20	9,3%
Tiramisu	30	14,0%
Total	215	100,0%

Sumber: Data primer diolah (2023)

Analisis Responden berdasarkan Frekuensi Pembelian

Hasil penyebaran kuesioner menunjukkan sebagian besar responden membeli produk Batam Ogura satu kali dalam 2 bulan, yaitu sebanyak 142 orang atau 66,0%. Ada juga yang membeli produk tersebut dengan frekuensi yang lebih rendah, seperti sebanyak 4 orang membeli satu kali dalam seminggu dan 5 orang membeli satu kali dalam dua minggu. Sedangkan 41 orang membeli produk Batam Ogura dua hingga tiga kali dalam sebulan dan hanya 1 orang yang membeli setiap hari. Data ini dapat dilihat dalam tabel 8.

Tabel 8: Data Responden berdasarkan Frekuensi Pembelian

Frekuensi Pembelian Batam Ogura	Jumlah	Presentase (%)
1 kali seminggu	4	13,5%
1 kali 2 minggu	5	14,9%
1 kali sebulan	22	24,2%
1 kali dalam 2 bulan	142	12,1%
2-3 kali sebulan	41	12,1%
Setiap hari	1	9,3%
Total	215	100,0%

Sumber: Data primer diolah (2023)

Analisis Responden berdasarkan Pengeluaran Rata-rata Setiap Pembelian

Data kuesioner menunjukkan bahwa 127 responden memiliki rata-rata pembelian produk Batam Ogura di bawah Rp100.000, 84 responden membeli produk sebesar Rp100.000 hingga Rp350.000, 3 responden membeli produk sebesar Rp350.000 hingga Rp750.000, dan 1 responden membeli produk sebesar Rp750.000. Mayoritas responden (59,1%) membeli produk dengan rata-rata pembelian di bawah Rp100.000. Data tersebut terlihat dalam tabel 9.

Tabel 9: Data Responden berdasarkan Pengeluaran Rata-rata Setiap Pembelian

Varian Rasa Batam Ogura	Jumlah	Presentase (%)
<Rp100.000	127	59,1%
Rp100.000-Rp350.000	84	39,1%
Rp350.000-Rp700.000	3	1,4%
>Rp750.000	1	0,5%
Total	215	100,0%

Sumber: Data primer diolah (2023)

Analisis Responden berdasarkan Aplikasi yang Digunakan

Data penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa sebanyak 92 orang melakukan pembelian produk Batam Ogura melalui Gofood, 41 orang melalui Grabfood, 51 orang melalui Shopee, 23 orang melalui Tokopedia, 1 orang melalui WhatsApp, dan 7 orang melakukan pembelian langsung ke outlet.

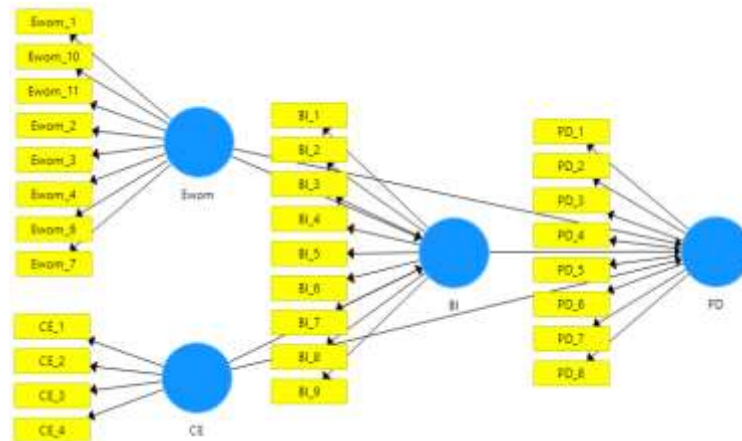
Lebih dari 42,1% orang melakukan pembelian melalui aplikasi Gofood. Semua data tersebut tertera dalam tabel 10.

Tabel 10: Data Responden berdasarkan Aplikasi yang Digunakan

Aplikasi Online yang Digunakan	Jumlah	Presentase (%)
Gofood	92	42,8%
Grabfood	41	19,1%
Shopee	51	23,7%
Tokopedia	23	10,7%
WhatsApp	1	0,5%
Outlet	7	3,3%
Total	215	100,0%

Sumber: Data primer diolah (2023)

Analisis SEM-PLS



Gambar 2. Model Diagram Jalur

Hasil Uji Outer Loadings dan AVE

Salah satu metode penilaian validitas konvergen yang dianjurkan oleh Ghozali (2021) adalah dengan menggunakan uji outer loadings, dimana nilai outer loadings harus melebihi angka 0,6. Dari table 11, dapat dilihat bahwa hasil uji outer loadings dari 215 responden yang memenuhi kriteria menunjukkan bahwa data tersebut dapat dianggap valid. Hal ini disebabkan karena setiap variabel memiliki tingkat korelasi yang tinggi dan melebihi nilai ambang batas 0,6. Adapun data yang tidak valid karena memiliki nilai dibawah batas ambang 0,6 sehingga tidak dilanjutkan ke analisis berikutnya. Data yang dimaksud adalah E-WOM_5, E-WOM_8, dan E-WOM_9.

Tabel 11: Hasil Uji *Outer Loadings*

Hubungan Korelasi Indikator dengan Variabel	Outer Loadings	Keterangan
BI_1 ← Brand Image	0,621	Valid
BI_2 ← Brand Image	0,701	Valid
BI_3 ← Brand Image	0,709	Valid
BI_4 ← Brand Image	0,708	Valid
BI_5 ← Brand Image	0,741	Valid
BI_6 ← Brand Image	0,736	Valid
BI_7 ← Brand Image	0,751	Valid
BI_8 ← Brand Image	0,747	Valid
BI_9 ← Brand Image	0,744	Valid
CE_1 ← Celebrity Endorser	0,833	Valid
CE_2 ← Celebrity Endorser	0,870	Valid
CE_3 ← Celebrity Endorser	0,893	Valid
CE_4 ← Celebrity Endorser	0,809	Valid
E-WOM_1 ← Electronic-Word of Mouth	0,778	Valid
E-WOM_2 ← Electronic-Word of Mouth	0,678	Valid



<i>E-WOM_3</i> ← <i>Electronic-Word of Mouth</i>	0,682	<i>Valid</i>
<i>E-WOM_4</i> ← <i>Electronic-Word of Mouth</i>	0,773	<i>Valid</i>
<i>E-WOM_5</i> ← <i>Electronic-Word of Mouth</i>	0,469	<i>Invalid</i>
<i>E-WOM_6</i> ← <i>Electronic-Word of Mouth</i>	0,652	<i>Valid</i>
<i>E-WOM_7</i> ← <i>Electronic-Word of Mouth</i>	0,756	<i>Valid</i>
<i>E-WOM_8</i> ← <i>Electronic-Word of Mouth</i>	0,462	<i>Invalid</i>
<i>E-WOM_9</i> ← <i>Electronic-Word of Mouth</i>	0,354	<i>Invalid</i>
<i>E-WOM_10</i> ← <i>Electronic-Word of Mouth</i>	0,687	<i>Valid</i>
<i>E-WOM_11</i> ← <i>Electronic-Word of Mouth</i>	0,749	<i>Valid</i>
<i>PD_1</i> ← <i>Purchase Decision</i>	0,706	<i>Valid</i>
<i>PD_2</i> ← <i>Purchase Decision</i>	0,751	<i>Valid</i>
<i>PD_3</i> ← <i>Purchase Decision</i>	0,733	<i>Valid</i>
<i>PD_4</i> ← <i>Purchase Decision</i>	0,736	<i>Valid</i>
<i>PD_5</i> ← <i>Purchase Decision</i>	0,766	<i>Valid</i>
<i>PD_6</i> ← <i>Purchase Decision</i>	0,679	<i>Valid</i>
<i>PD_7</i> ← <i>Purchase Decision</i>	0,613	<i>Valid</i>
<i>PD_8</i> ← <i>Purchase Decision</i>	0,715	<i>Valid</i>

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Ghozali (2021) menyatakan bahwa untuk memenuhi persyaratan validitas konvergen, suatu instrumen harus mencapai nilai *Average Variance Extracted* (AVE) minimal 0,5. Jika telah memenuhi nilai tersebut, maka instrumen tersebut dapat dianggap valid dan dapat dilanjutkan ke tahap pengujian data selanjutnya. Tabel 12 menunjukkan hasil uji data AVE setelah membuang pertanyaan yang tidak valid dan dinyatakan memenuhi kriteria karena nilai AVE telah melebihi ambang batas 0,5.

Tabel 12: Hasil Uji Data AVE

Variabel	AVE	Keterangan
<i>Brand Image</i>	0,516	<i>Valid</i>
<i>Celebrity Endorser</i>	0,726	<i>Valid</i>
<i>E-WOM</i>	0,519	<i>Valid</i>
<i>Purchase Decision</i>	0,509	<i>Valid</i>

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Hasil Uji Validitas Diskriminan

Hasil uji validitas diskriminan menunjukkan bahwa hubungan antar variabel yang berbeda kurang kuat, atau dengan kata lain, antar variabel yang sama memiliki hubungan yang lebih kuat. Cara untuk melakukan uji validitas diskriminan dapat dilakukan dengan uji *cross loading*. Ghozali (2021) menyebutkan syarat untuk *cross loading* adalah bahwa setiap indikator harus tergabung dalam variabelnya sendiri, dengan nilai minimum 0,7. Dilihat dari tabel 13, meskipun terdapat beberapa indikator dengan nilai korelasi di bawah 0,7, namun semua indikator tetap memiliki hubungan erat atau berkorelasi tinggi dengan variabelnya masing-masing.

Tabel 13. Hasil Uji *Cross Loading*

	BI	CE	E-WOM	PD
BI_1	0.621	0.350	0.535	0.318
BI_2	0.701	0.383	0.471	0.522
BI_3	0.709	0.456	0.424	0.532
BI_4	0.708	0.468	0.577	0.460
BI_5	0.741	0.505	0.591	0.511
BI_6	0.736	0.576	0.588	0.542
BI_7	0.751	0.546	0.515	0.688
BI_8	0.747	0.460	0.456	0.570
BI_9	0.744	0.575	0.445	0.616
CE_1	0.529	0.833	0.569	0.525
CE_2	0.613	0.870	0.594	0.550



CE_3	0.627	0.893	0.543	0.624
CE_4	0.525	0.809	0.455	0.515
E-WOM_1	0.577	0.515	0.778	0.552
E-WOM_10	0.457	0.419	0.687	0.354
E-WOM_11	0.528	0.527	0.749	0.463
E-WOM_2	0.501	0.418	0.678	0.446
E-WOM_3	0.532	0.433	0.682	0.495
E-WOM_4	0.532	0.471	0.773	0.452
E-WOM_6	0.439	0.461	0.652	0.355
E-WOM_7	0.503	0.410	0.756	0.493
PD_1	0.408	0.412	0.324	0.706
PD_2	0.523	0.454	0.385	0.751
PD_3	0.566	0.445	0.417	0.733
PD_4	0.524	0.454	0.452	0.736
PD_5	0.630	0.574	0.497	0.766
PD_6	0.406	0.447	0.338	0.679
PD_7	0.556	0.479	0.602	0.613
PD_8	0.575	0.420	0.525	0.715

Sumber: Data primer diolah (2023)

Selain itu, terdapat cara lain untuk melakukan uji validitas diskriminan yang disarankan oleh Henseler & Fassott (2010) dengan menggunakan indikator Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) dimana nilai kurang dari 0,9 menunjukkan bahwa validitas diskriminan telah tercapai dengan baik. Berdasarkan tabel 14, dapat disimpulkan bahwa hasil uji validitas diskriminan yang dilakukan dinyatakan valid karena nilai HTMT yang diperoleh kurang dari angka 0,9.

Tabel 14: Hasil Uji Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

	<i>Brand Image</i>	<i>Celebrity Endorser</i>	<i>Electronic-Word of Mouth</i>	<i>Word Purchase Decision</i>
<i>Brand Image</i>				
<i>Celebrity Endorser</i>	0.758			
<i>Electronic-Word of Mouth</i>	0.810	0.729		
<i>Purchase Decision</i>	0.829	0.742	0.710	

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Hasil Uji Reliabilitas

Menurut Latan & Ghazali (2012), pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan *Cronbach Alpha* yang dianggap reliabel jika nilainya lebih besar dari 0,6, sedangkan pengukuran dengan *Composite Reliability* dianggap reliabel jika nilainya lebih besar dari 0,7. Hasil uji *Cronbach's Alpha* dan reliabilitas yang tertera pada tabel 15 menunjukkan bahwa nilai reliabilitas telah melebihi batas ketentuan yang ditetapkan dan data tersebut dapat dianggap reliabel.

Tabel 15: Hasil Uji *Cronbach's Alpha*

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
<i>Brand Image</i>	0,883	0,906	Reliabel
<i>Celebrity Endorser</i>	0,874	0,914	Reliabel
<i>Electronic-Word of Mouth</i>	0,867	0,896	Reliabel
<i>Purchase Decision</i>	0,862	0,892	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Hasil Uji Direct Effect (Pengaruh Langsung)**Tabel 16:** Hasil Uji *Direct Effect* (Pengaruh Langsung)

Pengaruh	Sample Mean	P-Values	Kesimpulan
<i>Celebrity Endorser</i> → <i>Brand Image</i>	0,377	0,000	Signifikan Positif
<i>E-Word of Mouth</i> → <i>Brand Image</i>	0,474	0,000	Signifikan Positif
<i>Celebrity Endorser</i> → <i>Purchase Decision</i>	0,224	0,022	Signifikan Positif
<i>E-Word of Mouth</i> → <i>Purchase Decision</i>	0,139	0,056	Tidak Signifikan
<i>Brand Image</i> → <i>Purchase Decision</i>	0,498	0,000	Signifikan Positif

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Hipotesis 1. *Celebrity endorser* memiliki pengaruh signifikan terhadap *brand image*

Dalam tabel 16, hasil uji antara *celebrity endorser* terhadap *brand image* terbukti berpengaruh secara signifikan dan positif. Hal ini dapat dilihat pada angka *sample mean* sebesar 0,377 yang mengindikasikan bahwa hubungan bernilai positif dan p-values sebesar 0,000 yang menunjukkan pengaruh signifikan antara *celebrity endorser* terhadap *brand image*. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pemilihan *celebrity endorser* yang tepat merupakan tahapan penting bagi Batam Ogura agar dapat membentuk persepsi yang baik di benak konsumen dan meningkatkan citra merek. Hasil ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Widyasari & Suparna (2021) dan Indah, Bulan, & Sudrajat (2019). *Celebrity endorser* dianggap sebagai platform yang efektif dalam memengaruhi sikap konsumen terhadap merek dan dapat membantu memperkuat ingatan konsumen tentang citra merek suatu produk (Widyasari & Suparna, 2021). Penggunaan selebriti dalam iklan bertujuan untuk meningkatkan penjualan suatu produk. Keberadaan selebriti dalam iklan dianggap menarik, ekspresif, dan berpengaruh pada citra merek (Indah et al., 2019).

Hipotesis 2. E-WOM memiliki pengaruh signifikan terhadap *brand image*

Berdasarkan data yang dipaparkan dalam tabel 16, dapat disimpulkan bahwa variabel E-WOM berpengaruh langsung terhadap *brand image*. Kesimpulan ini diperoleh dari nilai *sample mean* yang menunjukkan angka 0.474 dan nilai P-Values dengan angka 0,000. Alhasil, dapat ditarik kesimpulan bahwa hubungan E-WOM terhadap *brand image* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. Perolehan hasil ini mengindikasikan bahwa peningkatan aktivitas E-WOM akan meningkatkan citra merek Batam Ogura pula. Konsumen Batam Ogura yang terlibat dalam E-WOM secara aktif akan merekomendasikan dan memberikan ulasan produk melalui platform media sosial. Hal ini memberikan akses kepada calon konsumen yang tertarik pada produk tersebut untuk memperoleh informasi dan pengalaman dari konsumen lain (E. D. Lestari & Gunawan, 2021). Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Wajdi & Aji (2020) dan Kadek et al., (2020).

Hipotesis 3. *Celebrity endorser* memiliki pengaruh signifikan terhadap *purchase decision*

Dalam tabel 16, hasil pengujian menunjukkan bahwa *celebrity endorser* berpengaruh langsung terhadap *purchase decision*, dimana terlihat dari *sample mean* dengan angka 0,224 dan P-Values dengan angka 0,022. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara *celebrity endorser* terhadap *purchase decision* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. Perolehan ini dapat mengindikasikan bahwa penggunaan selebriti sebagai *endorser* dalam promosi Batam Ogura mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen melalui pemberian informasi dan penanaman persepsi positif dalam iklan tersebut. Pemilihan selebriti sebagai *endorser* membuat pesan iklan lebih mudah diterima oleh konsumen, sehingga semakin terkenal selebriti yang digunakan, semakin besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap produk (D. Rosita, 2021). Hasil ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh A. Rosita, Lukitaningsih, & Fadhillah (2022).

Hipotesis 4. E-WOM memiliki pengaruh signifikan terhadap *purchase decision*

Pada tabel 16, terlihat bahwa walaupun hasil uji *direct effect* antara variabel E-WOM dan *purchase decision* memiliki hubungan yang positif, namun hubungan keduanya tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Hal ini dapat dilihat dari nilai *sample mean*, yaitu 0,139 dan P-Values, yaitu 0,056. Pengaruh yang tidak signifikan ini dapat disebabkan karena E-WOM yang berbeda dengan WOM. Pengaruh dari E-WOM memiliki perbedaan dengan WOM karena E-WOM menggunakan media online, yang mengakibatkan pemberi informasi dan penerima informasi tidak melakukan tatap muka secara langsung. Informasi yang diberikan hanya berupa tulisan komentar yang ditinggalkan oleh satu atau beberapa informan. Oleh karena itu, kredibilitas dari satu atau beberapa informan tersebut masih belum dapat dipastikan (Luthfiyatillah, Millatina, Mujahidah, & Herianingrum, 2020). Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh A. Rosita et al., (2022) dan Luthfiyatillah et al. (2020)

Hipotesis 5. *Brand image* memiliki pengaruh signifikan terhadap *purchase decision*

Melalui data yang disajikan dalam tabel 16, dapat disimpulkan bahwa *brand image* memiliki pengaruh langsung terhadap *purchase decision*, dimana hal ini terlihat dari *sample mean* dengan angka 0,498 dan P-Values dengan angka 0,000. Alhasil, dapat diartikan bahwa hubungan *brand image* terhadap *purchase decision* memiliki pengaruh positif dan signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa penting bagi Batam Ogura untuk terus meningkatkan dan mempertahankan citra mereknya agar dapat meyakinkan konsumen untuk melakukan pembelian. Merek mampu memberikan kejelasan bagi konsumen dalam memilih serta membentuk ikatan emosional pada identitas mereka, sehingga menghindari kebingungan dan memberikan rasa aman ketika menggunakan produk atau layanan. Merek juga dapat membangun rasa kepercayaan pada konsumen, sehingga memudahkan mereka dalam mengambil keputusan (Rosdiana & Hasanah, 2022). Pengaruh yang signifikan dan positif antara *brand image* terhadap *purchase decision* juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Kusmiati & Maarif (2022).

Hasil Uji Indirect Effect (Pengaruh Tidak Langsung)**Tabel 17:** Hasil Uji Indirect Effect (Pengaruh Tidak Langsung)

Pengaruh	Sample Mean	P-Values	Kesimpulan
<i>Celebrity Endorser</i> → <i>Brand Image</i> → <i>Purchase Decision</i>	0,187	0,000	Signifikan Positif
<i>E-Word of Mouth</i> → <i>Brand Image</i> → <i>Purchase Decision</i>	0,237	0,000	Signifikan Positif

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Hipotesis 6. *Celebrity endorser* memiliki pengaruh signifikan terhadap *purchase decision* dengan *brand image* sebagai mediasi

Dari tabel 17 diatas, dapat dilihat bahwa *celebrity endorser* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *purchase decision* yang dimediasi oleh *brand image* dengan angka 0,817 untuk nilai *sample mean* dan P-Values bernilai 0,000. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa hubungan *celebrity endorser* terhadap *purchase decision* yang dimediasi oleh *brand image* memiliki pengaruh positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa *celebrity endorser* mampu meningkatkan citra merek di mata konsumen, sehingga membuat mereka lebih condong untuk membeli produk yang diendorse oleh selebritas tersebut. Oleh karena itu, pemanfaatan *celebrity endorser* dalam strategi pemasaran dapat dianggap sebagai salah satu cara yang efektif untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Konsumen Batam Ogura cenderung lebih tertarik dengan produk yang didukung oleh *celebrity endorser* yang memiliki reputasi positif dan cocok dengan citra merek. Adanya pengaruh dari *brand image* sebagai mediator juga dapat memperkuat pengaruh *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, penggunaan citra merek dapat meningkatkan nilai pengaruh *celebrity endorsement* (M. Lestari & Wahyono, 2021). Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tayl & Yunita Budi Rahayu Silintowe (2021) dan M. Lestari & Wahyono (2021)

Hipotesis 7. E-WOM memiliki pengaruh signifikan terhadap *purchase decision* dengan *brand image* sebagai mediasi

Berdasarkan tabel 17 yang dipaparkan diatas, ditemukan bahwa E-WOM memiliki pengaruh signifikan terhadap *purchase decision* dengan *brand image* sebagai mediasi. Hal ini dapat dilihat bahwa nilai *sample mean* dan P-Values berturut adalah 0,237 dan 0,000. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara E-WOM dengan *purchase decision* yang dimediasi *brand image* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. Hal ini menandakan bahwa Batam Ogura harus mampu meningkatkan dan mempertahankan harga, kualitas, dan layanan yang mampu menarik konsumen atau calon konsumen untuk memutuskan belanja di Batam Ogura atas E-WOM positif yang tercipta di kalangan masyarakat. Karena itu, fokus utama perusahaan seharusnya adalah menjaga citra merek mereka agar tetap positif dan konsisten, serta mempertahankan relevansi dan manfaat yang diberikan kepada konsumen (Saraswati & Giantari, 2022). Hasil ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gunawan & Pertiwi (2022) dan Kusmiati & Maarif (2022).

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Berdasarkan analisis data yang dilakukan, didapati hasil pada tabel 18 yang menunjukkan bahwa nilai R Square untuk variabel *brand image* sebesar 0,592 yang artinya *electronic-word of mouth* dan *celebrity endorser* mampu menjelaskan variabel *brand image* sebesar 59,2% dan lainnya yaitu 40,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam model ini. Nilai R Square untuk variabel *purchase decision* sebesar 0,611, yang artinya *electronic-word of mouth* dan *celebrity endorser*, dan *brand image* mampu menjelaskan variabel *purchase decision* sebesar 61,1% dan lainnya yaitu 38,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam model ini. Hair, et al. (2019) menyebutkan kriteria nilai R Square adalah lebih dari 0,5 dengan indeks kuat. Hal ini menandakan bahwa kedua variabel tersebut memiliki kekuatan yang cukup untuk mempengaruhi variabel lainnya. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *brand image* dan *purchase decision* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel lainnya.

Tabel 18: Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Variabel	R Square Adjusted	Kesimpulan
Brand Image	0,592	Strong
Purchase Decision	0,611	Strong

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Hasil Uji Standardized Root Mean Square Residual (SRMR)

SRMR merupakan suatu ukuran yang menggambarkan selisih antara korelasi yang teramati dengan matriks korelasi hasil inferensi dari suatu model. Menurut Rule of Thumbs, nilai SRMR yang kurang dari 0,1 menunjukkan bahwa model yang dibuat sesuai atau cocok dengan data yang ada. Berdasarkan output yang tersedia, dapat diketahui bahwa nilai SRMR telah memenuhi kriteria tersebut.

Tabel 19: Hasil Uji Standardized Root Mean Square Residual (SRMR)

	Sample Mean	Kesimpulan
Saturated Model	0,052	Valid
Estimated Model	0,052	Valid

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Hasil Uji Quality Index

Latan & Ghozali (2012) mengemukakan bahwa pengujian *Quality Index* digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana model yang diuji telah diuji dengan baik. Hasil pengujian ini didapatkan dari nilai rata-rata pada AVE sebesar 0,5675 dan nilai rata-rata R Square adjusted sebesar 0,6015, seperti yang ditunjukkan pada perhitungan berikut:

$$\overline{\text{Comm}} = \frac{0,516+0,726+0,519+0,509}{4} = 0,5675$$



$$\bar{R}^2 = \frac{0,592 + 0,611}{2} = 0,6015$$

$$\text{GoF} = \sqrt[2]{0,5675 \times 0,6015}$$

$$= 0,584$$

Setelah dilakukan perhitungan, diperoleh hasil sebesar 0,584 yang mengindikasikan bahwa model yang sedang diuji cukup baik. Artinya, kriteria model masuk dalam kategori kuat.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis data yang telah dilaksanakan, diperoleh bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *celebrity endorser* terhadap *brand image*, *E-Word of Mouth* terhadap *brand image*, *celebrity endorser* terhadap *purchase decision*, *brand image* berpengaruh langsung terhadap *purchase decision*, *celebrity endorser* terhadap *purchase decision* yang dialui oleh *brand image* sebagai mediasi, dan *E-Word of Mouth* terhadap *purchase decision* yang dilalui oleh *brand image* sebagai mediasi. Namun, penelitian ini menemukan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara E-WOM dan *purchase decision*. Oleh karena itu, penting bagi Batam Ogura untuk meningkatkan kesadaran konsumen untuk berbagi informasi produk dengan orang lain setelah membeli produk Batam Ogura. Selain itu, Batam Ogura juga dapat memperbaiki beberapa strategi yang ada, yaitu dengan mengoptimalkan strategi pemilihan *celebrity endorser* yang tepat, menarik konsumen agar hendak membagikan pengalaman menggunakan produk Batam Ogura ke media sosial dengan memberikan diskon atau potongan harga, mempermudah komunikasi dan interkasi dengan pelanggan melalui penyediaan wadah untuk kritik dan saran, dan mengoptimalkan penggunaan media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. (2022). *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (2018-2022*)*.
 Badan Pusat Statistik. (2022). Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan I-2022. *Www.Bps.Go.Id*, (13), 12.
 Bagus, I. G., Stiawan, H., & Jatra, I. M. (2022). The Role of Brand Image Mediate the Influence of Price Fairness on Purchase Decisions for Local Fashion Brand Products, *7*(3), 114–117.
 Fajry, T. K., Saputro, H., Afrawati, I., Salsabila, A. G., Putri, S. N., & Muna, K. N. (2022). Seminar Dan Pelatihan Digitalisasi Sebagai Pendorong Pengembangan Umkm Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kelurahan Darmo Surabaya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *2*(2), 52–62.
 Febriani, R., & Khairusy, M. A. (2020). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser/Brand Ambassador, Harga Dan Desain Produk Yang Dimediasi Oleh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Shop Shopee. *Progress: Jurnal Pendidikan, Akuntansi Dan Keuangan*, *3*(1), 91–109. <https://doi.org/10.47080/progress.v3i1.782>
 Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 untuk Penelitian Empiris*. Semarang : Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
 Gunawan, D., & Pertiwi, A. D. (2022). Pengaruh Label Halal , Electronic Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap, *8*(01), 815–824.
 Hair, et al. (2019). *When to Use and How to Report the Result of PLS-SEM*. *European Business Review* Vol. 31 no 1.(2019). <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
 Helmi, S., Ariana, S., & Supardin, L. (2022). The Role of Brand Image as a Mediation of The Effect of Advertising and Sales Promotion on Customer Purchase Decision. *Journal of Economics and Sustainable Development*, *13*(8). <https://doi.org/10.7176/jesd/13-8-09>
 Henseler, J., & Fassott, G. (2010). Testing Moderating Effects in PLS Path Models : An Illustration of Available Procedures. <https://doi.org/10.1007/978-3-540-32827-8>
 Indah, S., Bulan, S., & Sudrajat, R. H. (2019). Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Arief

- Muhammad di Instagram Terhadap Brand Image Erigo Store. *Sospol: Jurnal Sosial Politik*, 5(2), 322–332.
- Jaya, A. S., & Salim, A. (2017). Pengaruh Kualitas Jasa Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6(2), 120–323.
- Kadek, N., Yohana, Y., Ayu, K., Dewi, P., Ayu, I. G., & Giantari, K. (2020). The Role of Brand Image Mediates the Effect of Electronic Word of Mouth (E-WOM) on Purchase Intention. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 215–220.
- KEMENPAREKRAF. (2022). Indikator Makro Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2021/2022.
- Kusmiati, R., & Maarif, M. S. (2022). Product Purchase Decision Analysis from Bittersweet by Najla Dessert Box. *International Journal of Research and Review*, 9(January), 423–445.
- Latan, H., & Ghozali, I. (2012). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Lestari, E. D., & Gunawan, C. (2021). Pengaruh E-Wom Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Minat Beli. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial*, 1(2), 75–82.
- Lestari, M., & Wahyono. (2021). The Influence of Celebrity Endorser and Online Promotion on Purchase Decision Through Brand Image. *Management Analysis Journal*, 10(2). <https://doi.org/10.15294/MAJ.V10I2.45545>
- Lestarie, N. A., Budianto, A., & Prabowo, F. H. E. (2020). Pengaruh perceived ease of use dan perceived usefulness terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 13(2), 194–200.
- Luthfiyatillah, Millatina, A. N., Mujahidah, S. H., & Herianingrum, S. (2020). Efektifitas Media Instagram Dan E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian Konten Sosial Media Yang Sering di Kunjungi. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 5(1), 101–115.
- Manggalania, L. K., & Soesanto, H. (2021). Pengaruh Celebrity Endorsement , Country of Origin dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening, 10, 1–15.
- Mubarakah, S., & Rita, M. R. (2020). Antecedent Perilaku Konsumtif Generasi Milenial : Peran Gender Sebagai Pemoderasi. *International Journal of Social Science and Business*, 4(2), 211–220.
- Narayana, K. G. S., & Rahanatha, G. B. (2020). Peran Brand Image Memediasi Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(5), 1962. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i05.p16>
- Prakoso, T. H. S., & Nathasya, V. (2022). THE EFFECTS OF CELEBRITY ENDORSEMENT, CELEBRITY ATTRIBUTES, BRAND IMAGE AND E-WOM ON PURCHASE DECISIONS THROUGH INSTAGRAM. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 6(3), 259–267.
- Putra, D. P. I. D., & Suparna, G. (2019). The Role of Brand Image Mediates The Effect of Product Quality on Purchasing Decisions, 7(1), 596–605.
- Putra, D. S., Yulianti, F., & Abdurrahim, A. (2020). Attracting Customers Interest through Celebrity Endorses for Marketplace. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 11(1), 84–92. <https://doi.org/10.15294/jdm.v11i1.22784>
- Rahmah, R. M., & Supriyono. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Masker Wajah Sariayu. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 6(2), 2352–2359. <https://doi.org/10.35308/jbkan.v6i2.5710>
- Rosdiana, M. F., & Hasanah, Y. N. (2022). The Influence of Social Media Marketing and Price on Purchase Decisions Through Brand Image as An Intervening Variable (Samsung Smartphone). *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(3), 23382–23391. [https://doi.org/Budapest International Research and Critics Institute-Journal \(BIRCI-Journal\)](https://doi.org/Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal))

- Rosita, A., Lukitaningsih, A., & Fadhilah, M. (2022). Peran Celebrity Endorser, Citra Merek, Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Melalui Niat Beli (Studi Kasus pada Produk Scarlett). *Manajerial*, 21(1), 95–110.
- Rosita, D. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Konsumen Mahasiswa. *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 04(September), 494–505.
- Saraswati, A. R., & Giantari, I. G. A. K. (2022). Brand Image Mediation of Product Quality and Electronic Word of Mouth on Purchase Decision. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 9(1), 97–109. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v9n1.2012>
- Statista. (2023). *Countries with the largest digital populations in the world as of January 2023*.
- Tauran, R. H., Andriani, D. R., Hartati, A. S., & Isaskar, R. (2022). The Effect of Social Media Marketing on the Purchase Decision of Kooka Coffee Products Using Brand Image As a Mediation Variable. *Agricultural Socio-Economics Journal*, 22(3), 223–232.
- Tayl, S. J., & Yunita Budi Rahayu Silintowe. (2021). Celebrity Endorser dan Keputusan Pembelian untuk Generasi Z : Efek Mediasi Citra Merek. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(2).
- Wajdi, M. F., & Aji, H. M. (2020). Factors affecting the intention to purchase halal cosmetics on Instagram : E-WOM and Brand Image. *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.1108/AJIM.vol2.iss1.art1>
- Widiastiti, N. M. G., Yasa, N. N. K., & Rahanata, G. B. (2020). The Role of Brand Image In Mediating The Relationship of Product Quality And Price Fairness With Purchase Decision (A Case Study of the iPhone Product in Denpasar City). *International Journal of Economics and Management Studies*, 7(4), 199–207. <https://doi.org/10.14445/23939125/ijems-v7i4p124>
- Widyasari, K. A., & Suparna, G. (2021). The Role of Brand Image in Mediating the Effect of Celebrity Endorsers on Repurchase Intention. *European Journal of Business and Management Research*, 7(3), 179–183.
- Yuliana, Y., Falahi, A., Safina, W. D., & Harahap, N. (2023). Implementasi E-Marketing Kelompok Budidaya Trigona Batu Katak. *Remik: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7(1), 24–31.

Pengaruh Lingkungan Kerja dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada Delta Group Tangerang Selatan

Dewi Sartika^{1*}, M. Anton Nurhidayat²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang
dosen02208@unpam.ac.id*

Received 18 April 2023 | Revised 23 Mei 2023 | Accepted 29 Mei 2023

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana lingkungan Kerja dan kompensasi terhadap Kinerja Karyawan pada Delta Group Tangerang Selatan. Jenis penelitian merupakan penelitian kuantitatif dengan populasi berjumlah 57 dengan sampling jenuh. Metode analisis data yang digunakan antara lain: uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi (R^2), uji t dan uji f. Hasil temuan penelitian terdapat hubungan antara lingkungan kerja dengan kinerja karyawan yang dapat disimpulkan dari hasil uji t yaitu $7,284 > t$ tabel 2,004 signifikansi $0,000 < 0,05$. Terdapat hubungan antara kompensasi dengan kinerja karyawan yang dapat disimpulkan dari hasil uji t yaitu $8,850 > t$ tabel 2,004 signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil uji simultan menghasilkan nilai $56,785 > f$ tabel 3,165 yaitu skor positif dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Menurut temuan penelitian, lingkungan kerja dan kompensasi secara keseluruhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada Delta Group Tangerang Selatan.

Kata Kunci: Lingkungan Kerja; Kompensasi; Kinerja Karyawan

Abstract

This study aims to analyze how the work environment and compensation affect employee performance at the Delta Group, South Tangerang. This type of research is a quantitative study with a population of 57 with saturated sampling. Data analysis methods used include: validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination test (R^2), t test and f test. The research findings show a relationship between the work environment and employee performance which can be concluded from the results of the t test, namely $7.284 > t$ table 2.004, a significance of $0.000 < 0.05$. There is a relationship between compensation and employee performance which can be concluded from the results of the t test, namely $8.850 > t$ table 2.004, a significance of $0.000 < 0.05$. Simultaneous test results produce a value of $56.785 > f$ table 3.165, namely a positive score and a significance of $0.000 < 0.05$. According to research findings, the overall work environment and compensation have a positive and significant effect on employee performance at the Delta Group South Tangerang.

Keywords: Work Environment; Compensation; Employee performance

PENDAHULUAN

Dalam suatu sistem operasi perusahaan, potensi Sumber Daya Manusia pada hakekatnya merupakan salah satu modal dan memegang suatu peran yang paling penting dalam mencapai tujuan perusahaan. Oleh karena itu perusahaan perlu mengelola Sumber Daya Manusia sebaik mungkin. Begitu juga untuk menghadapi persaingan saat ini, perusahaan harus mampu memiliki Sumber Daya Manusia

yang berkualitas. Setiap bagian pada suatu department di perusahaan seperti produksi, gudang, bahan baku, quality control dan lain sebagainya diisi oleh pekerja – pekerja profesional yang bekerja secara berkelompok. Untuk itu perusahaan perlu memperhatikan dan mengatur keberadaan sumber daya manusianya sebagai usaha untuk meningkatkan produktivitas yang baik. Sumber daya manusia adalah aspek krusial untuk menunjang produktivitas sebuah perusahaan agar mampu bertahan dalam ketatnya persaingan. Manajemen sumber daya manusia merupakan bagian dari manajemen keorganisasian yang memfokuskan diri pada unsur sumber daya manusia (Sutrisno, 2016:4). Manusia merupakan aset penting bagi perusahaan yang harus dibina dan diarahkan agar tujuan perusahaan dapat tercapai. Dalam melaksanakannya mengacu pada tata tertib dan peraturan perusahaan yang telah dirumuskan dan telah disahkan oleh perusahaan. Disiplin adalah hal yang mutlak yang harus ditanamkan disetiap perusahaan baik itu tingkat bawah maupun tingkat atas. Hal dasar dalam kedisiplinan adalah manajemen waktu yaitu jam kerja apabila waktu tersebut dilanggar, karyawan tersebut tidak disiplin. Manajemen Sumber Daya Manusia adalah proses untuk memperoleh, melatih, menilai, dan mengompensasi karyawan dan untuk mengurus relasi tenaga kerja, kesehatan dan keselamatan, serta hal-hal yang berhubungan dengan keadilan” Gary Dessler (2015:3). Kinerja seorang karyawan merupakan kemampuan yang dimiliki oleh karyawan dalam bekerja yang bersifat individual, karena setiap karyawan mempunyai sifat yang berbeda – beda dalam mengerjakan pekerjaannya. Menurut Handoko (2015:108) “Kinerja adalah pencapaian atau prestasi seseorang berkenaan dengan tugas – tugas yang dibebankan kepadanya”. Dalam proses pencapaiannya, kinerja karyawan yang berkualitas sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor diantaranya disiplin kerja dan lingkungan kerja karyawan. Salah satu faktor yang sangat berpengaruh dalam sumber daya manusia adalah faktor kedisiplinan. Fenomena yang terjadi pada karyawan Delta Group dari tahun 2018 hingga 2020 adalah menurunnya kinerja karyawan. Menurunnya kinerja karyawan pasti dapat merugikan perusahaan karena dengan menurunnya kinerja dapat menghambat produktivitas perusahaan itu sendiri.

Tabel 1. Penilaian Kinerja Karyawan Delta Group Tahun 2018-2020

Indikator	2018			2019			2020		
	Baik	Sedang	Kurang	Baik	Sedang	Kurang	Baik	Sedang	Kurang
Kualitas Kerja	41%	32%	27%	39%	31%	30%	38%	28%	34%
Kuantitas Kerja	54%	35%	11%	50%	35%	15%	48%	30%	22%
Efektivitas Kerja	58%	20%	22%	55%	18%	27%	50%	15%	35%

Sumber: HRD Delta Group, tahun 2020

Kedisiplinan merupakan fungsi manajemen sumber daya manusia yang terpenting dan kunci terwujudnya tujuan yang maksimal. Disiplin kerja dapat dilihat sebagai sesuatu yang besar manfaatnya, baik bagi kepentingan organisasi maupun bagi para karyawan. Bagi organisasi adanya disiplin kerja akan menjamin terpeliharanya tata tertib dan kelancaran pelaksanaan tugas, sehingga diperoleh hasil yang maksimal. Adapun bagi karyawan akan diperoleh suasana kerja yang menyenangkan sehingga akan menambah semangat kerja. Lingkungan kerja sangat berpengaruh terhadap kinerja karyawan, karena lingkungan kerja yang aman dapat mengembangkan kreativitas dan kerja sama yang baik antar karyawan serta dapat meningkatkan prestasi kerja karyawan itu sendiri sehingga perlu adanya lingkungan kerja yang baik. Lingkungan kerja yang nyaman dan menyenangkan dapat membuat mereka lebih tenang, efektif, tekun, dan serius dalam menghadapi tugastugasnya. Lingkungan kerja adalah sesuatu yang ada dilingkungan para pekerja yang dapat mempengaruhi dalam menjalankan tugas seperti temperature, kelembaban, ventilasi, penerangan, kegaduhan, kebersihan tempat kerja, dan memadai tidaknya alat-alat perlengkapan kerja (Afandi (2018:66). Suasana tempat kerja yang nyaman dan penciptaan disiplin kerja yang baik akan dapat meningkatkan semangat karyawan dalam bekerja. Kinerja karyawan yang menurun tentu akan mempengaruhi stabilitas perusahaan. Dimana lingkungan kerja yang tidak ramah dan disiplin kerja yang buruk akan membuat kinerja karyawan menurun, serta semangat kerja yang kurang baik akan membuat tujuan perusahaan menjadi tidak tercapai, sehingga

perusahaan akan sulit untuk bersaing dengan perusahaan lain dan pada akhirnya akan menyebabkan kerugian terhadap perusahaan itu sendiri jika tidak diberikan solusi yang tepat untuk menghadapi masalah kinerja tersebut. Lingkungan kerja adalah lingkungan dimana pegawai melakukan pekerjaannya sehari-hari, lingkungan kerja yang kondusif memberikan rasa aman dan memungkinkan para pegawai untuk bekerja optimal. Lingkungan kerja dapat mempengaruhi emosi pegawai. Jika pegawai menyenangi lingkungan kerja dimana dia bekerja, maka pegawai tersebut akan betah di tempat kerjanya untuk melakukan aktivitas sehingga waktu kerja dipergunakan secara efektif dan optimis prestasi kerja pegawai juga tinggi.

Lingkungan kerja yang kondusif memberikan rasa aman dan memungkinkan karyawan untuk dapat bekerja optimal. Selain faktor tersebut kompensasi juga dapat dijadikan patokan bagaimana seorang karyawan dapat bekerja dengan baik atau tidak. Besarnya upah diberikan sesuai dengan kinerja para karyawan, dimana jika dia bekerja dengan baik tidak mustahil akan mendapatkan upah/gaji yang setimpal dengan hasil kerjanya.

Perusahaan harus dapat memiliki produktivitas yang baik untuk memenuhi target perusahaan yang sudah ditetapkan. Kinerja karyawan yang baik dengan etos kerja yang tinggi akan membantu perusahaan untuk dapat memenuhi target perusahaan tersebut dan membantu perusahaan memperoleh keuntungan, sedangkan bila kinerja karyawan menurun dan buruk maka akan merugikan perusahaan tersebut. Oleh karena itu, maka perusahaan harus dapat mengelola karyawan dengan baik agar kinerja karyawan dapat maksimal, tidak ada konflik antar karyawan, serta tercapainya kepuasan kerja karyawan. Menurunnya kinerja karyawan pasti dapat merugikan perusahaan karena dengan menurunnya kinerja dapat menghambat produktivitas perusahaan itu sendiri.

Lingkungan kerja menurut Agus Ahyari (2015:150) "Lingkungan kerja merupakan lingkungan dimana para karyawan tersebut bekerja" Sedangkan menurut Mill *Standingford* dan *appleby* dalam sedarmayanti (2017:31), lingkungan kerja internal adalah lingkungan yang didalamnya terdapat perabot, tata ruang dan kondisi fisik yang mempengaruhi aktivitas karyawan. Menurut Akhyari (2013:160), bahwa lingkungan kerja adalah suatu lingkungan dimana para karyawan melaksanakan tugas dan kewajiban sehari-hari yang meliputi beberapa bagian, yaitu: pelayanankaryawan, kondisi kerja, dan hubungan karyawan didalam perusahaan yang bersangkutan. Menurut Edy Sutrisno (2016:85), disiplin adalah sikap kesediaan dan kerelaan seseorang untuk mematuhi dan mentaati norma-norma peraturan yang berlaku di sekitarnya. Disiplin kerja adalah suatu alat yang digunakan para manajer untuk berkomunikasi dengan karyawan agar mereka bersedia untuk mengubah suatu perilaku sebagai suatu upaya untuk meningkatkan kesadaran dan kesediaan seseorang mematuhi semua peraturan perusahaan dan norma-norma sosial yang berlaku. Kinerja menurut Rivai (2016:554) adalah perilaku nyata yang ditampilkan setiap orang sebagai prestasi kerja yang dihasilkan oleh karyawan sesuai dengan perannya dalam perusahaan. Menurut Sutrisno (2016:151) kinerja atau prestasi kerja merupakan hasil kerja yang telah dicapai oleh seseorang berdasarkan tingkah laku kerjanya dalam menjalankan aktivitas dalam bekerja. Menurut (Logahan 2012: 3) kinerja merupakan landasan bagi pencapaian tujuan suatu organisasi. Keberhasilan organisasi dalam meningkatkan kinerjanya sangat bergantung pada kualitas sumber daya manusia yang bersangkutan dalam bekerja selama berada pada organisasi tersebut.

METODE

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian kuantitatif dan dengan pendekatan asosiatif. Penelitian ini dilaksanakan di Perusahaan Delta Group di alamat: Komplek Ciputat Indah Permai Blok C No. 10, Jl. Ir H. Juanda No.50, Cemp. Putih, Kec. Ciputat, Kota Tangerang Selatan, Banten. Populasi merupakan keseluruhan karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut yang dapat ditarik sebagai sampel. Dalam penelitian ini populasinya adalah karyawan Delta Group yang dalam data tahun 2020 berjumlah 57 karyawan.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling jenuh. Menurut Sugiyono (2017:

68), bahwa: “teknik sampling jenuh merupakan teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.” dimana anggota populasi dijadikan sampel. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah karyawan Delta Group yang berjumlah 57 karyawan. Teknik Analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, analisis koefisien kolerasi, analisis koefisien dterminasi, uji t dan uji F.

HASIL dan PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Tabel 2. Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov*

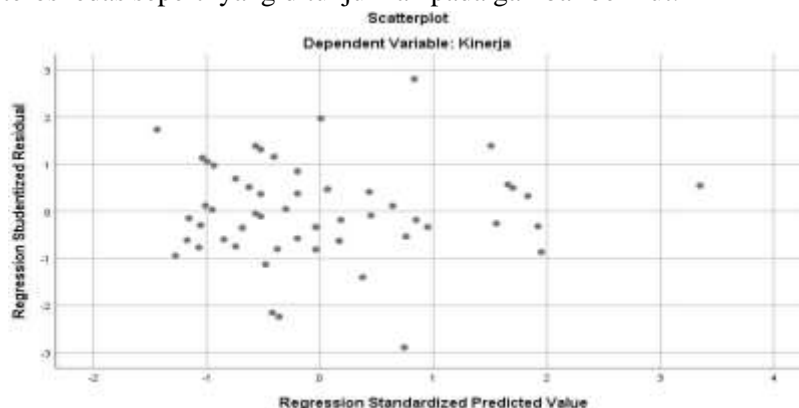
<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>		57
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	0,00000000
	<i>Std. Deviation</i>	2,09161268
	<i>Absolute</i>	0,098
	<i>Positive</i>	0,080
	<i>Negative</i>	-0,098
<i>Test Statistic</i>		0,098
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		0,200 ^{c,d}
<i>Test distribution is Normal.</i>		
<i>Calculated from data.</i>		
<i>Lilliefors Significance Correction.</i>		

Sumber : Data diolah, 2022

Hasil uji normalitas pada sample kolmogrov-smirnov di atas diperoleh nilai signifikan sebesar 0,200 > 0,05, artinya data terdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dimaksud-kan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual menggunakan uji Scatterplot dimana hasil uji ini dapat dilihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan lain. Hasil uji heteroskedas seperti yang ditunjukkan pada gambar berikut:



Gambar 1. Scatterplot Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil pengujian pada gambar diatasdapat dilihat bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.



Uji Multikoleniaritas

Tabel 3. Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	8,581	2,777		3,090	0,003		
Lingkungan Kerja (X1)	0,312	0,080	0,395	3,889	0,000	0,579	1,726
Kompensasi (X2)	0,492	0,098	0,511	5,031	0,000	0,579	1,726

a. Dependent Variable: Kinerja (Y)

Sumber : Data diolah, 2022

Hasil uji multikoleniaritas diperoleh nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai toleransi di atas 10% atau 0,1 yang berarti dari data tidak terjadi multikoleniaritas

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4. Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8,851	2,777		3,090	0,003
1 Lingkungan Kerja (X1)	0,312	0,080	0,395	3,889	0,000
Kompensasi (X2)	0,492	0,098	0,511	5,031	0,000

a. Dependent Variable: Kinerja (Y)

Berdasarkan hasil uji pada tabel di atas, dengan disusun persamaan regresi linier berganda:

$Y = 8,851 + 0,312x_1 + 0,492x_2$, Interpretasi dari persamaan regresi tersebut:

1. Konstanta sebesar 8,851 menyatakan bahwa jika variabel lingkungan kerja dan kompensasi dianggap konstan (0), maka nilai kinerja karyawan sudah bernilai 8,851.
2. Koefisien regresi lingkungan kerja bernilai positif 0,312 memiliki arti bahwa apabila variabel kompensasi konstan dan variabel lingkungan kerja mengalami peningkatan satu satuan maka kinerja karyawan akan mengalami kenaikan sebesar 0,312 satuan.
3. Koefisien regresi kompensasi bernilai positif 0,492 memiliki arti bahwa apabila variabel lingkungan kerja konstan dan variabel kompensasi mengalami peningkatan satu satuan maka kinerja karyawan akan mengalami kenaikan sebesar 0,492 satuan.

Uji t (parsial)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya.

Hasil uji t seperti ditunjukkan pada tabel .

Tabel 5. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel bebas	t _{hitung}	Sig	H ₀	H ₁
Lingkungan Kerja	7,284	0,000	Ditolak	Diterima
Kompensasi	8,850	0,000	Ditolak	Diterima

Sumber: Pengolahan data (2020)

Berdasarkan tabel di atas :

1. Hasil uji pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan di peroleh nilai t_{hitung} (7,284) > t_{tabel} (2,004) dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05, artinya secara parsial lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan.

2. Hasil uji pengaruh kompensasi terhadap kinerja karyawan di peroleh nilai thitung (8,850) > ttabel (2,004) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, artinya secara parsial kompensasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan.

Uji F (simultan)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Tabel 6. Hasil Uji Simultan ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	515,254	2	257,627	56,785	,000 ^b
Residual	244,991	54	4,537		
Total	760,246	56			

a. Dependent Variable: Kinerja (Y)

b. Predictors: (Constant), Kompensasi (X2), Lingkungan Kerja (X1)

Hasil uji diperoleh nilai Fhitung (56,785) > ttabel (3,165) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, artinya secara simultan lingkungan kerja dan kompensasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan.

Koefisien Determinasi

Pengukuran koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui presentase pengaruh variabel kepemimpinan dan disiplin kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan.

Tabel 7. Hasil Analisis Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	1. Error of the Estimate
1	,823 ^a	0,678	0,666	2,

a. Predictors: (Constant), Kompensasi (X2), Lingkungan Kerja (X1)

b. Dependent Variable: Kinerja (Y)

Sumber : Data diolah, 2022

Besarnya nilai pengaruh variabel bebas ditunjukkan oleh nilai Adjusted R = 0,678, jadi kontribusi lingkungan kerja dan kompensasi terhadap kinerja karyawan sebesar 67,8% sedangkan sisanya 32,2% dipengaruhi oleh variabel selain lingkungan kerja dan kompensasi.

Pembahasan

Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan Delta Group Tangerang Selatan dengan nilai thitung (7,284) > ttabel (2,004) dan sig (0,00) < (0,05)

Ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara kompensasi terhadap kinerja karyawan Delta Group Tangerang Selatan dengan ttabel, nilai thitung (8,850) > ttabel (2,004) dan sig (0,000) < (0,05).

Ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara lingkungan kerja dan kompensasi terhadap kinerja karyawan Delta Group Tangerang Selatan nilai Fhitung (56,785) > ttabel (3,165) dan sig (0,000) < 0,05.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa data dan pembahasan dapat disimpulkan:

Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan pada Delta Group Tangerang Selatan

Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kompensasi terhadap kinerja karyawan pada Delta Group Tangerang Selatan.

Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari antara Lingkungan Kerja dan kompensasi secara bersama-sama terhadap kinerja karyawan pada Delta Group Tangerang Selatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyari, Agus. (2015). *Manajemen Produksi Perencanaan Sistem Produksi*. Yogyakarta : BPFE.
- Arikunto. (2015). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: RinekaCipta.
- Bangun, W. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Erlangga.
- Barry, Render dan Jay Heizer. 2011. *Prinsip-prinsip Manajemen Operasi : Operations Management*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dessler, Garry. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Indeks Simamora.
- Gouzali Saydam. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia, Suatu pendekatan Mikro*. Jakarta: Djambaran.
- Handoko, T. Hani. (2015). *Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia*. Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Hasibuan, Malayu SP. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Hidayat, T. (2019). Pengaruh Motivasi Kerja, Kompetensi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Badan Penelitian Dan Pengembangan Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia (Doctoral dissertation, Universitas Pamulang).
- Karyoto. (2017). *Dasar-dasar Manajemen*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Logahan, (2012). Analisis Pengaruh Lingkungan Kerja dan Pemberian Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan CV Mum Indonesia. E-Journal Binus Business Review Vol. 3 No. 1
- Mangkunegara, Anwar Prabu. (2014). *Evaluasi Kinerja SDM, Cetakan keenam*. Bandung : Refika Aditama
- Nawawi, (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Untuk Bisnis Yang Kompetitif*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Rahidi, R., & Apriansyah, M. (2021). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Indomarco Prismatama Area Kota Depok. Jurnal Ilmiah PERKUSI, 1(1), 62-69.
- Rivai, V. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan dari Teori ke Praktik Edisi 2*. Jakarta: Murai Kencana.
- Safroni, Ladzi. (2012). *Manajemen dan Reformasi Pelayanan Publik dalam Konteks Birokrasi Indonesia*. Surabaya: Aditya Media Publishing.
- Santoso, S. (2015). *SPSS 20 Pengolahan Data Statistik di Era Informasi*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo.
- Sedarmayanti. (2017). *Manajemen sumber daya manusia, reformasi birokrasi dan manajemen pegawai negeri sipil, cetakan kelima*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Siagian, T. S., & Khair, H. (2018). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening. Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen, 1(1), 59-70.
- Sunyoto, Danang. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Supardi. (2017). *Kinerja guru*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sutrisno, E. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Prenada Media Group.

- Wibowo. (2016). *Manajemen Kinerja, Edisi Kelima*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Widodo, S.E. (2015). *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Pusaka Pelajar.



Pengaruh Literasi Digital dan Literasi Informasi terhadap Minat Berwirausaha Pada Generasi Muda di Kota Palembang

Agustinus Widyartono^{1*}, Maria Josephine Tyra²

¹Fakultas Bisnis dan Akuntansi, Universitas Katolik Musi Charitas
widyartono@ukmc.ac.id, tyra@ukmc.ac.id

Received 29 Maret 2023 | Revised 23 Mei 2023 | Accepted 29 Mei 2023

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan adanya literasi digital dan literasi informasi terhadap minat generasi muda untuk berwirausaha. Penelitian ini dilakukan saat pandemi COVID-19 terjadi. Lokasi penelitian dilakukan di kota Palembang dan kepada 115 kaum generasi muda. Metode pengambilan data yang dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan purposive sampling, teknik analisa data dilakukan dengan menggunakan parsial least square (PLS). Penelitian ini membuktikan bahwa literasi digital dan literasi informasi mempengaruhi minat generasi muda dalam berwirausaha. Hal yang menonjol dalam literasi digital ditemukan dalam penelitian ini adalah aspek etis dimana generasi muda menghargai/menghormati para pengguna internet dan aspek yang menonjol dalam literasi informasi yang ditemukan dalam penelitian ini adalah kemampuan para generasi muda untuk mengelola informasi yang ditemukan di internet.

Keywords: *Literasi Digital; Literasi Informasi; Minat Berwirausaha*

Abstract

This study aims to prove the existence of digital literacy and information literacy on the interest of the younger generation to be entrepreneurial. This research was conducted during the COVID-19 pandemic. The research location was conducted in the city of Palembang and to 115 young people. The data collection method used in this study using purposive sampling, the data analysis technique was carried out using partial least square (PLS). This research proves that digital literacy and information literacy affect the interest of the younger generation in entrepreneurship. The thing that stands out in digital literacy found in this study is the ethical aspect where the younger generation respects/respects internet users and a prominent aspect in information literacy found in this study is the ability of the younger generation to manage information found on the internet.

Keywords: *Digital Literacy; Information Literacy; Interest In Entrepreneurship*

PENDAHULUAN

Kementerian Perindustrian (Kemenperin) mendorong tingkat literasi generasi milenial untuk memahami dunia digital guna peningkatan kompetensi sumber daya manusia (SDM) dalam memasuki era Revolusi Industri 4.0. Salah satu cara meningkatkan kualitas diri untuk menjawab tantangan global adalah dengan membentuk suatu parameter pengembangan kualitas yang sesuai dengan perubahan zaman. Meningkatkan kualitas diri dapat dicapai dengan cara mengolah suatu informasi yaitu dengan memahami, menggunakan, menganalisis, dan mentransformasikannya atau menjadi seorang literat.

Para intelektual muda yang dibutuhkan adalah para literat yang yang mampu meningkatkan kualitas dirinya dengan tidak hanya membaca dan menulis, tetapi juga mencakup praktik kebudayaan yang berhubungan dengan berbagai bidang, seperti sosial dan politik. Transformasi makna literasi dijadikan jawaban dalam menjawab tantangan global yang mendesak Indonesia untuk terus bersaing seiring perkembangan zaman.

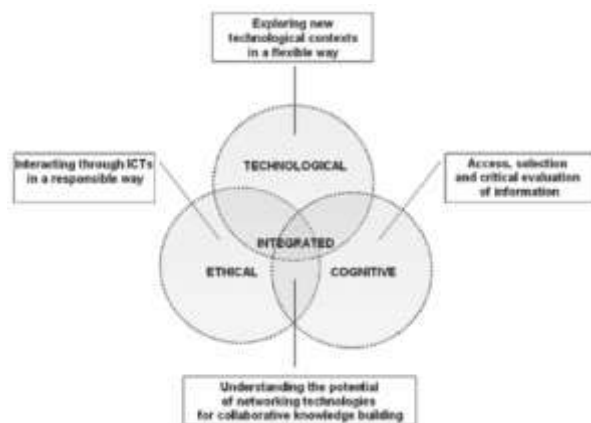
Berdasarkan paparan yang telah diuraikan di atas, maka literasi informasi mempunyai tujuan untuk membantu seseorang dalam memenuhi kebutuhan informasinya baik untuk kehidupan pribadi (pendidikan, kesehatan, pekerjaan) maupun lingkup masyarakat. Dengan memiliki kemampuan literasi informasi kita mudah mengatasi dalam berbagai hal berkaitan dengan kegiatan penelusuran informasi. Literasi informasi bermanfaat dalam persaingan di era globalisasi informasi sehingga pintar saja tidak cukup tetapi yang utama adalah kemampuan dalam belajar secara terus-menerus. Geliat pengguna internet untuk perdagangan yang semakin bertambah mendorong munculnya bisnis-bisnis baru yang sekarang banyak dikatakan sebagai “start up business”. Menurut Ries dalam (Prastya Nugraha & Wahyuhastuti, 2017) start up merupakan sebuah usaha yang baru didirikan dan masih pada tahap pengembangan serta penelitian untuk mencari potensi pasar dan semua tergolong dalam bidang usaha teknologi dan informasi. Prastya Nugraha (2017) menyatakan bahwa semua bisnis yang dalam bidang perdagangan dan jasa dalam upaya memenuhi kebutuhan sehari-hari konsumen merupakan bisnis yang mayoritas bergerak di bidang online. Hampir semua dari pemilik bisnis tersebut tergolong masih usia muda dengan pengalaman yang mungkin kurang namun dengan keahlian teknologi informasi yang semakin berkembang mereka dituntut untuk dapat berinovasi dan anak muda merupakan pelaku inovasi. (Prastya Nugraha & Wahyuhastuti, 2017). Munculnya bisnis di bidang *online* banyak yang dilakukan secara individu. (Ooi & Ahmad, 2013). Aspek motivasi yang tepat sangat penting bagi pelaku bisnis *start up* atau calon pengusaha untuk masuk ke bisnis tersebut. (Paunescu, 2013). Drucker dalam Paunescu (2013) menyatakan “setiap orang yang memulai bisnis baru adalah sedang berwirausaha”. Seorang pengusaha muda khususnya yang bergerak dalam bisnis *start up* memiliki inovasi untuk menghasilkan solusi kreatif yang berhubungan dengan pasar yang kebutuhannya belum terpenuhi dan menciptakan jenis nilai yang baru bagi pelanggan.

Literasi merupakan kemampuan individu untuk menggunakan segenap potensi dan ketrampilan yang dimiliki. Literasi menjadi salah satu persoalan yang diperhatikan secara serius oleh pemerintahan. Wujudnya dengan dicanangkannya Program atau Gerakan Literasi Nasional (GLN) yang lantas diturunkan dalam Gerakan Literasi Sekolah (GLS), Gerakan literasi Keluarga (GLK), dan Gerakan literasi Masyarakat (GLM). Ada enam jenis literasi yang menjadi prioritas, yakni literasi bahasa dan sastra, literasi sains, literasi digital, literasi finansial, literasi budaya, dan literasi kewarganegaraan. (Winarsih & Furinawati, 2018).

Literasi digital adalah kemampuan memahami dan menggunakan berbagai informasi dari piranti digital secara efektif dan efisien dalam berbagai konteks seperti akademik, karier, dan kehidupan sehari-hari. Literasi digital menurut UNESCO adalah kemampuan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk menemukan, mengevaluasi, memanfaatkan, membuat, dan mengkomunikasikan konten atau informasi dengan kecakapan kognitif, etika, sosial, emosional, dan aspek teknis atau teknologi. Literasi digital adalah kemampuan memahami dan menggunakan berbagai informasi dari piranti digital secara efektif dan efisien dalam berbagai konteks seperti akademik, karier, dan kehidupan sehari-hari (Garmire & Pearson, 2006). Literasi digital dapat diartikan juga sebagai bentuk ketertarikan, sikap dan kemampuan individu menggunakan teknologi digital dan alat komunikasi untuk mengakses, mengelola, mengintegrasikan, menganalisis dan mengevaluasi informasi, membangun pengetahuan

baru, membuat dan berkomunikasi dengan orang lain agar dapat berpartisipasi secara efektif dalam masyarakat (Winarsih & Furinawati, 2018). Menurut Gilster setiap orang harus menyesuaikan kemampuannya dalam memahami dan menggunakan informasi dari berbagai sumber digital. Ia juga menambahkan bahwa literasi digital adalah kemampuan menggunakan peralatan digital dalam kehidupan sehari-hari (Mega, 2020). Leaning (2019) mengemukakan bahwa literasi digital adalah kemampuan menggunakan teknologi dan informasi dari piranti digital secara efektif dan efisien dalam berbagai konteks seperti akademik, karir dan kehidupan sehari-hari.

Instant Digital Competence Assessment (Instant DCA) salah satu model dan instrumen yang digunakan untuk mengetahui dan mengukur kemampuan literasi digital seseorang. Instant DCA (iDCA) menilai kemampuan literasi digital seseorang dengan membaginya menjadi 3 dimensi yaitu dimensi teknologi, kognitif dan etika (Calvani et al., 2008; Perri  nez-Ca  adillas et al., 2019).



Gambar 1. *Instant Digital Competence Assessment*

Sumber : (Calvani et al., 2008)

Pada dimensi teknologi terbagi pada beberapa sub yaitu individu mampu mengatasi berbagai kendala seperti permasalahan koneksi dan virus pada perangkat, individu mampu membedakan yang nyata dan virtual (Lestari et al., 2018). Pada dimensi kognitif memiliki penekanan pada kegiatan seperti mampu membuat kesimpulan, membandingkan, menginterpretasikan konten, maupun data pada grafik atau pun gambar, mampu memilah informasi yang relevan. Pada dimensi etika terdapat beberapa sub kategori juga seperti individu tidak menyalahgunakan teknologi, menghormati pengguna internet lain dan memahami kensenjangan sosial dan teknologi (Lestari et al., 2018).

Literasi informasi pertama kali ditemukan oleh *American Information Industry Association*. Dijelaskan bahwa definisi literasi informasi sebagai kemampuan untuk mengakses, mengevaluasi dan menggunakan informasi dari berbagai sumber yang variatif. Definisi lain diberikan oleh Verzosa (Cetindamar Kozanoglu & Abedin, 2020) bahwa literasi informasi diartikan sebagai sebuah keahlian dalam mengakses dan mengevaluasi informasi secara efektif untuk memecahkan masalah dan membuat keputusan. Seseorang yang memiliki keahlian ini mengerti bagaimana belajar untuk belajar karena mereka tahu bagaimana mengelola informasi, mengevaluasi, memilah-milah dan menggunakan sesuai dengan etika yang berlaku (Yudistira, 2017).

Literasi informasi merupakan kemampuan yang sangat penting untuk dimiliki seseorang terutama dalam dunia akademis (Wijetunge & Alahakoon, 2009; Wijetunge & Singh, 2021) literasi Informasi diartikan sebagai kemampuan untuk mengakses, mengevaluasi, dan menggunakan informasi dari berbagai sumber. Saat ini pengajaran tradisional dalam membaca, menulis, dan matematika perlu digabungkan dengan latihan dalam komunikasi, berpikir kritis, dan keterampilan pemecahan masalah.

Definisi lain mengungkapkan bahwa literasi informasi merupakan kapasitas untuk menemukan, mengevaluasi, mengelola, mengurasi, mengatur dan berbagi informasi digital (JISC, 2015). Kapasitas ini digunakan untuk menafsirkan informasi digital dengan tujuan akademik dan profesional / kejuruan, dan untuk meninjau, menganalisis dan menyajikan kembali informasi digital dalam bentuk yang berbeda. Literasi informasi fokus pada keterampilan seperti menemukan dan mengevaluasi informasi (Feerrar, 2019). Pada saat ini semua orang dihadapkan dengan berbagai jenis sumber informasi yang berkembang sangat cepat, akan tetapi belum tentu semua informasi itu dapat dipercaya dan sesuai dengan kebutuhan para pencari informasi (Webber & Johnston, 2017). Literasi informasi akan membuat orang dapat belajar secara mandiri dan dapat berinteraksi dengan berbagai informasi. Memiliki keterampilan literasi informasi maka seorang individu mampu: Menentukan informasi yang akurat dan lengkap yang akan menjadi dasar dalam mengambil keputusan, menentukan batasan informasi yang dibutuhkan, memformulasikan kebutuhan informasi, mengidentifikasi sumber informasi yang potensial, mengembangkan strategi penelusuran yang sukses, mengakses informasi yang dibutuhkan secara efektif dan efisien, mengevaluasi informasi, mengorganisasikan informasi, menggabungkan informasi yang dipilih menjadi dasar pengetahuan seseorang, menggunakan informasi secara efektif untuk mencapai tujuan tertentu (Wijetunge & Alahakoon, 2009; Wijetunge & Singh, 2021).

Berdasarkan paparan yang telah diuraikan di atas, maka literasi informasi mempunyai tujuan untuk membantu seseorang dalam memenuhi kebutuhan informasinya, baik untuk kehidupan pribadi (pendidikan, kesehatan, pekerjaan), maupun lingkup masyarakat. Dengan memiliki kemampuan literasi informasi kita mudah mengatasi dalam berbagai hal berkaitan dengan kegiatan penelusuran informasi.

Kemampuan literasi informasi sangat penting dikarenakan kemajuan teknologi yang semakin berkembang. Ledakan informasi yang menyebabkan masyarakat harus memerlukan keahlian ini. Karena miliaran informasi yang tersedia yang membuat para pencari informasi kebingungan untuk mendapatkan informasi yang relevan, oleh karena itu harus memiliki kemampuan mengelola informasi (Ahmad et al., 2020). Melalui pengajaran literasi informasi, masyarakat akan diajarkan pada sebuah metode untuk menelusuri informasi dari berbagai sumber informasi yang terus berkembang. Maka, literasi dapat membantu masyarakat luas untuk menemukan informasi yang dibutuhkan secara cepat, mudah dan relevan tentunya. Literasi informasi mengacu pada kombinasi pengetahuan, pembelajaran dan kemampuan untuk beroperasi dengan informasi, atau pengetahuan tentang kapan dan jenis informasi yang terkait dengan pekerjaan saat dibutuhkan. Tujuan dari literasi informasi adalah untuk meningkatkan kemampuan individu bekerja secara efektif di dunia kerja (Foo et al., 2014).

Seseorang dapat memilih dan membedakan informasi mana saja yang sekiranya baik digunakan dan tidak. Selain itu, literasi informasi dapat menambah pengetahuan seseorang akan informasi yang sedang berkembang saat ini. Komponen dasar dalam literasi informasi adalah: menyadari kebutuhan informasi, kemampuan mengakses informasi, memanfaatkan informasi dan mengevaluasi informasi (Foo et al., 2014; Pattah, 2014).

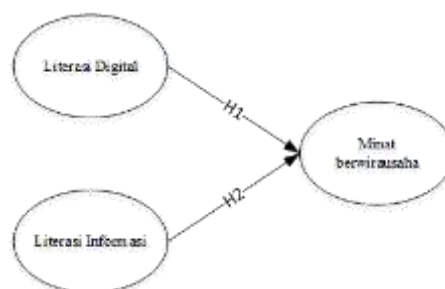
Kewirausahaan adalah ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan, dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup (usaha). Dalam bidang tertentu seperti perdagangan dan jasa, kewirausahaan dijadikan kompetensi inti guna meningkatkan kemampuan bersaing, perubahan, inovasi, pertumbuhan dan daya tahan usaha, perusahaan (Ahmad et al., 2020; Rafi et al., 2019; Thompson, 2009). Kewirausahaan dapat digunakan untuk kiat bisnis jangka pendek dan jangka panjang sebagai kiat kehidupan secara umum. Kewirausahaan umumnya menjelaskan akan semangat, perilaku, dan kemampuan seorang wirausaha dalam memberikan tanggapan yang positif terhadap peluang memperoleh keuntungan untuk diri sendiri, atau pelayanan yang lebih baik kepada

pelanggan (Drnovšek et al., 2010). Masyarakat dengan selalu berusaha mencari dan melayani pelanggan lebih banyak dan lebih baik, serta menciptakan dan menyediakan produk yang lebih bermanfaat dan menerapkan cara kerja yang efisien, melalui keberanian dalam mengambil risiko, kreatifitas, inovasi, dan kemampuan manajemen. Kewirausahaan juga dapat diartikan sebagai inovator yang dapat mengembangkan teknologi yang berbeda dan konsep-konsep bisnis untuk menghasilkan produk atau jasa, yang mampu mengenali setiap kesempatan yang menguntungkan, yang menyusun konsep strategi perusahaan dan berhasil menerapkan ide-idenya (Ahmad et al., 2020; Thompson, 2009).

Pada tahap awal berdirinya suatu perusahaan, selain dibutuhkan tersedianya sumber daya atau faktor-faktor produksi juga diperlukan adanya jiwa kewirausahaan yang tangguh dari pengelolaannya (Drnovšek et al., 2010). Kewirausahaan merupakan suatu profesi yang timbul karena interaksi antara ilmu pengetahuan yang diperoleh dari pendidikan formal dengan seni yang dapat diperoleh dari suatu rangkaian kerja yang diberikan dalam praktek. Oleh Karena itu sering wirausaha melakukan kegiatan mengorganisasikan berbagai faktor produksi, sehingga menjadi suatu kegiatan ekonomi yang menghasilkan profit yang merupakan balas jasa atas ketersediaannya mengambil resiko (Ahmad et al., 2020; Ooi & Ahmad, 2013).

Kewirausahaan dapat dilihat dari berbagai aspek kepribadian seperti jiwa, watak, sikap, dan perilaku seseorang. Nilai-nilai hakiki yang sangat penting dalam kewirausahaan yang sukses, yaitu sebagai berikut (Hasanah & Setiaji, 2019): percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, keberanian dalam menghadapi risiko, berorientasi ke masa depan dan kreatifitas dan inovasi.

Niat merupakan "probabilitas subjektif seseorang bahwa ia akan melakukan beberapa perilaku" (Hall & Devaney, 2009). Berwirausaha merupakan salah satu tujuan anak muda setelah menyelesaikan studinya. Hal tersebut dikarenakan bahwa berwirausaha memberikan beberapa keuntungan, seperti mampu mengatur keuntungan sendiri, kepuasan diri, mandiri, dan hasil yang sesuai keinginan (Drnovšek et al., 2010). Niat kemudian menjadi kata yang sering digunakan dalam semangat kewirausahaan pemahaman di kalangan anak muda (Hall & Devaney, 2009). Faktor motivasi yang menghasilkan perilaku dapat dinyatakan bahwa besarnya niat untuk melakukan suatu perilaku, yang besar kemungkinan bahwa individu akan terlibat dalam perilaku berwirausaha. Niat merupakan motivasi seseorang untuk bertindak atas sadar perencanaan dan keputusan (Hall & Devaney, 2009). Niat berwirausaha merupakan motivasi untuk membuat perencanaan secara sadar yang bertujuan untuk mendirikan sebuah bisnis. Niat kewirausahaan sebagai "*selfacknowledged*" atau keyakinan atau niat yang dimiliki oleh seseorang untuk mendirikan usaha atau bisnis baru secara sadar dan berencana untuk melakukannya di masa depan (Thompson, 2009). Modal utama seorang wirausaha dalam menjalankan usahanya adalah kreatifitas, keuletan, inovasi dan semangat pantang menyerah. Wirausaha yang kreatif akan selalu berfikir untuk menemukan sesuatu yang baru yang dapat dijadikan sebagai peluang usaha (Rosmiati et al., 2015).



Gambar 1. Model penelitian

Literasi digital merupakan kemampuan menggunakan teknologi dan informasi dari piranti digital secara efektif dan efisien dalam berbagai konteks seperti akademik, karir dan kehidupan sehari-hari, yang memudahkan seseorang dalam menjalankan karirnya sebagai seorang wirausahawan dalam mencari peluang maupun pengelolaan usaha.

Berdasarkan hal tersebut penulis mengajukan hipotesis:

H1: Literasi digital berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha pada generasi muda di kota Palembang.

H2: Literasi informasi berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha pada generasi muda di kota Palembang.

METODE

Populasi dan sampel dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui dan tidak semua populasi bisa dijadikan sampel, maka pada penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* dilakukan karena peneliti memilih sampel berdasarkan penilaian terhadap beberapa karakteristik anggota sampel yang disesuaikan dengan maksud penelitian (Kuncoro, 2013, p. 139). Karakteristik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah generasi muda. Generasi muda yang dimaksudkan dalam penelitian ini mengacu pada Undang-Undang No. 40 tahun 2009 tentang kepemudaan adalah warga negara Indonesia yang memasuki periode penting pertumbuhan dan perkembangan yang berusia 16 (enam belas) sampai 30 (tiga puluh) tahun. Responden adalah penduduk, yang bertempat tinggal di kota Palembang.

Peneliti melakukan survei dengan cara menyebarkan daftar pernyataan terstruktur berupa kuesioner kepada responden. Kuesioner dalam penelitian ini dibagikan untuk diisi oleh responden yang sesuai. Kuesioner dibagikan secara *online* dengan menggunakan *google form*. Sejumlah kuesioner berhasil dikumpulkan dan dilakukan pemeriksaan untuk kelengkapan jawaban yang diberikan oleh responden. Setelah dilakukan pemeriksaan terpilih 115 responden yang memenuhi kriteria.

Literasi digital adalah kesadaran, sikap dan kemampuan individu untuk secara tepat menggunakan alat-alat digital untuk mengidentifikasi, mengakses, mengelola, mengintegrasikan, mengevaluasi, menganalisis dan mensintesis informasi digital, membangun pengetahuan baru, membuat media ekspresi, dan berkomunikasi dengan orang lain, dalam konteks situasi kehidupan tertentu, untuk memungkinkan aksi sosial yang konstruktif; dan untuk menggambarkan proses ini (Calvani et al., 2008; Lestari et al., 2018). Indikator yang digunakan untuk mengukur literasi digital dalam penelitian ini adalah: Teknologi, Kognitif dan Etika.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode analisis jalur. Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis linier berganda, atau analisis jalur adalah menggunakan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (*model casual*) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori (Gozali, 2018).

Sebelum melakukan analisa data dilakukan terlebih dahulu uji multikolinieritas, uji normalitas, analisa validitas dan reliabilitas data. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Uji reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Gozali, 2018).

HASIL dan PEMBAHASAN

Deskripsi data.

Berikut ini disampaikan deskripsi data dari responden yang digunakan dalam penelitian ini. Sebagian besar responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan (60%). Pekerjaan responden 74,80% adalah mahasiswa, 20,90% adalah karyawan swasta dan 4,30% sebagai pekerja lepas. Usia responden diantara 16 s.d. 20 tahun sebanyak 55,70%, responden berusia 21 s.d. 25 tahun sebanyak 35,70% dan responden yang berusia 26 s.d. 30 tahun sebanyak 8,70%.

Evaluasi Model Pengukuran (outer model).

Dalam pembentukan dan operasionalisasi suatu konstruk dapat dibentuk dengan indikator reflektif atau formatif. Evaluasi model pengukuran dimulai dengan melihat indikator *reliability* yaitu besarnya *variance* dari indikator untuk menjelaskan konstruk laten. *Composite reliability* digunakan untuk melihat reliabilitas konstruk yaitu harus lebih besar dari 0,7 untuk penelitian yang bersifat *confirmatory* dan nilai 0,6 – 0,7 masih dapat diterima untuk penelitian yang bersifat *exploratory*. (Gozali, 2014, p. 93).

Convergent validity dari model pengukuran yang menggunakan indikator reflektif dapat dilihat dari nilai korelasi antara *score item*/indikator dengan *score* konstraknya. Indikator dianggap *reliable* bila nilai korelasi diatas 0,7 namun pada riset tahap pengembangan nilai 0,5 sampai 0,6 masih dapat diterima. Penulis menggunakan bantuan program SmartPLS untuk menemukan nilai *composite reliability*, *outer loading* dan *cross loading*.

Nilai *composite reliability* dari ketiga variabel penelitian berada di atas 0,7. Nilai *cross loading* untuk ketiga variabel terhadap item-item pernyataan dalam kuesioner berada di atas 0,5.

Evaluasi Model Struktural (inner model)

Pengujian terhadap model struktural dilakukan dengan melihat nilai R-square yang merupakan uji goodness-fit model terlihat bahwa literasi informasi dan literasi digital dapat menjelaskan minat berwirausaha sebesar 70,4%.

Uji kedua adalah dengan melihat signifikansi pengaruh literasi informasi dan literasi digital terhadap minat berwirausaha. Kesemuanya menunjukkan nilai *original sample* yang positif dan p-values yang kurang dari 0,5. Hasil evaluasi model menunjukkan bahwa H1 dan H2 yang diajukan dalam penelitian ini semuanya diterima. Dalam penelitian ini terbukti bahwa literasi digital memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

Responden menghargai / menghormati pengguna internet lainnya. Dalam hal ini responden mengerti bahwa responden juga menggunakan perangkat untuk mengakses internet dan merasakan adanya “kehadiran” orang lain di dunia internet yang harus juga dihormati. Pembuktian lain dalam penelitian ini adalah literasi informasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Responden menggunakan internet untuk mencari informasi, motivasi generasi muda untuk berwirausaha adalah kemandirian dengan mendapatkan kekayaan karena usaha sendiri. Generasi muda menggunakan informasi-informasi di internet untuk menjadikan mereka lebih kreatif dan inovatif sebagai modal menjadi seorang wirausahawan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa data yang dilakukan dalam penelitian ini terbukti bahwa literasi digital dan literasi informasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha. Dalam penelitian ini minat berwirausaha dari para generasi muda didorong karena ingin memiliki kekayaan yang diperoleh dari hasil usaha sendiri. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penilaian pada faktor ambisi kemandirian, yang paling memotivasi untuk berminat wirausaha adalah keinginan untuk memiliki usaha sendiri dan kebebasan dalam beraktifitas. Responden yang berminat menjadi wirausaha, khususnya untuk jangka pendek sampai dengan 2 tahun, memberikan persepsi yang sangat mendukung dalam mempunyai ambisi kebebasan dan memiliki usaha sendiri. Dalam penelitian ini kemampuan responden dalam mengakses informasi mendapatkan skor responden tertinggi dimana responden menggunakan internet untuk mendapatkan informasi. Seseorang dikatakan melek informasi adalah orang yang dapat mengakses informasi serta mengevaluasi informasi tersebut secara efektif, efisien dan etis. Dalam penelitian ini juga terungkap bahwa responden menghargai etika dalam menggunakan teknologi digital dimana responden menghargai / menghormati pengguna internet yang lain. Pada dimensi etika literasi digital individu tidak menyalahgunakan teknologi, menghormati pengguna internet lain dan memahami kesenjangan sosial dan teknologi.

Dalam penelitian ini nampak bahwa literasi informasi dan literasi digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha dari para generasi muda. Hal ini dapat menjadi peluang bagi para pengembang aplikasi atau *start-up* untuk dalam membuat *platform* bisnis yang mendukung minat generasi muda untuk berwirausaha. Kemampuan mereka dalam menggunakan teknologi dan mengolah informasi akan memudahkan mereka dalam menciptakan peluang usaha dan hal ini harusnya dapat disediakan sarana yang memadai.

Penelitian terbatas dimana penggunaan internet dalam hal ini adalah para generasi muda dilihat hanya sebagai pengguna internet semata, literasi informasi yang dikupas dalam penelitian ini masih bersifat umum belum menunjukkan informasi apa yang dibutuhkan dan mendukung minatnya untuk berwirausaha. Literasi digital dalam penelitian baru bisa membuktikan aspek etis sedangkan aspek kognitif dan teknologi belum dapat dikupas dengan jelas. Kedepannya diharapkan ada pengukuran yang lebih untuk melihat aspek kognitif dan teknologi.

Penghargaan

Penulis menghaturkan terima kasih kepada Rektor dan Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Katolik Musi Charitas yang telah memberikan dukungan atas penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, F., Widén, G., & Huvila, I. (2020). The impact of workplace information literacy on organizational innovation: An empirical study. *International Journal of Information Management*, 51(March). <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.102041>
- Calvani, A., Cartelli, A., Fini, A., & Ranieri, M. (2008). Models and Instruments for Assessing Digital Competence at School. *Journal of E-Learning and Knowledge Society*, 4(3), 183–193. <https://doi.org/10.20368/1971-8829/288>
- Cetindamar Kozanoglu, D., & Abedin, B. (2020). Understanding the role of employees in digital transformation: conceptualization of digital literacy of employees as a multi-dimensional organizational affordance. *Journal of Enterprise Information Management*. <https://doi.org/10.1108/JEIM-01-2020-0010>

- Drnovšek, M., Wincent, J., & Cardon, M. S. (2010). Entrepreneurial self-efficacy and business start-up: Developing a multi-dimensional definition. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 16(4). <https://doi.org/10.1108/13552551011054516>
- Feerrar, J. (2019). Development of a framework for digital literacy. *Reference Services Review*, 47(2), 91–105. <https://doi.org/10.1108/RSR-01-2019-0002>
- Foo, S., Majid, S., Mokhtar, I. A., Zhang, X., Chang, Y. K., Luyt, B., & Theng, Y. L. (2014). Information literacy skills of secondary school students in Singapore. *Aslib Proceedings: New Information Perspectives*, 66(1), 54–76. <https://doi.org/10.1108/AJIM-08-2012-0066>
- Garmire, E., & Pearson, G. (2006). Tech tally: Approaches to assessing technological literacy. In *Tech Tally: Approaches to Assessing Technological Literacy*. <https://doi.org/10.17226/11691>
- Gozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling metode alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hall, A., & Devaney, S. A. (2009). Factors that influence small business start-up. *Consumer Interests Annual*, 55(2001).
- Hasanah, U. U., & Setiaji, K. (2019). Pengaruh literasi digital, efikasi diri, lingkungan terhadap intensi berwirausaha mahasiswa dalam e-business. *Economic Education Analysis Journal*, 8(3), 1198–1215. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v13i2.17051>
- Kuncoro, M. (2013). *Metode riset untuk bisnis dan ekonomi* (4th ed.). Erlangga
- Leaning, M. (2019). An approach to digital literacy through the integration of media and information literacy. *Media and Communication*, 7(2 Critical Perspectives). <https://doi.org/10.17645/mac.v7i2.1931>
- Lestari, S., Kurnianingsih, I., & Wardiyono, W. (2018). Pengukuran Kemampuan Literasi Digital Orang Tua Menggunakan Instant Digital Competence Assessment (Instant Dca). *Bibliotech : Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 3(2), 91–108. <https://doi.org/10.33476/bibliotech.v3i2.598>
- Mega, I. R. (2020). Students' Perception of Digital Literacy Competence as Learning Sources. *Majesty Journal*, 2(1), 47–53. <https://doi.org/10.33487/majesty.v2i1.351>
- Ooi, & Ahmad. (2013). A study among university students in business start-ups in Malaysia: motivations and obstacles to become entrepreneurs. *Terengganu International Management and Business Journal*, 3(1).
- Pattah, S. H. (2014). Literasi informasi : peningkatan kompetensi informasi dalam proses pembelajaran. *Jurnal Ilmu Perpustakaan & Kearsipan Khizanah Al-Hikmah*, 2(2), 117–128.
- Paunescu, C. (2013). Challenges of Entering the Business Market: the Pre-Entry Knowledge and Experience. *Management & Marketing*, 8(1).
- Periáñez-Cañadillas, I., Charterina, J., & Pando-García, J. (2019). Assessing the relevance of digital competences on business graduates' suitability for a job. *Industrial and Commercial Training*, 51(3). <https://doi.org/10.1108/ICT-09-2018-0076>
- Prastya Nugraha, A. E., & Wahyuastuti, N. (2017). START UP DIGITAL BUSINESS: SEBAGAI SOLUSI PENGGERAK WIRAUUSAHA MUDA. *JURNAL NUSANTARA APLIKASI MANAJEMEN BISNIS*, 2(1). <https://doi.org/10.29407/nusamba.v2i1.701>
- Rafi, M., JianMing, Z., & Ahmad, K. (2019). Technology integration for students' information and digital literacy education in academic libraries. *Information Discovery and Delivery*, 47(4), 203–217. <https://doi.org/10.1108/IDD-07-2019-0049>

- Rosmiati, R., Junias, D. T. S., & Munawar, M. (2015). SIKAP, MOTIVASI, DAN MINAT BERWIRUSAHA MAHASISWA. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan (Journal of Management and Entrepreneurship)*, 17(1). <https://doi.org/10.9744/jmk.17.1.21-30>
- Thompson, E. R. (2009). Entrepreneurial Intent : and Development Reliable Metric. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33(0).
- Webber, S., & Johnston, B. (2017). Information literacy: Conceptions, context and the formation of a discipline. *Journal of Information Literacy*, 11(1). <https://doi.org/10.11645/11.1.2205>
- Wijetunge, P., & Alahakoon, U. (2009). Empowering 8: the Information Literacy model developed in Sri Lanka to underpin changing education paradigms of Sri Lanka. *Sri Lankan Journal of Librarianship and Information Management*, 1(1). <https://doi.org/10.4038/sllim.v1i1.430>
- Wijetunge, P., & Singh, J. (2021). Introducing the Information Literacy Model “Empowering 8” in South Asia with special reference to India and Sri Lanka. *IASL Annual Conference Proceedings*. <https://doi.org/10.29173/iasl8008>
- Winarsih, E., & Furinawati, Y. (2018). Literasi Teknologi Dan Literasi Digital Untuk Menumbuhkan Keterampilan Berwirausaha Bagi Kelompok Pemuda Di Kota Madiun. *Prosiding Seminar Nasional & Internasional*, 1(1), 23–29.
- Yudistira, Y. (2017). Literasi Informasi Pustakawan di Perpustakaan Fakultas Teknik UGM Menggunakan Pengembangan Model The BIG6. *Berkala Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 13(1), 97. <https://doi.org/10.22146/bip.26069>

Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation* dan *Sales Promotion* terhadap *Impulse Buying*

Nurmin Arianto^{1*}, Lia Asmalah², Suharni Rahayu³
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang¹⁻³
dosen01118@unpam.ac.id ^{1*}

Received 30 Maret 2023 | Revised 15 Mei 2023 | Accepted 30 Mei 2023

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Konsumen cenderung untuk membeli secara spontan, reflek, tiba-tiba dan otomatis datang ke kedai atau gerai kopi kenangan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *hedonic shopping motivation* dan *sales promotion* terhadap *impulse buying* pada konsumen kopi kenangan. Jenis penelitian ini menggunakan jenis Penelitian Kuantitatif yang menggunakan metode survei. Penelitian ini termasuk penelitian explanatory research. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Pada penelitian ini berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel *hedonic shopping motivation* dan *sales promotion* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial dan simultan terhadap *impulse buying* (Y). Hasil Koefisien Determinasi sebesar 0,649, hal ini menunjukkan bahwa variabel *hedonic shopping motivation* dan *sales promotion* secara keseluruhan memberikan pengaruh sebesar 64,9% terhadap *impulse buying* pada Kopi Kenangan. Sedangkan 35,1 % sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata Kunci: *Hedonic Shopping Motivation; Sales Promotion; Impulse Buying.*

Abstract

Consumers tend to buy spontaneously, reflexively, suddenly and automatically come to a memorable coffee shop or outlet. The purpose of this study was to determine the effect of hedonic shopping motivation and sales promotion on impulse buying among consumers of coffee memories. This type of research uses a type of Quantitative Research that uses a survey method. This research includes explanatory research. The sample in this study amounted to 100 people. In this study, based on the results of the hypothesis testing conducted, it shows that the hedonic shopping motivation and sales promotion variables have a positive and significant effect partially and simultaneously on impulse buying (Y). The result of the Coefficient of Determination is 0.649, this shows that the hedonic shopping motivation and sales promotion variables as a whole have an influence of 64.9% on impulse buying at Kopi Kenangan. While the remaining 35.1% is explained by other variables not examined in this study.

Keywords: *Hedonic Shopping Motivation; Sales Promotion; Impulse Buying .*

PENDAHULUAN

Fenomena kopi kekinian marak terjadi dalam kurun waktu terakhir ini pada media sosial. Minum kopi kini sudah menjadi gaya hidup sehari-hari sejak pagi hingga sore bahkan malam hari, bagi anak-anak generasi millennial dan bukan sekedar minuman penghilang rasa kantuk banyak orang yang menikmati kopi untuk menemani kerja atau sekedar hangout bersama teman-teman ataupun keluarga. Tak heran jika kedai kopi bertebaran dimana-mana, dan harganya pun beragam dari yang murah sampai

yang mahal. Berdasarkan Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian konsumsi kopi nasional pada 2016 mencapai sekitar 250 ribu ton dan tumbuh 10,54% menjadi 276 ribu ton. Konsumsi kopi Indonesia sepanjang periode 2016-2021 diprediksi tumbuh rata-rata 8,22%/tahun. Pada 2021, pasokan kopi diprediksi mencapai 795 ribu ton dengan konsumsi 370 ribu ton, sehingga terjadi surplus 425 ribu ton. Disini bisa dilihat bahwa Indonesia banyak yang mengkonsumsi kopi. Kopi Kenangan menjadi alternatif bagi konsumen yang berada pada level lower middle yang ingin menikmati kopi premium tanpa harus menguras kantong. Kopi Kenangan tidak hanya sebagai bisnis kedai kopi kecil, tetapi sesuatu yang dapat tumbuh menjadi usaha besar dengan konsep 'New Retail' melalui sisi kualitas pelayanan dengan teknologi tambahan.

Impulse buying merupakan aspek penting dalam perilaku konsumen dan konsep yang vital bagi peritel, seringkali keputusan pembelian diambil oleh konsumen merupakan pembelian tanpa rencana sebelumnya, dimana pembelian tersebut dilakukan secara spontan, karena konsumen tertarik dengan adanya diskon, suasana hati yang positif, maupun karena adanya stimulus dari lingkungan toko yang menarik yang membuat konsumen tertarik. Produk kopi merupakan salah satu produk yang dapat menyebabkan perilaku pembelian tidak terencana pada konsumen, perilaku pembelian yang tidak direncanakan sebelumnya merupakan sesuatu yang menarik bagi produsen, karena merupakan pangsa pasar terbesar dalam pasar modern. Konsumen yang merupakan pelaku pasar kerap kali melakukan pembelian secara spontan begitu mereka berbelanja di kedai seperti Kopi Kenangan, untuk melihat bagaimana kondisi sebenarnya peneliti melakukan pra penelitian (Pra-Survey) dengan menyebarkan kuesioner sementara pada konsumen dimana diperoleh hasil bahwa hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen Kopi Kenangan kebanyakan tidak melakukan pembelian tanpa perencanaan sebelumnya.

Penciptaan suasana hedonis ini dimaksudkan untuk menarik pengunjung dan membuat puas sehingga betah berlama-lama didalam kedai kopi kenangan dan dapat membelanjakan uangnya. Hal ini dapat memperbesar kemungkinan munculnya fenomena *impulse buying*. Selain itu, kebiasaan konsumen yang lebih memilih untuk menghabiskan waktu luangnya untuk nongkrong di kedai kopi akan memicu terjadinya belanja hedonic, dengan adanya penciptaan suasana toko mulai dari pemilihan interior, eksterior, dan desain yang kreatif akan dapat menarik konsumen untuk datang ke kedai, karena menyediakan kesan nyaman dalam berbelanja dan adanya *hedonic shopping motivation* atau adanya dorongan hasrat pengunjung untuk membeli sehingga terjadi pembelian impulsif, sebelumnya untuk melihat bagaimana kondisi sebenarnya *Hedonic shopping motivation* pada Konsumen Kopi Kenangan dilakukan pra-survey dengan menyebarkan kuesioner sementara dimana dari hasil diperoleh bahwa dorongan atau motivasi konsumen masih kurang terhadap Kopi Kenangan Cabang SPBU Pertamina BSD dilihat dari jawaban responden.

Disisi lain Promosi dapat menjadi sarana komunikasi yang mempengaruhi dan membujuk guna memberikan sugesti kepada konsumen luas untuk melakukan pembelian dan juga merupakan media penyampaian pesan dari perusahaan kepada konsumen. penjualan ini sangat efektif untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan agar terjadinya pembelian baik terencana maupun tidak terencana dimana menunjukkan bahwa Promosi Penjualan yang dilakukan oleh Kopi Kenangan cabang SPBU Pertamina BSD sudah ada setiap bulannya dan menggunakan 5 cara, yang pertama promosi penjualan melalui direct marketing menawarkan produk secara langsung ke konsumen, kedua Apk Kopi Kenangan melalui online, ketiga Grabfood dan keempat *Gofood* melalui online, dan kelima Brosur dengan memberikan brosur berupa promosi yang ditawarkan ke konsumen. Dapat dilihat juga bahwa dari kelima promosi penjualan yang dilakukan yang datang langsung (direct marketing) mendapatkan lebih banyak konsumen dibanding dengan promosi penjualan lainnya dikarenakan lebih nyaman dan praktis jadi lebih tahu promosi apa yang sedang berlangsung dan bisa menikmati suasana kedai kopi kenangan langsung disinilah bisa menimbulkan perilaku *impulse buying*. Pada dasarnya konsumen yang melakukan pembelian impulsif tidak berfikir untuk membeli produk atau merek kopi tertentu. mereka

langsung melakukan pembelian karena ketertarikan pada merek atau promosi kopi tersebut. Konsumen cenderung untuk membeli secara spontan, reflek, tiba-tiba dan otomatis datang ke kedai atau gerai kopi kenangan.

Kajian Pustaka

Hedonic shopping motivation

Gultekin & Ozer (2016) *Hedonic shopping motivation* adalah suatu dorongan pada konsumen untuk berbelanja, karena mereka menganggap berbelanja adalah rasa senang tersendiri bagi mereka disaat apa yang mereka butuhkan terpenuhi, menikmati suasana yang ada pada toko walaupun mereka tidak membeli satupun barang. Adapun indikator yang digunakan mengukur *hedonic shopping motivation* menurut Arnold & Reynolds dalam Myisha Nevianda (2020) yaitu: *Adventure shopping, Social Shopping, Gratification Shopping, Idea Shopping, Role Shopping, Value Shopping,*

Sales promotion

Kotler dan Amstrong (2016) mengemukakan bahwa *Sales promotion* adalah berbagai kumpulan alat-alat insentif yang sebagian besar berjangka pendek yang dirancang untuk merangsang pembelian produk dan jasa tertentu dengan lebih cepat dan lebih besar oleh konsumen atau penjual. Adapun indikator yang digunakan untuk mengukurnya menurut Kotler *et all* (2017) Indikator yang digunakan untuk mengukur *sales promotion* pada konsumen yaitu *Price Discount, Bonus Pack.*

Impulse buying

Prastia dalam Farah Oktafani (2018) *Impulse buying* sebagai suatu pembelian yang tidak terencana dan dilakukan secara spontan. *Impulse buying* terdiri dari suatu komponen emosional atau dorongan untuk melakukan pembelian yang dapat terjadi Ketika konsumen mengalami dorongan tiba-tiba dan gigih untuk segera membeli sesuatu. Indikator yang digunakan untuk mengukurnya menurut Rook dalam Rahmawati (2018) sebagai berikut: Spontanitas, Kekuatan Kompulsif, Kegairahan dan stimulasi, Ketidakpedulian akan akibat.

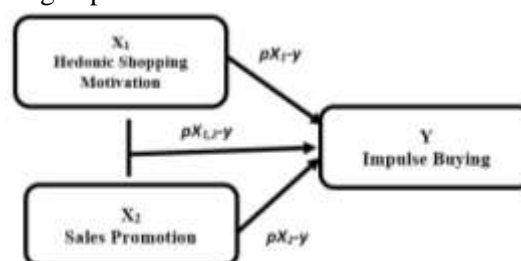
Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian pada dasarnya merupakan jawaban sementara atas rumusan masalah yang telah ditetapkan yang perlu diuji kebenarannya melalui uji statistik, maka hipotesis penelitian ini adalah:

- H1: *Hedonic shopping motivation* berpengaruh terhadap *Impulse buying* pada konsumen Kopi Kenangan
 H2: *Sales promotion* berpengaruh terhadap *Impulse buying* pada konsumen Kopi Kenangan
 H3: *Hedonic shopping motivation* dan *Sales promotion* berpengaruh secara simultan terhadap *Impulse buying* pada konsumen Kopi Kenangan

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori pendukung tersebut, kerangka konseptual pada penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut, kerangka pemikiran secara sistematis



Gambar 1. Paradigma Penelitian

METODE

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif dimana untuk melihat pengaruh antara variabel *hedonic shopping motivation* dan *sales promotion* terhadap *impluse buying*, sedangkan jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 45.989 konsumen dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden dengan menggunakan rumus slovin dan erorr sebesar 10%, adapun teknik sampling yang digunakan adalah insidental sampling.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer yang terdiri dari oberservasi adapun observasi yang digunakan adalah *non partisipan* dikarenakan peneliti tidak terlibat langsung didalam *coffeeshop* tersebut dan hanya menjadi observer biasa, sedangkan kuisisioner yang disebar adalah kuisisioner tertutup dimana responden hanya memilih jawaban yang sudah disediakan oleh peneliti sehingga menghemat waktu. Adapun data skunder yang digunakan adalah refresnsi dari buku, internet.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrumen dan uji asumsi klasik serta uji hipotesis yang terdiri dari uji parsial dan simultan.

HASIL dan PEMBAHASAN

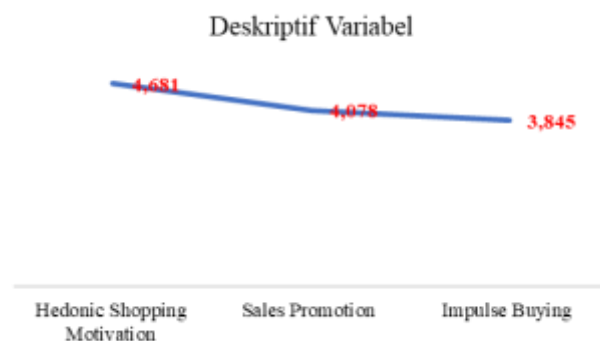
Analisis Deskriptif

Tabel 1. Karakteristik Responden

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-laki	47
Perempuan	53
Usia Responden	Jumlah
<25 Th	45
26-35 Th	49
36-45 Th	4
46-50 Th	2
Pendidikan	Jumlah
SLTA / Sederajat	46
Diploma	12
Sarjana (S1)	39
Magister (S2)	2
Doktor (S3)	1

Sumber: Analisi data, 2022

Dari hasil analisis karakteristik responden bahwa mayoritas yang data ke *coffeeshop* tersebut adalah perempuan dengan usia 26-35 th hal ini dikarenakan pada usia tersebut adalah usia remaja sampai dewasa dan sesuai dengan produk kopi kenangan yang dijual dimana segmentasinya adalah konsumen kalangan remaja dan dewasa. Hal ini juga dikatakan oleh survei yang dilakukan oleh Toffin (2019) yang menunjukkan bahwa 65% pelanggan kopi didominasi oleh generasi Z (10-24 tahun) dan Y (25- 39 tahun). Sedangkan dari tingkat pendidikan yaitu SMK / Sederajat..



Gambar 2. Deskriptif Variabel

Sumber: Analisi data, 2022

Berdasarkan grafik tersebut maka diketahui nilai rata-rata variabel *Hedonic shopping motivation* memiliki skor 4,681 yaitu masuk dalam kategori *sangat baik*, sedangkan *sales promotion* mempunyai skor 4,078 yaitu jatuh pada kategori *baik* dan *impulse buying* memperoleh skor 3,845 masuk pada kategori *baik*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel yang diteliti sudah baik sesuai dengan apa yang disampaikan responden dan bertolak belakang dengan prasurvey yang dilakukan oleh peneliti.

Uji Instrumen Penelitian

Tabel 2. Uji Instrumen

Uji Validitas		
X1	Hasil uji validitas bahwa nilai r hit > r tabel 0,165	Valid
X2		
Y		
Uji Reliabilitas		
X1	0,885	Reliabel karena nilai rca > 0,60
X2	0,865	
Y	0,891	
Uji Asumsi Klasik		
Uji Normalitas	0,017	0,017 > 0,05 "Distribusi Normal"
Uji Multikolinieritas	Tolerance Value Hedonic Shopping Motivation 0,427 > 0,10 dan VIF Hedonic Shopping Motivation 2,344 < 10 Tolerance Value Sales Promotion 0,427 > 0,10 dan VIF Sales Promotion 2,344 < 10	Tidak terjadi multikolinieritas
Uji Autokorelasi	Nilai durbin watson 2,006	Hasil = dU < d < 4-dU, maka = 1,715 < 2,006 < 2,285 " Tidak Terdapat Autokorelasi"

Sumber: Analisis data, 2022

Analisis Kuantitatif

Tabel 3. Rangkuman Uji Hipotesis

Uji	Hasil	Ket
Regresi Linier	$Y = 0,120 + 0,618 X1 + 0,063 X2$	Konstanta sebesar 0,120 menyatakan bahwa tanpa ada variabel <i>hedonic shopping motivation</i> (x1) dan <i>sales promotion</i> (x2) maka <i>impulse buying</i> (y) tetap terbentuk sebesar 0,120 atau jika nilai <i>hedonic shopping motivation</i> (x1), dan <i>sales promotion</i> (x2) nilainya = 0 maka <i>impulse buying</i> (y) tetap memiliki nilai = 0,120. Yang artinya konsumen akan tetap membeli kopi kenangan tersebut <i>Hedonic shopping motivation</i> (x1) berpengaruh positif terhadap <i>impulse buying</i> (y) dengan nilai koefisien sebesar 0,618 . Artinya jika variabel <i>hedonic shopping motivation</i> (x1) meningkat satu-satuan dengan asumsi bahwa variabel <i>sales promotion</i> (x2), tetap, maka <i>impulse buying</i> (y) akan meningkat sebesar 0,618 . <i>Sales promotion</i> (x2) berpengaruh positif <i>impulse buying</i> (y) dengan nilai koefisien sebesar 0,063. Artinya jika variabel <i>sales promotion</i> (x2) meningkat satu-satuan dengan asumsi bahwa variabel <i>hedonic shopping motivation</i> (x1) tetap, maka <i>impulse buying</i> (y) akan meningkat sebesar 0,063.
Korelasi	r = 0,806	<i>Hedonic shopping motivation</i> (x1) dan <i>sales promotion</i> (x2) memiliki hubungan yang "sangat kuat" terhadap <i>impulse buying</i> (y) karena 0,805 berada diantara 0,800 s/d 1,000
Determinasi	r square = 0,649	Hal ini berarti 64,9% <i>impulse buying</i> dapat dijelaskan oleh variabel <i>hedonic shopping</i> dan <i>sales promotion</i> , sisanya 35,1% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.



Uji T	t_{hit} (13,454) dan t_{sig} (0,000)	$t_{hitung} > t_{tabel}$ (13,454 > 1,968) dan $t_{sig} < 0,05$ (0,000 < 0,05) sehingga H_a diterima dan H_o ditolak yaitu terdapat pengaruh <i>hedonic shopping motivation</i> terhadap <i>impluse buying</i>
	t_{hit} (3,988) dan t_{sig} (0,000)	$t_{hitung} > t_{tabel}$ (7,890 > 1,968) dan $t_{sig} < 0,05$ (0,000 < 0,05) sehingga H_a diterima dan H_o ditolak yaitu “terdapat pengaruh <i>sales promotin</i> terhadap <i>impluse buying</i> ”
Uji F	F_{hit} (2,583) dan F_{sig} (0,000)	$F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu 89,751 > 3,09 dan nilai sig < 0,05 atau 0,000 < 0,005 "terdapat pengaruh <i>hedonic shopping motivation</i> dan <i>sales promotion</i> terhadap <i>impluse buying</i> ."

Sumber: Analisa data, 2022

Dari hasil penelitian tersebut maka:

1. *Hedonic shopping motivation* terhadap *impulse buying* menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (8,490 > 1,985) dan $sig < 0,05$ (0,000 < 0,05) sehingga H_o di tolak dan H_a diterima yaitu “terdapat pengaruh *hedonic shopping motivation* terhadap *impulse buying* produk kopi kenangan pada PT Bumi Berkah Boga”. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hanifah (2019), Frans (2021), Anggun (2017).
2. *Sales promotion* terhadap *impulse buying* menunjukkan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ (0,341 < 1,985) dari $sig < 0,05$ (0,734 > 0,05) sehingga H_a ditolak dan H_o diterima yaitu “Tidak terdapat pengaruh *sales promotion* terhadap *impulse buying* produk kopi kenangan pada PT Bumi Berkah Boga” Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Oky (2016), Ummi (2017), Ni Wayan (2020).
3. Uji F dapat diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu 89,751 > 3,09 dan nilai sig < 0,05 atau 0,000 < 0,005 "terdapat pengaruh *hedonic shopping motivation* dan *sales promotion* secara simultan terhadap *impulse buying* produk kopi kenangan pada PT Bumi Berkah Boga" Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Salma (2021), Reni (2020), Yulia (2020).

SIMPULAN

Dari hasil penelitian diketahui bahwa *Hedonic shopping motivation* dan *sales promotion* memiliki pengaruh terhadap *impluse buying* baik secara parsial ataupun simultan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Arianto, N., & Difa, S. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT Nirwana Gemilang Property. *Jurnal Disrupsi Bisnis: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang*, 3(2), 108-119.
- Arianto, N., & Setiawan, A. (2020). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ilmiah Feasible (JIF)*, 2(1), 27-37.
- Arianto, N., & Kurniawan, F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Home Industri Produk Pakaian Sablon & Bordir). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(2), 254-268.
- Arianto, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 12-22.
- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2).
- Arianto, N. (2020). Kepemimpinan dan Komunikasi Pengaruhnya Terhadap Kinerja dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening. *KREATIF: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 8(1), 124-137.

- Arianto, N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Alfamart Roda Hias Serpong. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(1). <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JEE/article/view/3512>
- Arianto, N., & Kurniawan, F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Home Industri Produk Pakaian Sablon & Bordir). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(2), 254-268. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK/article/view/9647>.
- Arianto, N., & Setiawan, A. (2020). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ilmiah Feasible (JIF)*, 2(1), 27-37. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JFB/article/view/4121>.
- Aris, A. (2020). Pengaruh Store Athmosphere dan Promosi Terhadap Keputusan pembelian pada alfamart BSD Tangerang Selatan. *Jurnal Eknomi Efektif*, 3(1). <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JEE/article/view/7272/0>.
- Gültekin, B., dan Özer L., 2012, *The Influence of Hedonic Motives and Browsing On Impulse Buying*, Journal of Economics and Behavioral Studies, Vol. 4, No. 3, Maret: pp. 180-189, (ISSN: 2220-6140).
- Hursepuny, Crusyta Valencia, and Farah Oktafani. (2018). "Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Shopee _ Id the Influence of Hedonic Shopping Motivation and Shopping Lifestyle on Impulse Buying At Consumers Shopee _ Id." *EProceeding of Management* 5(1):1041-48.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Managemen, 15th Edition*, Pearson Education, Inc.
- Myisha Nevianda Tuzzahra, (2020). "Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Pada Pelanggan Zalora Di Kota Medan. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Rook, D. W. (1987). *The Buying Impulse*. Journal Of Consumer Research, 14(2), 189-199.
- Utami, Christina Whidya. (2010). *Manajemen Ritel*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.

**Pengaruh *Leverage*, *Tax Avoidance* dan Kebijakan Deviden
terhadap Nilai Perusahaan**
**(Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia
yang Terdaftar Dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) pada Tahun 2017-2021)**

Puspa Anggoro Prapti Dewi^{1*}, Ajimat²
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang
puspaaa08@gmail.com¹, dosen00542@unpam.ac.id²

Received 30 Maret 2023 | Revised 23 Mei 2023 | Accepted 29 Mei 2023

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Leverage*, *Tax Avoidance* dan Kebijakan Deviden terhadap Nilai Perusahaan. Data diperoleh dari Bursa Efek Indonesia. Sampel penelitian adalah perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode antara tahun 2017-2021. Pengumpulan data dilakukan secara *purposive sampling*. Jumlah perusahaan yang dijadikan sampel sebanyak 24 perusahaan dengan 120 data laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan. Pengolahan data menggunakan *evIEWS* 9 dengan regresi data panel. Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui variabel *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Variabel *tax avoidance* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan variabel kebijakan deviden tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun secara simultan *leverage*, *tax avoidance*, dan kebijakan deviden mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan secara bersama-sama

Kata kunci: *Leverage; Tax Avoidance; Kebijakan Deviden; Nilai Perusahaan*

Abstract

This study aims to determine the effect of Leverage, Tax Avoidance and Dividend Policy on Company Value. Data obtained from Indonesia Stock Exchange. The research sample is basic industrial and chemical sector manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the period between 2017-2021. Data collection is carried out by purposive sampling. The number of companies sampled was 24 companies with 120 data on financial statements and company annual reports. Data processing using evIEWS 9 with panel data regression. Based on the results of the analysis, it can be seen that the leverage variable has no effect on the value of the company. The variable tax avoidance has a significant effect on the value of the company. And dividend policy variables have no effect on company value. But simultaneously leverage, tax avoidance, and dividend policy have an influence on the value of the company together

Keywords: *Leverage; Tax Avoidance; Dividend Policy; Company Value*

PENDAHULUAN

Perusahaan merupakan tempat suatu kegiatan produksi dan tempat berkumpulnya semua faktor produksi. Perusahaan manufaktur di Indonesia semakin berkembang dari waktu ke waktu, yang dapat dilihat dari bertambahnya jumlah perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia (Rachmawati & Adi, 2022). Pesatnya perkembangan bursa saham menyebabkan investor lebih berhati-

hati dalam memilih perusahaan investasi (Oktafira, 2020). Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan (Analisa & Wahyudi, 2011). Nilai perusahaan merupakan suatu kondisi tertentu yang dicapai perusahaan setelah beberapa tahun berkembang, dan merupakan perwujudan dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan (Septia, 2015).

Fakta dilapangan menunjukkan dengan fenomena sampai saat ini pertumbuhan industri industri dasar dan kimia dengan nilai pertumbuhan sampai dengan Tahun 2022 yaitu Industri Logam Dasar (20,16%), Industri keramik porselen dan kaca (83%), Industri kimia (50,90%), Industri plastik dan kemasan (18%) serta Industri Kertas (3,91%). (Sumber: BPS, diolah Kemenprin). Bursa Efek Indonesia (BEI) mencatat indeks sektor industri dasar dan kimia tumbuh 8,72% year to date (ytd) atau menjadi sektor kenaikan terbesar. Sektor industri dasar dan kimia masih mampu meningkat saat Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) terkoreksi 2,95% ytd. Kenaikan sektor industri dasar dan kimia terdorong oleh kenaikan sejumlah saham seperti melesatnya saham PT. Indocement Tunggal Prakarsa Tbk (INTP) dari sub sektor semen, karena pencapaian penjualan di tahun 2019 sebesar 18,1 juta ton, sekitar 100.000 lebih tinggi dari tahun lalu. Penjualan semen INTP sepanjang 2020 diperkirakan menembus 18,54 juta – 18,72 juta ton semen. Tahun 2020 pasar semen domestik bakal kembali bergairah dengan adanya berbagai katalis positif yang mendorong penjualan semen antara lain berlanjutnya program pembangunan infrastruktur oleh pemerintah. Hal ini yang menyebabkan kenaikan harga saham pada INTP. (Kontan.co.id, 2020).

Teori Keagenan (Agency Theory)

Teori keagenan diperkenalkan oleh Jensen and Meckling (1976 dalam Sugiyanto dan Candra 2019) hal ini muncul ketika terjadi kontrak antara manajer (agent) dengan pemilik (principal). Seorang manajer (agent) akan lebih mengetahui mengenai keadaan perusahaannya dibandingkan dengan pemilik (principal). Manajemen (agent) berkewajiban untuk memberikan informasi kepada pemilik (principal). Manajer sebagai agent bertindak sesuai kepentingan pemegang saham, Agency theory timbul karena diasumsikan bahwa manager bertindak selfinterest.

Signaling Theory (Teori Sinyal)

Signaling Theory (Teori Sinyal) pertama kali ditemukan oleh (Spence, 1973 dalam Putri, 2017). Menurutnya, teori sinyal berarti memberikan suatu sinyal, pihak pengirim (pemilik informasi) berusaha memberikan informasi relevan yang dapat dimanfaatkan oleh pihak penerima. Pihak penerima kemudian akan menyesuaikan perilaku sesuai dengan pemahamannya terhadap sinyal tersebut. Teori sinyal seharusnya mengungkap sinyal-sinyal keberhasilan atau kegagalan yang harus disampaikan suatu perusahaan. Hal ini menunjukkan karena adanya asimetri informasi yang terjadi antara manajemen dengan pihak pemangku kepentingan. Dapat dikatakan, perusahaan secara sukarela mengungkapkan informasi penting kepada pihak eksternal untuk bisa di jadikan acuan dalam pengambilan keputusan (Putri, 2017).

Nilai Perusahaan

Menurut Syafitri (2016) mengungkapkan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon investor jika suatu perusahaan akan dijual. Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan (Eka Septiani, Holiawati, Endang Ruhayat; 2019). Berikut rumus nilai perusahaan:

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai buku perlembar saham}}$$

Leverage

Menurut Kasmir (2017:151) *leverage* nama lain dari rasio utang. *Leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauhmana Aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Sedangkan menurut Fahmi (2014:127) dalam muriani (2019) *leverage* merupakan tingkat hutang yang dilakukan perusahaan untuk melakukan pembiayaan, rasio hutang dihitung dengan membandingkan antara total hutang dengan aktiva perusahaan, rasio tersebut menggambarkan bagaimana sumber dana operasi perusahaan. Berikut rumus *leverage*:

$$\text{Debt to Assets Ratio (DAR)} = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Asset}}$$

Tax Avoidance

Definisi *Tax Avoidance* menurut Suparna Wijaya dan Fitriyani Dwi Rahayu (2021:21): “*Tax Avoidance* yaitu suatu konsep penghindaran pajak yang dilakukan oleh wajib pajak dengan tujuan mengurangi beban pajak dengan memanfaatkan celah peraturan perpajakan disuatu negara, secara legal tanpa melanggar ketentuan perpajakan. Berikut rumus *tax avoidance*:

$$\text{BTD} = \frac{\text{Laba Bersih} - \text{Laba Kotor}}{\text{Total Asset}}$$

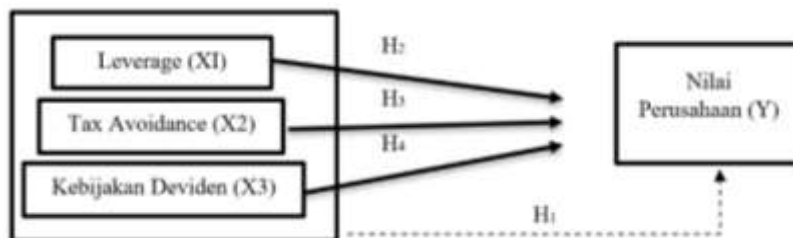
Kebijakan Deviden

Kebijakan dividen merupakan bagian yang menyatu dengan keputusan pendanaan perusahaan. Rasio pembayaran dividen menentukan jumlah laba yang ditahan sebagai sumber pendanaan. Semakin besar laba ditahan semakin sedikit jumlah laba yang dialokasikan untuk pembayaran dividen. Alokasi penentuan laba sebagai laba ditahan dan pembayaran dividen merupakan aspek utama dalam kebijakan dividen (Wachowicz, 1997: p.496) dalam Yulian Bayu Ganar (2018). Berikut rumus kebijakan deviden:

$$\text{DPR} = \frac{\text{Laba Per lembar Saham}}{\text{Dividen Per lembar Saham}}$$

Kerangka Berpikir

Penelitian ini menggunakan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1: Kerangka Pemikiran

Hipotesis Penelitian:

Hipotesis dalam penelitian ini:

- H1: *Leverage*, tax avoidance, dan kebijakan deviden berpengaruh terhadap nilai perusahaan
- H2: *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan
- H3: Tax avoidance berpengaruh terhadap nilai perusahaan
- H4: Kebijakan deviden berpengaruh terhadap nilai perusahaan

METODE

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif dengan sifat asostatif. Menurut Sugiyono (2018:8) penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini merupakan penelitian asostatif dengan bentuk



hubungan kausal. Hubungan kausal menurut Sugiyono (2018:11) hubungan yang bersifat sebab akibat. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diambil dari website resmi Bursa Efek Indonesia www.idx.co.id.

HASIL dan PEMBAHASAN

Populasi penelitian ini adalah perusahaan Manufaktur sektor Industri Dasar dan Kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2017-2021 dengan populasi sebanyak 73 perusahaan. Dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan untuk menentukan sampel adalah metode *purposive sampling*. Penelitian mengambil sampel 5 tahun, yaitu dari tahun 2017-2021, yang diakses melalui website www.idx.co.id. Hasil pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling* disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1. Kriteria Sampel

Keterangan	Jumlah
Populasi Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Industri Dasar dan Kimia Yang Terdaftar Di BEI	73
Pengambilan sampel berdasarkan kriteria (<i>purposive sampling</i>)	
1. Perusahaan yang laporan keuangannya tidak lengkap	(5)
2. Perusahaan yang laporan keuangannya memakai dollar	(18)
3. Perusahaan yang tidak lengkap menyediakan variabel dalam penelitian ini	(26)
Sampel Penelitian	24
Tahun Penelitian	5
Total Sampel	120

Analisis Regresi Data Panel

Tabel 2. Hasil Uji *Random Effect*

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.531927	0.092984	5.720642	0.0000
<i>Leverage</i>	0.011747	0.202608	0.057979	0.9539
<i>Tax Avoidance</i>	0.174350	0.062288	2.799109	0.0060
Kebijakan Deviden	0.042331	0.053616	0.789522	0.4314

Sumber: Ouput eviews statistik versi 9, 2023

Hasil uji signifikansi model *Random Effect* model dapat disimpulkan persamaan regresi data panel yang menjelaskan “Pengaruh *Leverage*, *Tax Avoidance* dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan” yaitu $Y = 0.531927 C + 0.011747 X_1 + 0.174350 X_2 + 0.042331 X_3$

Koefisien Determinasi

Tabel 3. Hasil Koefisien Determinasi R^2

R-squared	0.069091	Mean dependent var	0.161989
Adjusted R-squared	0.045015	S.D. dependent var	0.162269
S.E. of regression	0.158574	Sum squared resid	2.916920
F-statistic	2.869775	Durbin-Watson stat	1.494713
Prob(F-statistic)	0.039479		

Sumber: Ouput eviews statistik versi 9, 2023

Nilai *Adjusted R-squared* sebesar 0,045015 artinya variabel *leverage*, *tax avoidance*, dan kebijakan deviden yang diteliti menjelaskan sebesar 4,5% berpengaruh terhadap variabel nilai perusahaan dan sisanya dipengaruhi oleh variabel di luar penelitian.

Uji Parsial (Uji Statistik t)

Tabel 4. Hasil Uji t

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.531927	0.092984	5.720642	0.0000
<i>Leverage</i>	0.011747	0.202608	0.057979	0.9539
<i>Tax Avoidance</i>	0.174350	0.062288	2.799109	0.0060
Kebijakan Deviden	0.042331	0.053616	0.789522	0.4314

Sumber: Ouput eviews statistik versi 9, 2023

Berdasarkan hasil pada tabel 4, Variabel *leverage* memiliki nilai lebih besar dibandingkan tingkat signifikansi, yaitu 0,9539 lebih besar dari 0,05 sehingga *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. *tax avoidance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dapat dilihat dari hasil output uji t bahwa variabel *tax avoidance* memiliki nilai lebih kecil dibandingkan tingkat signifikansi, yaitu 0,0060 lebih kecil dari 0,05 sehingga *tax avoidance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. kebijakan deviden tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dapat dilihat dari hasil output uji t bahwa variabel kebijakan deviden memiliki nilai probabilitas lebih kecil dibandingkan tingkat signifikansi, yaitu 0,4314 lebih besar dari 0,05 sehingga kebijakan deviden tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Tabel 5. Hasil Uji F

R-squared	0.069091	Mean dependent var	0.161989
Adjusted R-squared	0.045015	S.D. dependent var	0.162269
S.E. of regression	0.158574	Sum squared resid	2.916920
F-statistic	2.869775	Durbin-Watson stat	1.494713
Prob(F-statistic)	0.039479		

Sumber: Ouput eviews statistik versi 9, 2023

Prob (F-statistic) untuk seluruh model menunjukkan nilai 0,039479 berarti nilai probabilitas lebih kecil dari signifikansi 0,05. Pencarian F-tabel dengan jumlah (n) = 120; jumlah variabel = 4; taraf signifikansi 0,05; $df_1 = k-1 = 4-1 = 3$; dan $df_2 = n-k = 120-4 = 98$ sehingga diperoleh nilai F-tabel sebesar 2,70 maka nilai F- hitung $2,869775 >$ nilai F-tabel 2,70. Sehingga secara simultan *leverage*, *tax avoidance*, dan kebijakan deviden berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini didukung oleh pernyataan hipotesis pertama. Maka dari itu, uji F (simultan) dapat memberikan informasi kepada peneliti dan perusahaan seberapa besar faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Pembahasan

Pengaruh *Leverage*, *Tax Avoidance* dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini adalah *leverage*, *tax avoidance*, dan kebijakan deviden menunjukkan bahwa hasil analisis uji F untuk seluruh model dengan nilai 0,039479 yang artinya nilai probabilitas lebih kecil dari signifikansi 0,05. Sehingga secara simultan variabel *leverage*, *tax avoidance*, dan kebijakan deviden berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Herdiyanto (2015) yang meneliti pada 98 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2010-2013 didukung dengan penelitian Nerisse Arviana dan Raisa Pratiwi (2017) yang meneliti 46 perusahaan

manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2013-2016 menyatakan bahwa *tax avoidance* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Kemudian penelitian Rizky firmansyah (2019) kebijakan deviden mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan karena naiknya kebijakan deviden disebabkan oleh perusahaan yang lebih memilih membagikan deviden kepada investor/pemegang saham dan sudah memahami kemauan dan keinginan para investor/pemegang saham yang lebih memilih pembagian deviden ketimbang *capital gain*.

Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini adalah *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil menunjukkan bahwa nilai probability *leverage* sebesar 0,9539 dimana lebih besar dari 0,05. Koefisien regresi variabel *leverage* (X1) sebesar 0,011747 artinya setiap peningkatan *leverage* (X1) sebesar 1 satuan, maka akan menurunkan nilai perusahaan (Y) sebesar 0,011747 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini didukung oleh Hidayatul Fateha Anni'Mah, Ati Sumiati, dan Santi Susanti (2019) menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dikarenakan Tingginya *leverage* perusahaan dapat mengindikasikan kondisi perusahaan yang *solvabile* yang artinya perusahaan tidak memiliki kemampuan yang cukup dalam melunasi seluruh kewajibannya atau dengan kata lain total utang lebih besar dibandingkan dengan total aset yang dimiliki. Kendati demikian, investor cenderung tidak melihat besar kecilnya utang perusahaan, tetapi lebih memperhatikan bagaimana manajemen mengelola dananya secara efektif dan efisien guna memberikan value added pada nilai perusahaan dimasa depan.

Pengaruh Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini adalah *tax avoidance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil menunjukkan bahwa nilai probability *tax avoidance* sebesar 0,0060 dimana lebih kecil dari 0,05. Koefisien regresi variabel *tax avoidance* (X2) sebesar 0.174350 artinya setiap peningkatan *tax avoidance* (X2) sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan nilai perusahaan (Y) sebesar 0.174350 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Sehingga dapat disimpulkan bahwa berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini didukung oleh Nerrisse Arviana dan Raisa Pratiwi (2017) karena aktifitas *Tax Avoidance* dinilai sebagai tindakan manajemen laba karena berusaha meminimalakan keuntungan yang diperoleh dan bersifat menguntungkan pribadi dari manajemen maupun Image perusahaan yang akan terpengaruh apabila *Tax Avoidance* ini mengandung niatan negatif diketahui oleh publik. Jika pengelola tidak dapat memberikan informasi kepada para investor, maka mereka akan merasa dirugikan sehingga akan berimbas terhadap keinginan investor untuk melakukan investasi.

Pengaruh Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis keempat yang diajukan dalam penelitian ini adalah kebijakan deviden yang diprosikan dengan *Dividend Payout Ratio* (DPR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil menunjukkan bahwa nilai probability kebijakan deviden sebesar 0,4314 dimana lebih besar dari 0,05. Koefisien regresi variabel kebijakan deviden (X3) sebesar 0,042331 artinya setiap peningkatan kebijakan deviden (X3) sebesar 1 satuan, maka akan menurunkan nilai perusahaan (Y) sebesar 0,042331 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kebijakan deviden tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini didukung oleh Mustafa dan Junaid (2018) yang menyatakan bahwa kebijakan deviden tidak berpengaruh signifikan karena hasil pengujian tidak sesuai dengan hipotesis yang

diajukan. Hal ini menunjukkan bahwa jika kebijakan dividen naik atau turun maka tidak akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Penelitian ini juga didukung oleh Sarah Syarifah Rahma dan Atwal Arifin (2020) yang menyatakan bahwa kebijakan dividen kebijakan mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dengan arah positif.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijabarkan mengenai pengaruh *leverage*, *tax avoidance*, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. *Leverage*, *tax avoidance*, dan kebijakan dividen mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan secara bersama-sama (simultan). *Leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. *Tax avoidance* berpengaruh secara positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anni'Mah, H. F., & Susanti, S. (2021). Pengaruh Leverage, Likuiditas, Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Indeks IDX SMC Composite 2019. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan Dan Auditing*, 2(2), 260-279.
- Arviana, N., & Pratiwi, R. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Tax Avoidance, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2013-2016).
- Ayuhan'Nur, N. P., & Aisyah, I. S. (2022). *Pengaruh Prudence dan Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis).
- Firmansyah, R. (2019). *Pengaruh profitabilitas dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel pemoderasi: Studi kasus pada perusahaan yang tercatat di indeks LQ45 tahun 2015-2017* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Ganar, Y. B. (2018). Pengaruh kebijakan dividen dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017. *Jurnal Sekuritas*, 2(1), 32-44.
- Herdiyanto, D. G., & Ardiyanto, M. D. (2015). *Pengaruh tax avoidance terhadap nilai perusahaan* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Kasmir. (2017). Kasmir. Ilmu Dan Riset Manajemen.
- Martha, L., Sogiroh, N. U., Magdalena, M., Susanti, F., & Syafitri, Y. (2018). Profitabilitas dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Benefita: Ekonomi Pembangunan, Manajemen Bisnis & Akuntansi*, 3(2), 227-238.
- Mustafa, M., & Junaid, A. (2018). Efek Moderating Kebijakan Dividen Dalam Pengaruh Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Islamic Index Indonesia (JII) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *YUME: Journal of Management*, 1(3).
- Oktafira, M. (2020). *Analisis Nilai Perusahaan Indeks LQ45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015-2018* (Doctoral dissertation, UPN" Veteran" Jawa Timur).
- Putri, A. S., & Miftah, D. (2021). Pengaruh Intellectual Capital, Leverage, Profitabilitas, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Current: Jurnal Kajian Akuntansi dan Bisnis Terkini*, 2(2), 259-277.
- Rahmawati, A. N., & Adi, S. W. (2023). *Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Utang, Profitabilitas, dan Peranan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

- Septia, A. W. (2015). Pengaruh profitabilitas, keputusan investasi, keputusan pendanaan, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Septiani, E., Holiawati, H., & Ruhayat, E. (2019). Environmental Performance, Intellectual Capital, Praktik Penghindaran Pajak dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 21(1), 61-70.
- Muriani. (2019). Pengaruh Leverage, Likuiditas, Capital Intensity Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2018) SKRIPSI OLEH: MURIANI. *Skripsi*, 1-85.
- Sugiyanto, S., & Candra, A. (2019). Good corporate governance, conservatism accounting, real earnings management, and information asymmetry on share return. *Jiafe (Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi)*, 4(1), 9-18.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta. Bandung



Pengaruh Lingkungan Kerja dan Turnover terhadap Kinerja Karyawan pada Bagian Operasional PT Antara Persada Sukses

Fathan Arif^{1*}, Rapi Sarwoto²

Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang

dosen02154@unpam.ac.id^{1*}; rapisarwoto90@gmail.com

Received 9 Februari 2023 | Revised 8 Mei 2023 | Accepted 29 Mei 2023

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Lingkungan Kerja dan Turnover terhadap Kinerja Karyawan pada Bagian Operasional PT Antara Persada Sukses. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif asosiatif dengan populasi sebanyak 114 responden dengan teknik probability sampling; simple random sampling. Analisa data yang digunakan uji validitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan kerja secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan dengan nilai thitung $8,635 > 1,988$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Turnover secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Karyawan dengan nilai thitung $13,171 > 1,988$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara simultan lingkungan kerja dan turnover mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $117,555 > 3,10$ dan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Lingkungan Kerja; Turnover; Kinerja Karyawan

Abstract

This study aims to determine the influence of Work Environment and Turnover on Employee Performance in the Operational Section of PT Antara Persada Sukses. This research is an associative quantitative research with a population of 114 respondents with probability sampling techniques; Simple random sampling. Data analysis used validity tests, classical assumption tests, regression analysis, determination coefficient analysis and hypothesis tests. The results showed that the work environment partially had a significant effect on employee performance with a calculated value of $8.635 > 1.988$ and a significance of $0.000 < 0.05$. Turnover partially has a significant effect on Employee Performance with a calculated value of $13.171 > 1.988$ and a significance of $0.000 < 0.05$. Simultaneously, the work environment and turnover have a positive and significant influence on employee performance with $F_{calculate} > F_{table}$ values, namely $117.555 > 3.10$ and significance levels of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Work Environment, Turnover, Employee Performance

PENDAHULUAN

Sudah sejak lama manusia melakukan kegiatan perekonomian untuk menunjang berbagai kebutuhan hidupnya. Kegiatan perekonomian yang terdiri dari produksi, distribusi dan konsumsi tidak lepas dari aktivitas perdagangan. Dengan semakin modernnya zaman maka semakin kompleks pula transaksi perdagangan yang terjadi. Dari perdagangan antar individu, menjadi antar kelompok, dari antar desa merambah ke berbagai negara lintas benua. Untuk memenuhi konsumsi masyarakat luas tersebut, maka diperlukan produksi dalam skala besar yang dilakukan beberapa individu ditunjang dengan



berbagai faktor produksi lainnya. Perusahaan merupakan tempat bertemunya semua faktor produksi dimana produksi sebuah barang atau jasa berlangsung. Selain melakukan kegiatan produksi, tujuan utama sebuah perusahaan didirikan adalah memperoleh laba semaksimal mungkin secara terus menerus. Keuntungan dapat terus didapatkan apabila perusahaan dapat mengelola sumber daya yang dimilikinya dengan baik, dimana salah satunya adalah sumber daya manusia. Nawawi dalam Sihalo (2019:273) berpendapat bahwa manajemen sumber daya manusia mengandung pengertian yang erat kaitannya dengan pengelolaan sumber daya manusia atau pegawai dalam perusahaan. Sumber daya manusia dapat juga disebut tenaga kerja, pekerja, karyawan dan potensi manusiawi yang dapat menggerakkan organisasi dalam mewujudkan eksistensi organisasi.

Atas dasar tersebut, penulis berpendapat bahwa perusahaan yang memiliki karyawan dengan kinerja yang baik, maka keberlangsungan perusahaannya dapat diupayakan semaksimal mungkin. Sebaliknya, perusahaan yang memiliki karyawan namun kinerjanya tidak baik akan menghambat tujuan perusahaan dan bahkan mengancam keberlangsungan perusahaan itu sendiri. Menurut Tika dalam Sihalo (2019:273) menyatakan bahwa kinerja diartikan sebagai sesuatu yang dihasilkan dari pekerjaan seseorang guna mencapai tujuan suatu organisasi dalam kurun waktu tertentu. Menurut Kuswandi yang dikutip Astriono (2022:76) menjelaskan bahwa kinerja karyawan dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan antara lain: kepuasan kerja, kemampuan karyawan, motivasi, lingkungan kerja serta kepemimpinan. Suatu lingkungan kerja yang baik akan membuat para karyawan bekerja dengan maksimal, sehat, nyaman serta aman. Sebaliknya, lingkungan kerja yang kurang baik dapat menurunkan loyalitas karyawan.

Selain faktor lingkungan kerja, faktor kepuasan kerja juga mempengaruhi kinerja karyawan. Pekerja yang merasa puas akan memiliki sikap positif akan pekerjaan dan lingkungannya, sebaliknya karyawan yang tidak puas akan bersikap negatif terhadap pekerjaan dan bahkan dapat timbul keinginan untuk mencari pekerjaan yang dianggap lebih baik. Sebagaimana dinyatakan oleh Luthans yang dikutip Syahputra (2019:8) bahwa keinginan seseorang keluar dari organisasi yaitu evaluasi, posisi seseorang saat ini berkenaan dengan ketidakpuasan yang memicu keinginan seseorang keluar dan mencari pekerjaan lain. Asmara (2018:123) menerangkan bahwa tingginya nilai *turnover intention* dapat memberi dampak terhadap kinerja karyawan. Evaluasi terhadap berbagai alternatif pekerjaan, pada akhirnya akan mewujudkan terjadinya *turnover* karena individu yang memilih keluar dari perusahaan. Menurut Robbins dan Judge sebagaimana dikutip Iskandar (2021:104) menyatakan bahwa *turnover* adalah tindakan pengunduran diri secara permanen yang dilakukan oleh karyawan baik secara sukarela atau pun tidak secara sukarela. *Turnover* dapat berupa pengunduran diri, perpindahan keluar unit organisasi, pemberhentian atau kematian anggota organisasi.

Berdasarkan kondisi perusahaan saat ini, di Bagian Operasional PT Antara Persada Sukses terdapat permasalahan yang berkaitan dengan lingkungan kerja, *turnover* dan kinerja para karyawannya. Sebagai contoh fasilitas kerja yang diterima oleh karyawan, diantaranya ketiadaan AC (Air Conditioner) yang digantikan fungsinya oleh kipas tidak dapat menurunkan suhu ruang di Pos Parkir, sehingga fokus karyawan dapat terganggu dikala bekerja dalam kondisi yang kurang nyaman pada suhu ruang yang tinggi. Perusahaan juga menghadapi kondisi meningkatnya karyawan yang keluar dari Bagian Operasional PT Antara Persada Sukses pada tahun 2020. Setiyanto dan Hidayati (2017:105) mengatakan bahwa *turnover* karyawan merupakan salah satu aspek penting dalam suatu perusahaan karena bisa berpengaruh terhadap kinerja dan biaya dalam perusahaan tersebut.

Sebagai gambaran atas pencapaian perusahaan atas kinerja karyawannya, berikut ini tabel kinerja Karyawan Bagian Operasional PT Antara Persada Sukses adalah sbagai berikut:

Tabel 1. Data Kinerja Karyawan

Kriteria	Jumlah Karyawan			Kinerja		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Sangat Baik	45	23	25	24%	21%	22%
Baik	64	31	34	34%	29%	30%
Cukup	58	36	42	31%	33%	37%
Buruk	23	18	13	12%	17%	11%
Total	190	108	114	100%	100%	100%

Berdasarkan tabel penilaian kinerja karyawan diatas, terdapat peningkatan jumlah karyawan dengan kinerja buruk pada tahun 2020 dan kondisi tersebut terjadi bersamaan dengan peningkatan *turnover* karyawan.

Peneliti ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh Lingkungan Kerja dan Turnover (Perputaran Karyawan) terhadap Kinerja Karyawan pada Bagian Operasional PT Antara Persada Sukses di Jakarta Timur”.

Lingkungan Kerja

Nitisemito dalam Astriono (2022:76) mengemukakan bahwa lingkungan kerja adalah segala sesuatu yang ada disekitar para pekerja yang dapat mempengaruhi dirinya dalam menjalankan tugas-tugas yang diemban. Sedarmayati (2017:9) menyatakan bahwa lingkungan kerja adalah keseluruhan alat perkakas dan bahan yang dihadapi, lingkungan sekitarnya dimana seseorang bekerja, metode kerjanya, serta pengaturan kerjanya baik sebagai perseorangan maupun kelompok.

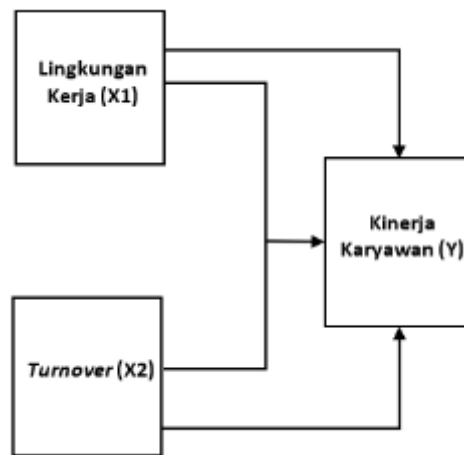
Turnover

Simamora dalam Harvida (2020:15) menerangkan bahwa Turnover adalah pemisahan diri yang dilakukan oleh karyawan dari organisasi yang dilakukan secara sukarela. Robbins dan Judge sebagaimana dikutip Iskandar (2021:104) mengemukakan bahwa turnover adalah tindakan pengunduran diri secara permanen yang dilakukan oleh karyawan baik secara sukarela atau pun tidak secara sukarela. Turnover dapat berupa pengunduran diri, perpindahan keluar unit organisasi, pemberhentian atau kematian anggota organisasi.

Kinerja

Tika dalam Sihaloho (2019:273) menyatakan bahwa kinerja diartikan sebagai sesuatu yang dihasilkan dari pekerjaan seseorang guna mencapai tujuan suatu organisasi dalam kurun waktu tertentu. Mangkunegara yang dikutip oleh Adriani (2021:46) menyatakan bahwa kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan. Sedangkan Rivai dalam Adriani (2021:46) menjelaskan bahwa kinerja merupakan suatu istilah secara umum yang digunakan sebagai atau seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada suatu periode dengan suatu referensi pada sejumlah standar seperti biaya masa lalu yang diproyeksikan dengan dasar efisiensi, pertanggung jawaban atau akuntabilitas manajemen dan sebagainya. Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa kinerja karyawan adalah hasil kerja dari seorang karyawan selama dia bekerja dalam menjalankan tugas-tugas pokok jabatannya yang dapat dijadikan sebagai landasan apakah karyawan itu bisa dikatakan mempunyai prestasi kerja yang baik atau sebaliknya.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini:

- H1: Lingkungan kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan secara parsial Bagian Operasional PT Antara Persada Sukses
- H2: Turnover berpengaruh terhadap loyalitas karyawan secara parsial Bagian Operasional PT Antara Persada Sukses
- H3: Lingkungan kerja dan turnover berpengaruh terhadap loyalitas karyawan secara simultan Bagian Operasional PT Antara Persada Sukses.

METODE

Penelitian ini dilakukan di PT. Antara Persada Sukses adalah perusahaan outsourcing atau penyaluran tenaga kerja yang bergerak dibidang jasa dalam menyalurkan tenaga kerja di perusahaan-perusahaan yang membutuhkan dan beralamat di beralamat Cipinang Melayu Jakarta Timur. Jenis penelitian yang digunakan menggunakan penelitian terapan dengan pendekatan penelitian kuantitatif asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian untuk mengetahui pengaruh dua variabel (atau lebih) tersebut. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 114 karyawan. Dengan menggunakan metode teknik *probability sampling; simple random sampling*, peneliti mengambil sampel sebanyak 88 karyawan, dimana peneliti memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi (karyawan) untuk dipilih menjadi sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu sendiri. Analisis data yang digunakan dalam penelitian yaitu analisis jalur dengan menggunakan bantuan *Software IBM SPSS (Statistical Program for Social Science)* versi 24 for windows.

HASIL dan PEMBAHASAN

Hasil

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Lingkungan Kerja

Uji validitas dan reliabilitas variabel lingkungan kerja menggunakan bantuan *Software IBM SPSS (Statistical Program for Social Science)* versi 24 for windows. Seluruh instrument penelitian lingkungan kerja dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha > 0,6.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Lingkungan Kerja
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	88	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	88	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,856	10

Berdasarkan tabel di atas dapat terlihat bahwa seluruh instrumen dan data penelitian variabel lingkungan kerja valid dan reliabel.

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Turnover

Uji validitas dan reliabilitas variabel *turnover* menggunakan bantuan *Software IBM SPSS (Statistical Program for Social Science)* versi 24 for windows. Seluruh instrument penelitian *turnover* dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha > 0,6.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Turnover

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	88	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	88	100,0

b. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,850	11

Berdasarkan tabel di atas dapat terlihat bahwa seluruh instrumen dan data penelitian variabel lingkungan kerja valid dan reliabel.

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Kinerja

Uji validitas dan reliabilitas variabel kinerja menggunakan bantuan *Software IBM SPSS (Statistical Program for Social Science)* versi 24 for windows. Seluruh instrument penelitian kinerja dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha > 0,6.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kinerja

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	88	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	88	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

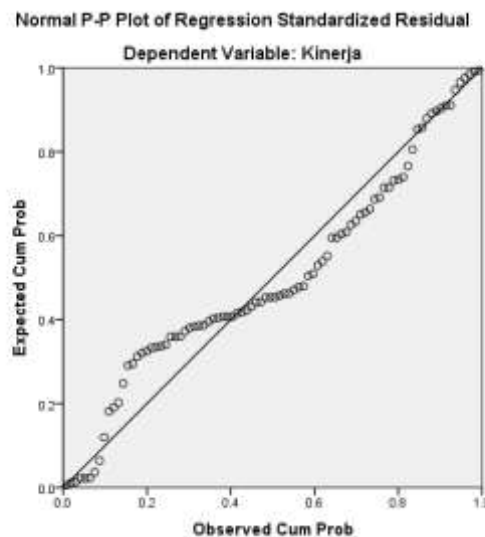
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,908	16



Uji Normalitas

Data bertipe skala pada umumnya mengikuti asumsi distribusi normal. Namun, tidak mustahil suatu data tidak mengikuti asumsi normalitas. Ghazali (2018:161) menjelaskan bahwa uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Salah satu cara termudah normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendeteksi distribusi normal. Namun demikian jika hanya dengan melihat histogram maka dapat menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Analisis grafik uji normalitas pada penelitian ini digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. Hasil Uji Normal P-P Plot

Uji Multikolinearitas

Nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai cut off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai Tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$. Jika nilai tolerance $> 0,10$ atau nilai $VIF < 10$ maka hal tersebut menunjukkan tidak terjadi multikolinieritas (Ghozali, 2018:107)

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

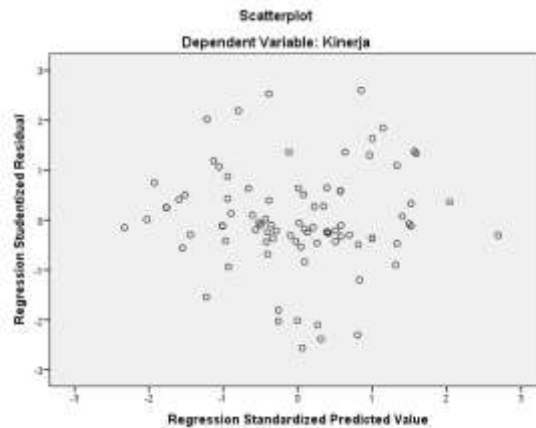
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,477	3,160		0,784	0,435		
Lingkungan Kerja	0,537	0,117	0,314	4,593	0,000	0,667	1,499
Turnover	0,872	0,094	0,636	9,299	0,000	0,667	1,499

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa masing-masing variabel mempunyai nilai Tolerance lebih dari angka 0,10 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) kurang dari angka 10. Maka mengacu pada dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi penelitian ini karena nilai Tolerance diatas 0,10 dan VIF dibawah 10.

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke satu pengamatan yang lain. Jika *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika

berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *plot* antara nilai prediksi variabel terikat atau dependen yaitu *ZPRED* dengan residualnya *SRESID*. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara *SRESID* dan *ZPRED* dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-studentized. Berdasarkan hasil pengolahan data, maka grafik *Scatterplot* pada penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 3. Hasil Uji Normal P-P Plot

Pengujian Hipotesis Pertama (X₁ ke Y)

Uji t

Tabel 6. Hasil Uji Parsial Variabel X1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12,302	4,205		2,925	0,004
Lingkungan Kerja	1,165	0,135	0,681	8,635	0,000

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Regresi Linear Sederhana

Lingkungan Kerja di Bagian Operasional PT Antara Persada Sukses berpengaruh terhadap kinerja karyawannya, hal ini dinyatakan oleh hasil uji hipotesis pertama, dalam tabel dibawah:

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Variabel X1

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12,302	4,205		2,925	0,004
Lingkungan Kerja	1,165	0,135	0,681	8,635	0,000

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

$Y = 12,302 + 1,165 X_1$ adalah persamaan regresi linear sesuai dengan tabel 7 di atas

Koefisien Determinasi (R-Square)

Variabel bebas lingkungan kerja terhadap kinerja dapat diukur pengaruhnya dengan menggunakan nilai koefisien determinasi (R²).



Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi Secara Parsial Variabel X1

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.681 ^a	0,464	0,458	6,435

a. Predictors: (Constant), Lingkungan Kerja

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 24

R Square sebesar 0,464 maka dapat disimpulkan bahwa variabel lingkungan kerja berkontribusi terhadap kinerja karyawan sebesar 46,4% sedangkan sisanya sebesar $(100-46,4\%) = 53,6\%$ dipengaruhi faktor lain.

Pengujian Hipotesis Pertama (X₂ ke Y)

Uji t

Tabel 9. Hasil Uji Parsial Variabel X2

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,700	2,892		3,699	0,000
	Turnover	1,121	0,085	0,818	13,171	0,000

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Regresi Linear Sederhana

Turnover di Bagian Operasional PT Antara Persada Sukses berpengaruh terhadap kinerja karyawannya, hal ini dinyatakan oleh hasil uji hipotesis kedua, dalam tabel dibawah :

Tabel 10. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Variabel X2

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,700	2,892		3,699	0,000
	Turnover	1,121	0,085	0,818	13,171	0,000

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

$Y = 10,700 + 1,121 X_2$ adalah persamaan regresi linear sesuai dengan tabel 10 di atas

Koefisien Determinasi (R-Square)

Variabel bebas *turnover* terhadap kinerja dapat diukur pengaruhnya dengan menggunakan nilai koefisien determinasi (R²).

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi Secara Parsial Variabel X2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.818 ^a	0,669	0,665	5,062

a. Predictors: (Constant), Lingkungan Kerja

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 24

R Square sebesar 0,669 maka dapat disimpulkan bahwa variabel *turnover* berkontribusi terhadap kinerja karyawan sebesar 66,9% sedangkan sisanya sebesar $(100-66,9\%) = 33,1\%$ dipengaruhi faktor lain.



Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga (X₁, X₂ ke Y)

Regresi Berganda

Lingkungan kerja dan *turnover* berpengaruh pada Kinerja Karyawan pada Bagian Operasional PT Antara Persada Sukses secara serempak dan untuk dapat melihat apakah variabel lingkungan kerja (X₁) dan variabel *turnover* (X₂) memberikan pengaruh yang positif pada Variabel Kinerja Karyawan (Y) pada Bagian Operasional PT Antara Persada Sukses dinyatakan oleh uji regresi berganda hipotesis ketiga :

Tabel 12. Hasil Uji Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,477	3,160		0,784	0,435
Lingkungan Kerja	0,537	0,117	0,314	4,593	0,000
Turnover	0,872	0,094	0,636	9,299	0,000

$Y = 2,477 + 0,537X_1 + 0,872X_2$ adalah persamaan regresi linear sesuai dengan tabel 12 di atas

Koefisien Determinasi (R-Square)

Variabel bebas lingkungan kerja dan *turnover* terhadap kinerja karyawan dapat diukur pengaruhnya dengan menggunakan nilai koefisien determinasi (R²).

Tabel 13. Hasil Uji Koefisien Determinasi Simultan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.857 ^a	0,734	0,728	4,557

a. Predictors: (Constant), Turnover, Lingkungan Kerja

R Square sebesar 0,734 maka dapat disimpulkan bahwa variabel lingkungan kerja (X₁) dan turnover (X₂) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel kinerja karyawan (Y) sebesar 73,4%. Sedangkan sisanya (100% - 73,4% = 26,5%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

Uji F

Tabel 12. Hasil Uji Statistik F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4882,459	2	2441,229	117,555	.000 ^b
	Residual	1765,166	85	20,767		
	Total	6647,625	87			

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

b. Predictors: (Constant), Turnover, Lingkungan Kerja

Berdasarkan data pada tabel diatas diperoleh nilai Fhitung > Ftabel yaitu 117,555 > 3,10. Dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 atau lebih kecil dari nilai probabilitas (p-value) 0,05 yaitu 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel lingkungan kerja (X₁) dan turnover (X₂) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap Kinerja Karyawan

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat ditarik kesimpulan:

1. Variabel Lingkungan Kerja (X₁) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Y) pada Bagian Operasional PT Antara Persada Sukses secara parsial.

2. Variabel Turnover (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Y) pada Bagian Operasional PT Antara Persada Sukses secara parsial.
3. Variabel Lingkungan Kerja (X1) dan Turnover (X2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap Kinerja Karyawan pada Bagian Operasional PT Antara Persada Sukses.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, J. dkk. (2021). *Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Naga Mas Intipratama Tangerang*. Jurnal ARASTIRMA Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen UNPAM Vol. 1 No 1, 43-54.
- Asmara, A.P. (2019). *Pengaruh Turnover Intention terhadap Kinerja Karyawan di Rumah Sakit Bedah Surabaya*. JAKI Vol 5 No 2, 123-129.
- Astriono, A. (2022). *Analisis Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Multi Instrumentasi Mandiri*. Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Vol 1 No 1, 76-83.
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi Program AMOS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harvida, D.A., Wijaya, C. (2020). *Faktor yang Mempengaruhi Turnover Karyawan dan Strategi Retensi Sebagai Pencegahan Turnover Karyawan : Sebuah Tinjauan Literatur*. Jurnal Ilmu Administrasi Negara Vol. 16 No 1, 13-23.
- Iskandar, Y.C. & Rahadi, D. (2021). *Strategi Organisasi Penanganan Turnover Melalui Pemberdayaan Karyawan*. SOLUSI : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi. Vol. 19, No. 1. 102-116.
- Sedarmayanti. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Refika. Aditama.
- Setiyanto & Hidayati. (2017). *Pengaruh Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi terhadap Turnover Intention*. Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis, Vol. 5, No 1.
- Sihaloho, R. D. & Siregar, H. (2019). *Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Super Setia Sagita Medan*. Jurnal Ilmiah Socio Secretum Vol 9 No 2, 273-281.
- Syahputra, D. (2019). *Pengaruh Motivasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pondok Indah Golf Apartment*. Jurnal Manajemen, Ekonomi, Keuangan dan Akuntansi Vol 1 No 1, 8-14.

Pengaruh Fleksibilitas Kerja dan Spesialisasi Kerja Terhadap Kepuasan Karyawan pada PT Army Unit Pengamanan Gedung Capital Place di Jakarta Selatan

Nova Nurafifah¹, Veta Lidya Delimah Pasaribu^{2*}

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Indonesia
novan552408@gmail.com¹, dosen01889@dosen.unpam.ac.id^{2*}

Received 14 Maret 2023 | Revised 8 Mei 2023 | Accepted 23 Mei 2023

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fleksibilitas kerja dan spesialisasi kerja pada PT ARMY unit pengamanan Capital Place di Jakarta Selatan baik secara parsial maupun secara simultan. Metode yang digunakan adalah kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan solvin dan diperoleh sampel dalam penelitian ini berjumlah 58 responden. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fleksibilitas kerja berpengaruh terhadap kepuasan karyawan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 12,1% hasil uji diperoleh t hitung $>$ t tabel atau ($2,771 > 1,672$). Spesialisasi kerja berpengaruh terhadap kepuasan karyawan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,4%, hasil uji t diperoleh t hitung $>$ t tabel atau ($0,456 < 1,672$). Fleksibilitas kerja dan spesialisasi kerja secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan karyawan dengan persamaan regresi $Y = 3,396 + 0,768 X_1 + -0,601 X_2$, dengan determinasi sebesar 13,6%. Uji hipotesis diperoleh nilai F hitung $>$ F tabel atau ($4,314 > 1,672$).

Kata Kunci: Fleksibilitas Kerja; Spesialisasi Kerja; Kepuasan Karyawan.

Abstract

This study aims to determine the effect of work flexibility and work specialization on PT ARMY, Capital Place security unit in South Jakarta, both partially and simultaneously. The method used is quantitative. The sampling technique used solvin and obtained samples in this study amounted to 58 respondents. Data analysis uses validity tests, reliability tests, classical assumption tests, regression analysis, correlation coefficients, determination coefficients and hypothesis tests. The results showed that work flexibility affects employee satisfaction with a coefficient of determination value of 12.1%, the test results obtained t calculate $>$ t table or ($2.771 > 1.672$). Work specialization affects employee satisfaction with a coefficient of determination value of 0.4%, t test results obtained t calculate $>$ t table or ($0.456 < 1.672$). Work flexibility and work specialization simultaneously positively affect employee satisfaction with the regression equation $Y = 3.396 + 0.768 X_1 + -0.601 X_2$, with a determination of 13.6%. Test the hypothesis obtained the value of F calculate $>$ F table or ($4.314 > 1.672$).

Keywords: *Fleksibilitas Work; Specialization Work; Employee Satisfaction*

PENDAHULUAN

Dalam suatu organisasi atau lembaga, potensi sumber daya manusia pada hakekatnya merupakan salah satu modal dan memegang suatu peranan yang sangat penting dalam mencapai tujuan organisasi. Karena sumber daya manusia merupakan aset utama yang besar pengaruhnya terhadap kemajuan organisasi. Seperti yang diketahui selama ini, dalam sebuah organisasi lebih banyak menghadapi masalah-masalah yang berhubungan dengan sumber daya manusia apabila dibandingkan dengan sumber daya ekonomi lainnya, karena dalam mengelola sumber daya manusia tidak bisa di samakan dengan mesin, material dan dana yang sifatnya hanya masalah teknis saja.

Sebuah organisasi dapat berkembang dengan baik, maka tenaga kerja yang berada dalam organisasi tersebut perlu diberikan motivasi terkait dengan fluktuatif tumbuh dan berkembangnya sifat seseorang, sebab motivasi merupakan bagian dalam rangka pembinaan, pengembangan dan pengarahan tenaga kerja dalam suatu organisasi. Hal ini menjadi salah satu masalah yang cukup rumit sehingga organisasi mengalami kesulitan dalam menetapkan kebijakan terutama yang berhubungan dengan sumber daya manusia, yang merupakan perangkat utama atas kelancara aktivitas suatu organisasi.

Pengaruh fleksibilitas kerja dan spesialisasi kerja terhadap kepuasan karyawan adalah hal yang sangat penting bagi tujuan perusahaan. Maka dari itu, beberapa perusahaan melakukan evaluasi serta menjalankan metode-metode baru untuk merubah setiap kekurangan yang ada dalam perusahaan. Namun, jika dalam sebuah organisasi tidak dapat merubah sistem manajemen perusahaan yang dengan cermat, maka hal-hal yang tidak sesuai dengan tujuan organisasi akan lebih jauh dicapai.

PT ARMY didirikan berdasarkan kebutuhan ruang lingkup pengamanan pada area komersil di gedung Capital Place di Jakarta Selatan. Sebanyak 134 karyawan menjalankan tugas dalam unit pengamanan yang disertakan dengan keahlian khusus sesuai dengan posisi jabatan karyawan masing-masing. Keahlian-keahlian khusus melingkupi kualitas karyawan dalam menangani permasalahan bidang pengamanan serta kualitas karyawan dalam posisi kepemimpinan. Dalam ruang lingkup unit pengamanan gedung Capital Place di Jakarta Selatan, seorang karyawan wajib melaksanakan kegiatan rutin di luar jadwal kerja yang di instruksikan sesuai program kerja yang sudah diwacanakan oleh manajemen gedung Capital Place guna peningkatan performa serta kualitas karyawan pada unit pengamanan gedung Capital Place di Jakarta Selatan.

Berdasarkan hasil studi pendahuluan, mendapatkan informasi fleksibilitas kerja dan spesialisasi kerja unit pengaman gedung Capital Place di Jakarta Selatan masih terdapat beberapa masalah terhadap kepuasan karyawan. Menurut Shagvaliyeva dan Yazdanifard (2014), salah satu dari fleksibilitas kerja yaitu jam kerja yang fleksibel ini dapat diringkas sebagai kemampuan anggota organisasi untuk mengontrol durasi jam kerja mereka berdasarkan lokasi kerja (diluar tempat kerja) dan kemampuan untuk memenuhi jadwal kerja yang diberikan oleh organisasi. Sementara itu, Spesialisasi kerja dalam ekonomi adalah suatu bentuk pembagian tenaga kerja di mana individu atau perusahaan memusatkan usaha-usaha produktif mereka pada sebuah kegiatan atau sejumlah kegiatan-kegiatan yang terbatas. Misalnya dokter spesialis anak atau Ford yang menjadi spesialis di bidang industri otomotif. Spesialis dapat memusatkan diri pada pekerjaan sesuai dengan keahliannya. Kebiasaan dan pengulangan akibat tidak terjadinya perpindahan pekerjaan akan meningkatkan keahlian kerja dan penghematan waktu.

Demikian yang terjadi pada unit pengamanan PT ARMY, fleksibilitas kerja dan spesialisasi kerja yang kurang teroganisir sangat mempengaruhi kepuasan karyawan pada perusahaan tersebut. Hal ini dibuktikan dengan adanya tingkat *turn over* SDM dalam perusahaan yang tinggi setiap bulannya, ketidakhadiran karyawan perharinya yang tidak terpenuhi, serta penanganan masalah keamanan yang tidak tepat dalam organisasi perusahaan. Berikut data tabel perusahaan di tahun 2021:

Tabel 1. Turnover Karyawan Tahun 2021

Periode 2021						
NO	Bulan	CONTRACT	KELUAR	MASUK	ACTUAL	KET
1	Januari	134	9	8	133	
2	Februari	134	8	7	133	
3	Maret	134	6	5	133	
4	April	134	5	4	133	
5	Mei	134	5	2	131	
6	Juni	134	8	7	133	
7	Juli	134	8	2	128	
8	Agustus	134	15	9	128	
9	September	134	20	4	118	
10	Oktober	134	25	17	126	
11	November	134	15	0	119	
12	Desember	134	25	11	120	
	TOTAL		149	76		

Sumber : PT Agung Rahardja Manunggal Yudha

Tabel 2. Rekapitulasi Kehadiran Karyawan Tahun 2021

No	Bulan	A	B	C	D	E
		Jml Sdm	Hari Kerja Efektif	Kehadiran Seharusnya (Hari) (A x B = C)	Tidak Hadir (S/I/A)	Total Kehadiran (Hari) (C - D = E)
1	Jan-21	134	31	4154	48	4106
2	Feb-21	134	28	3752	60	3692
3	Mar-21	134	31	4154	70	4084
4	Apr-21	134	30	4020	67	3953
5	Mei-21	134	31	4154	56	4098
6	Jun-21	134	30	4020	44	3976
7	Jul-21	134	31	4154	58	4096
8	Agu-21	134	31	4154	55	4099
9	Sep-21	134	30	4020	59	3961
10	Okt-21	134	31	4154	60	4094
11	Nov-21	134	30	4020	63	3957
12	Des-21	134	31	4154	52	4102

Sumber : PT Agung Rahardja Manunggal Yudha

Dari kedua tabel di atas, maka di dapatkan permasalahan tersebut terjadi karena beberapa hal, seperti adanya jadwal kerja yang tidak teratur, jadwal kegiatan rutin yang dilaksanakan pada waktu libur, kordinasi dari pihak pimpinan yang kurang akurat terhadap penanganan masalah internal yang berkaitan dengan manajemen SDM, serta masalah external yang berkaitan dengan kejadian dalam hal keamanan.

Fleksibilitas Kerja

Fleksibilitas dalam lingkungan kerja berarti memberi karyawan kesempatan untuk membuat pilihan sendiri mengenai kapan, di mana, dan bagaimana mereka terlibat dalam proyek atau tugas terkait pekerjaan. Istilah fleksibilitas di tempat kerja sering kali dilontarkan bersamaan dengan independensi, *work-life balance*, *friendly culture*, dan lingkungan yang santai. Data *International Workplace Group* (2019) memaparkan bahwa 80% pekerja mengatakan mereka akan memilih untuk melakukan pekerjaan dengan pilihan kerja yang fleksibel daripada yang tidak. Menciptakan fleksibilitas dalam organisasi bisa melalui berbagai cara. Bukan suatu keharusan untuk menerapkannya pada organisasi, tetapi beberapa pilihan mungkin akan membantu perusahaan dalam upaya meningkatkan efektivitas kerja dan daya tarik bagi talent ke depannya. Indikator fleksibilitas kerja meliputi : a) *Time flexibility* : fleksibilitas karyawan dalam memodifikasi jam kerja, b) *Timing flexibility* : fleksibilitas karyawan dalam memilih jadwal kerjanya, c) *Place flexibility* : fleksibilitas karyawan dalam memilih tempat kerjanya.

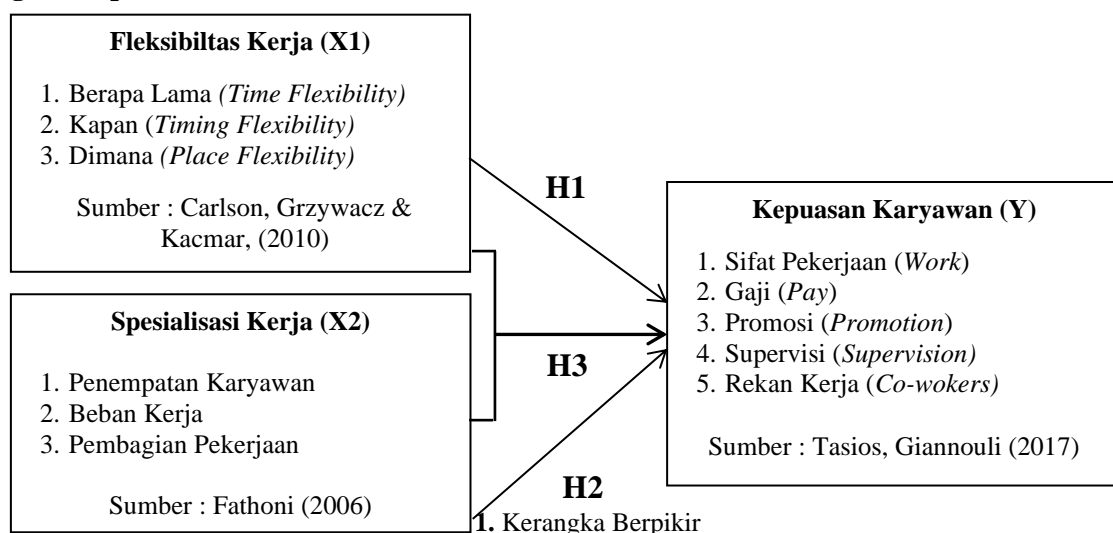
Spesialisasi Kerja

Spesialisasi pekerjaan adalah, pembagian kerja berdasarkan oleh keahlian atau keterampilan khusus. Winardi (2015:389) berpendapat bahwa, spesialisasi kerja adalah proses dengan apa macam-macam tugas pekerjaan diterjemahkan ke dalam suatu pembagian kerja. Semua pengorganisasian memerlukan beberapa spesialis. Menurut Fathoni (2006:87), untuk mengukur spesialisai kerja digunakan indikator-indikator meliputi : a) Penempatan Karyawan, b) Beban Kerja, dan c) Pembagian Pekerjaan

Kepuasan Karyawan

Terdapat berbagai macam pengertian tentang kepuasan karyawan. Istilah “kepuasan” merujuk pada sikap umum seorang individu terhadap pekerjaannya (Sutrisno, 2017). Kepuasan karyawan dideskripsikan sebagai perasaan positif terhadap pekerjaan, yang merupakan hasil evaluasi dari setiap karakteristik pekerjaan. Seseorang yang memiliki tingkat kepuasan karyawan tinggi memiliki perasaan positif terhadap pekerjaannya, begitu juga sebaliknya seseorang yang memiliki tingkat kepuasan karyawan yang rendah memiliki perasaan negative terhadap pekerjaannya (Robbins, P. Stephen dan Thimoty A. Judge, 2012). Hal tersebut sesuai dengan pendapat Sutrisno (2017), seseorang yang memiliki tingkat kepuasan karyawan yang tinggi menunjukkan sikap positif pada pekerjaannya. Kepuasan aryawan menurut Hasibuan dan Malayu S.P. (2010) adalah sikap emosional yang menyenangkan dan mencintai pekerjaannya. Tunjungsari (2011) berpendapat kepuasan karyawan penting karena karyawan dalam sebuah perusahaan merupakan faktor yang paling dominan mennetukan berhasil atau tidaknya kegiatan organisasi. Adapun indikator kepuasan karyawan meliputi ; a) Sifat Pekerjaan (*Work*), b) Gaji (*Pay*), c) Promosi (*Promotion*), d) Supervisi (*Supervision*) dan e) Rekan Kerja (*Co-wokers*).

Kerangka Berpikir



Hipotesis

Hipotesis yang dapat disusun dalam penelitian ini:

H₁ : Diduga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara fleksibilitas kerja terhadap kepuasan karyawan pada PT ARMY unit Pengamanan gedung Capital Place di Jakarta Selatan.

H₂ : Diduga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara spesialisasi kerja terhadap kepuasan karyawan pada PT ARMY unit Pengamanan gedung Capital Place di Jakarta Selatan.

H₃ : Diduga terdapat pengaruh secara simultan yang positif dan signifikan antara fleksibilitas kerja dan spesialisasi kerja terhadap kepuasan karyawan pada PT ARMY unit Pengamanan gedung Capital Place di Jakarta Selatan.

METODE

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, Menurut Sugiyono (2012:13) Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positiviam, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu teknik pengambilan sample pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penetapan tujuan penelitian dilakukan untuk menguji pengaruh fleksibilitas kerja dan spesialisasi kerja terhadap kepuasan karyawan PT ARMY unit pengamanan gedung capital place di Jakarta Selatan. Fokus penelitian dilakukan dengan suatu jenis penelitian deskriptif, Metode diskriptif merupakan data yang digunakan dengan mengadakan pengumpulan data dan menganalisa sehingga diperoleh deskripsi, gambaran atau fenomena yang diteliti.

Menurut Sugiyono (2018:215) berpendapat “populasi adalah jumlah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Dari pengertian tersebut, disimpulkan populasi adalah keseluruhan karakteristik atau sifat subjek atau objek yang dapat ditarik sebagai sampel. Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh karyawan PT ARMY unit pengamanan Gedung Capital Place di Jakarta Selatan yang berjumlah 134 orang.

Menurut Sugiyono (2018:215) berpendapat “sampel adalah jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi”. Lebih lanjut masih menurut Sugiyono (2018:81) bahwa “Tehnik sampling merupakan tehnik pengambilan sampel untuk digunakan dalam penelitian”. Sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, bila populasi besar dan penelitian tidak mungkin mrmprlajari semua yang ada pada populasi misalnya karena keterbatasan dana, waktu dan tenaga maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel maka kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul resrepresentatif (mewakili). Untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti dalam penelitian ini, maka peneliti dapat menggunakan rumus solvin. Agar sampel yang digunakan resrepresentatif jumlah sampel dalam penelitian ini adalah berjumlah 58 orang responden sesuai dengan perhitungan rumus solvin.

HASIL dan PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas X₁, X₂, Dan Y

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel X₁, X₂, dan Y

	<i>Item-Total Statistics</i>			
	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
X1.1	26,29	33,860	,572	,792
X1.2	28,26	35,142	,305	,814
X1.3	28,07	32,978	,469	,799
X1.4	28,84	29,783	,548	,791
X1.5	26,50	32,851	,500	,796
X1.6	27,16	32,028	,435	,804
X1.7	26,10	34,691	,463	,801
X1.8	28,09	30,712	,624	,781
X1.9	26,91	31,905	,464	,800
X1.10	28,12	31,055	,620	,782
X2.1	36,47	14,043	,540	,839
X2.2	36,64	13,779	,701	,828
X2.3	36,64	14,165	,549	,839
X2.4	38,57	13,162	,315	,889

	<i>Item-Total Statistics</i>			
	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
X2.5	36,33	14,294	,582	,837
X2.6	36,59	13,510	,733	,824
X2.7	36,52	14,149	,496	,843
X2.8	36,62	13,713	,655	,830
X2.9	36,60	13,436	,716	,825
X2.10	36,64	13,779	,701	,828
Y.1	32,00	64,351	,865	,926
Y.2	31,97	64,279	,893	,925
Y.3	31,91	64,256	,817	,928
Y.4	33,24	69,660	,418	,949
Y.5	31,69	63,656	,872	,925
Y.6	32,05	64,366	,871	,925
Y.7	33,31	72,393	,295	,954
Y.8	31,74	63,879	,866	,925
Y.9	31,81	63,700	,881	,925
Y.10	31,64	63,393	,883	,924

Sumber : Hasil Olah Data 2022

Berdasarkan data pada tabel 3 di atas, variabel fleksibilitas kerja (X₁), spesialisasi kerja (X₂), dan kepuasan karyawan (Y) diperoleh nilai r hitung > r tabel (0.2586), dengan demikian maka semua item kuesioner dinyatakan valid. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian.

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Berdasarkan Variabel X₁, X₂, Dan Y.

<i>Reliability Statistics</i>		
<i>Variabel</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
X1	,813	10
X2	,852	10
Y	,937	10

Sumber : Hasil Olah Data 2022

Dengan memperhatikan tabel 4 di atas dapat diketahui bahwa variabel fleksibilitas kerja (X₁), spesialisasi kerja (X₂), dan kepuasan karyawan (Y), adalah Reliabel, karena memiliki nilai Alpha sebesar 0.937 > 0.60.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas dengan Komogorov – Smirnov Test

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		
		<i>Unstandardized Residual</i>
N		58
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	,43621112
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	,104
	<i>Positive</i>	,104
	<i>Negative</i>	-,097
<i>Test Statistic</i>		,104
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		,181 ^c

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

Sumber : Hasil Olah Data 2022

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 5 di atas, diperoleh nilai signifikansi 0,181 > 0,050. Dengan demikian maka asumsi distribusi persamaan pada uji ini adalah normal.



Hasil Uji Multikolinieritas

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinieritas dengan *Collinearity Statistic*

<i>Coefficients^a</i>								
<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>		<i>t</i>	<i>Sig.</i>	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>				<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	(Constant)	41,780	27,785		1,504	,138		
	Fleksibilitas Kerja (X1)	,579	,439	,180	1,317	,193	,947	1,056
	Spesialisasi Kerja (X2)	-,277	,673	-,056	-,412	,682	,947	1,056

a. *Dependent Variabel:* Kepuasan karyawan (Y)

Sumber : Hasil Olah Data 2022

Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas pada table 6 di atas, diperoleh nilai *tolerance* variabel fleksibilitas kerja sebesar 0,947 dan spesialisasi kerja sebesar 0,947, dimana kedua nilai tersebut lebih dari 0,1 dan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* variabel fleksibilitas kerja sebesar 1,056 serta spesialisasi kerja sebesar 1,056 dimana nilai tersebut kurang dari 10 maka terjadinya multikolinieritas. Dengan demikian model regresi ini tidak ada gangguan multikolinieritas.

Hasil Uji Autokorelasi

Tabel 7. Hasil Uji Autokorelasi dengan *Durbin-Watson*

<i>Model Summary^b</i>					
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>	<i>Durbin-Watson</i>
1	,175 ^a	,031	-,004	20,236	2,502

a. Predictors: (Constant), Spesialisasi Kerja (X2), Fleksibilitas Kerja (X1)

b. *Dependent Variabel:* Kepuasan karyawan (Y)

Sumber : Hasil Olah Data 2022

Tabel 8. Pedoman Uji *Durbin-Watson*

Kriteria	Hasil
<,1000	Ada gangguan autokorelasi
1,100 – 1,550	Tanpa kesimpulan
1,550 – 2,460	Tidak ada gangguan autokorelasi
2,460 – 2,900	Tanpa kesimpulan
> 2,900	Ada gangguan autokorelasi

Sumber : Sugiyono (2018:184)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel7 di atas, model regresi ini tanpa kesimpulan, hal ini dibuktikan dengan nilai *Durbin-Watson* sebesar 2,502 yang berada diantara interval 2,460 – 2,900 yang merujuk pada panduan tabel8.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas

<i>Coefficients^a</i>						
<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>		<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>			
1	(Constant)	21,208	15,485		1,370	,176
	Fleksibilitas Kerja (X1)	-,296	,245	-,165	-1,210	,231
	Spesialisasi Kerja (X2)	,100	,375	,036	,267	,791

a. *Dependent Variabel:* Kepuasan Karyawan (Y)

Hasil Olah Data 2022

Berdasarkan hasil pengujian heteroskedastisitas pada tabel 9 di atas, pada variabel fleksibilitas kerja (X1) diperoleh nilai *probability* signifikan (Sig.) sebesar 0,231 dan spesialisasi kerja (X2) diperoleh nilai *probability* signifikan (Sig.) sebesar 0,791 dimana keduanya nilai signifikan (Sig.) >

0,05. Dengan demikian *regression model* pada data ini tidak ada gangguan heteroskedastisitas sehingga model regresi ini layak dipakai sebagai data penelitian.

Koefisien Korelasi

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi Fleksibilitas Kerja (X₁) Terhadap Kepuasan Karyawan (Y)

<i>Model Summary^b</i>				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	,347 ^a	,121	,105	,44389

a. Predictors: (Constant), Fleksibilitas Kerja
 b. Dependent Variabel : Kepuasan karyawan

Sumber : Hasil Olah Data 2022

Nilai yang diperoleh dari tabel 10, penguadratan dari koefisien korelasi (0.347 x 0.347). Hal ini menunjukkan indeks Determinasi, yaitu persentase yang menyumbangkan pengaruh fleksibilitas kerja (X₁) terhadap kepuasan karyawan (Y). R² = 0.121 mengandung pengertian bahwa 12,1% sumbangan X₁ terhadap Y, sedangkan sisanya sebesar 87,9% dipengaruhi oleh faktor lain (100% - 12,1%).

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi Spesialisasi Kerja (X₂) Terhadap Kepuasan Karyawan (Y)

<i>Model Summary^b</i>				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	,061 ^a	,004	-,014	,47248

a. Predictors: (Constant), Spesialisasi Kerja
 b. Dependent Variabel: Kepuasan karyawan

Sumber : Hasil Olah Data 2022

Nilai yang diperoleh dari tabel 11, penguadratan dari koefisien korelasi (0.061 x 0.061). Hal ini menunjukkan indeks Determinasi, yaitu persentase yang menyumbangkan pengaruh X₂ terhadap Y. R² = 0,004 mengandung pengertian bahwa 0,4% sumbangan X₂ terhadap Y, sedangkan sisanya sebesar 99,6% dipengaruhi oleh faktor lain (100% - 0,4%).

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi Secara Parsial Fleksibilitas Kerja (X₁) Dan Spesialisasi Kerja (X₂) Terhadap Kepuasan Karyawan (Y)

<i>Model Summary^b</i>				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	,368 ^a	,136	,104	,44407

a. Predictors: (Constant), Spesialisasi Kerja, Fleksibilitas Kerja
 b. Dependent Variabel: Kepuasan karyawan

Sumber : Hasil Olah Data 2022

Nilai yang diperoleh dari tabel 12, penguadratan dari koefisien korelasi (0.368 x 0.368). Hal ini menunjukkan indeks Determinasi, yaitu persentase yang menyumbangkan pengaruh X₁ dan X₂ terhadap Y. R² = 0,136 mengandung pengertian bahwa 13,6% sumbangan X₁ dan X₂ terhadap Y, sedangkan sisanya sebesar 86,4% dipengaruhi oleh faktor lain (100% - 13,6%).

Pengujian Hipotesis

Uji Parsial - Uji t

Tabel 13. Hasil Uji t Fleksibilitas Kerja (X₁) Dan Spesialisasi Kerja (X₂) Terhadap Kepuasan Karyawan (Y)

<i>Model</i>	<i>Coefficients^a</i>				
	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>		
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
1 (Constant)	3,396	2,301		1,476	,146
Fleksibilitas Kerja	,768	,265	,369	2,897	,005
Spesialisasi Kerja	-,601	,615	-,124	-,977	,333

a. Dependent Variabel: Kepuasan karyawan

Sumber : Hasil Olah Data 2022



Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, *glejser test model* pada variabel fleksibilitas kerja (X_1) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,005 dimana nilai signifikansi (Sig.) < 0,05 dan spesialisasi kerja (X_2) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,333 dimana nilai signifikansi (Sig.) > 0,05. Dengan demikian pengaruh signifikansi hanya terdapat pada fleksibilitas kerja (X_1) terhadap kepuasan karyawan (Y).

Uji Simultan - Uji F

Tabel 14. Hasil Uji F dari Fleksibilitas Kerja (X_1) Dan Spesialisasi Kerja (X_2) Terhadap Kepuasan Karyawan

Model	ANOVA ^a				
	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1,701	2	,851	4,314	,000 ^b
Residual	10,846	55	,197		
Total	12,547	57			

a. *Dependent Variabel:* Kepuasan karyawan

b. *Predictors:* (*Constant*), Spesialisasi Kerja, Fleksibilitas Kerja

Sumber : Hasil Olah Data 2022

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel 14 di atas diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau ($4,314 > 2,380$), hal ini juga diperkuat dengan ρ value < Sig.0,05 atau ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara fleksibilitas kerja dan spesialisasi kerja terhadap kepuasan karyawan.

Pembahasan

Hasil analisis fleksibilitas kerja terhadap kepuasan karyawan diperoleh nilai persamaan regresi $Y = 1,323 + 0,723 X_1$, nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,347 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang rendah. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,121 atau sebesar 12,1% sedangkan sisanya sebesar 87,9% dipengaruhi oleh faktor lain. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau ($2,771 > 1,672$). Artinya terdapat pengaruh yang positif antara fleksibilitas kerja terhadap kepuasan karyawan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Findriyani, Farmin (2021), bahwa terdapat pengaruh positif antara fleksibilitas kerja terhadap kepuasan karyawan.

Hasil analisis pengaruh positif antara spesialisasi kerja terhadap kepuasan karyawan diperoleh nilai persamaan regresi $Y = 4,686 + -0,294 X_2$, nilai koefisien korelasi sebesar -0,061 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang negatif. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,004 atau sebesar 0,4% sedangkan sisanya sebesar 99,6% dipengaruhi oleh faktor lain. Nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau ($-0,456 < 1,672$). Artinya tidak terdapat pengaruh yang positif antara spesialisasi kerja terhadap kepuasan karyawan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Irvan Fauzi (2017), yang menunjukkan terdapat pengaruh positif antara spesialisasi kerja terhadap kepuasan karyawan.

Hasil pengaruh fleksibilitas kerja (X_1) dan spesialisasi kerja (X_2) berpengaruh positif terhadap kepuasan karyawan dengan diperoleh persamaan regresi $Y = 3,396 + 0,768 X_1 + -0,601 X_2$. Nilai koefisien korelasi atau tingkat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat diperoleh sebesar 0,368^a artinya memiliki hubungan yang rendah. Nilai koefisien determinasi atau kontribusi pengaruhnya secara simultan sebesar 13,6% sedangkan sisanya sebesar 86,4% dipengaruhi oleh faktor lain. Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau ($4,314 > 1,672$). Artinya hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif secara simultan antara fleksibilitas kerja dan spesialisasi kerja terhadap kepuasan karyawan. Penelitian terdahulu yang dijadikan penguat dari hasil penelitian ini, yaitu penelitian Periyadi, Riris Ambarwati, tahun 2019, dengan hasil penelitian menunjukkan terdapat

pengaruh yang positif secara simultan antara fleksibilitas kerja, dan spesialisasi kerja terhadap kepuasan karyawan.

SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini:

1. Fleksibilitas kerja secara parsial memberikan suatu hubungan yang tidak berpengaruh serta signifikan yang telah diberikan kepada kepuasan karyawan PT Agung Rahardja Manunggal Yudha.
2. Spesialisasi kerja secara parsial memberikan suatu hubungan yang tidak terdapat pengaruh positif serta signifikan yang telah diberikan kepada kepuasan karyawan PT Agung Rahardja Manunggal Yudha.
3. Fleksibilitas kerja dan spesialisasi kerja secara simultan memberikan suatu hubungan positif serta signifikan yang telah diberikan kepada kepuasan karyawan PT Agung Rahardja Manunggal Yudha.

DAFTAR PUSTAKA

- Shagvaliyeva dan R. Yazdanifard. (2014). *Impact Of Flexible Working Hours on Work-Life Balance. American Journal of Industrial and Business Management*, Vol. 4 No.1, pp. 20-23. doi : 10.4236/ajibm.2014.41004.
- Casper, W.J., dan Harris C. M.. (2008). *Work-Life Benefits and Organizational Attachment : Self Interest Utility and Signalling Theory Models. Journal of Vacation Behavior*, Vol. 72 (2008 : 95-109).
- Hasibuan, Malayu S.P. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Tunjungsari, (2011). *Pengaruh Stres Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada Kantor Pusat PT Pos Indonesia (Persero) Bandung. Jurnal Manajemen*. Vol. 1No. 1 (2011 : 1-14). Universitas Komputer Indonesia.
- Hantula, D.A. (2015). *Job Stisfaction : The Management Tool and Leadership Responbility. Journal of Organitazional Behaviour Management*.
- Yanchus, N.J., Periard, D., Moore, S.C., carie, A.C., & Osatuke, K. (2015). *Predictors of Job Satisfaction and Turnover Intention in Vha Mental Health Employees : A Comparison Between Psychiatrists, Psychologists, Social Workers, and Mental Health Nurses. Management, Leadership & Governance*.
- Steven, Angelina Fitria Rina Sari. (2022). *Analisis Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT Aditya Agroindo Group (Kuala Hulu Central) Kabupaten Ketapang. Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen dan Bisnis, Akutansi*. Vol. 2, No.2. (2022 : 98-103), ISSN : 2620-6935.
- Carlson, D.S., Grzywacz, G.J., & Kacmar,K.M. (2010). *The Relationship of Schedule Flexibility and Outcomes Via the Work-Family Interface. Journal of Managerial Psychology* Vol.25 no.4 (2010 : 330-355).
- Tasios, Gianoulli. V. (2017). *Job Descriptive Index (JDI): Realibility and Validity Study in Greece. Archives and Asessment Psichology* . Vol. 7 no. 1 (2017 : 31-61).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*. Bandung : Alfabeta.
- Ni Komang Siskayanti, I Gede Sanica. (2022). *Pengaruh Fleksibilitas Kerja, Motivasi Kerja dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan BPJS Ketenagakerjaan Bali Denpasar Selama Work from Home. Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran*. Vol. 7 No. 1. (2022 : 92-108). ISSN : 2686-5491.
- Arikunto, Suharsimi. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Wanda Yunita Pramesti, Nurhidayah, A. Agus Priyono. (2021). *Pengaruh Fleksibilitas Kerja Dan Spesialisasi Pekerjaan Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pada CV Lestari Plastik Pagak Malang)*. e-Jurnal Riset Manajemen. Vol.3, No.1. (2021 : 64-71). ISSN : 2442-4668.
- Findriyani, Farmin. (2021). *Pengaruh Self Efficacy dan Fleksibilitas Kerja Terhadap Kinerja Karyawan dengan kepuasan kerja sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Karyawan PT Sung Shim*

- Internasional Cabang Sempor). Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akutansi. Vol. 3, No. 4. (2021 : 798-816). ISSN : 2721-2777.
- Ni Putu Sri Damayanti, I Gusti Made Suwandana. (2021). Pengaruh *Flexible Work Arrangement* Dan Kepuasan Kerja Terhadap Produktivitas Pekerja Lepas Di Provinsi Bali. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Vol. 10, No. 9 (2021 : 817-828). ISSN : 2337-3067.
- Kezia Sarah Abednego, Eunike Allinda Gunawan, Deborah . Widjaja, (2020). Pengaruh *Schedule Flexibility* terhadap *turnover intention* dengan kepuasan kerja sebagai variabel perantara di Surabaya *Plaza Hotel*. Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Rick Thio Nanda, Ina Namora. (2020). Pengaruh Komunikasi Kerja, Kepemimpinan Dan Pelatihan Kerja Terhadap Kepuasan kerja Karyawan Pada PT Bumisari Prima Medan. Jurnal Bisnis dan Manajemen. Vol. 7, No. 1 (2020 : 19-24). ISSN : 2581-1584.
- Kezia Sarah Abednego, Eunike Allinda Gunawan, Deborah . Widjaja, (2020). Pengaruh *Schedule Flexibility* terhadap *turnover intention* dengan kepuasan kerja sebagai variabel perantara di Surabaya *Plaza Hotel*. Universitas Kristen Petra Surabaya.
- I Wayan Agus Widiana, I Wayan Wegama. (2019). Pengaruh Jam Kerja Dan Pengalaman Kerja Terhadap Pendapatan dan Kesejahteraan Pekerja Pada Industri Genteng. E-Jurnal Ekonomi Bisnis. Vol. 8, No. 7. (2019 : 772-804). ISSN : 2337-3067.
- Periyadi, Riris Ambarwati. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Kerja Karyawan PT Grafika Wangi Kalimantan. E-Jurnal STIE Pancasetia. Vol. 5 No.2. (2019 : 256-268). ISSN : 2615-2134.
- Dewi Fransiska Simanjuntak, Martina Dwi Mustika, Bertina Sjabadhiny. (2019). Pengaruh *Flexible Work Arrangement* Terhadap *Ethical Decision Making* : Peran *Employee Engagement* Sebagai Mediator. Jurnal Diversita. Vol. 5, No. 1 (2019 : 1-8) ISSN : 2580-6793
- Darman Syafe'i. (2018). Pengaruh Spesialisasi Tugas Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Efektivitas Kerja Karyawan Pada PT PLN Cabang Baturaja. Jurnal Ilmu Manajemen. Vol. 7, No. 2. (2018 : 128-139). ISSN : 2623-2081.
- Afandi P. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator). Riau: Zanafa Publishing.
- Busro, Muhammad. (2018). Teori-Teori Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Silalahi, Ulber. (2018). Metode Penelitian Sosial. Bandung: Refika Aditama.
- Irvan Fauzi. (2017). Pengaruh Kepemimpinan, Rotasi Kerja, Dan Kompensasi Terhadap Kepuasan kerja Guru Pada Yayasan budi Mulia Dua Bintaro. PEKOBIS Jurnal Pendidikan, Ekonomi dan Bisnis. Vol. 2, No. 3. (2017 : 37-45). ISSN: 2503-5142.
- Wibowo. (2017). Manajemen Kinerja. Edisi Kelima. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Prawirosentono, Suyadi dan Primasari, Dewi. (2017). Manajemen Sumber Daya Manusia Kinerja dan Motivasi Karyawan Membangun Organisasi Kompetitif Era Perdagangan Bebas Dunia. Yogyakarta : BPFY Yogyakarta.
- L. Mathis, Robert & H. Jackson, John. (2011). Human Resource Management (edisi 10). Jakarta : Salemba Empat.



Diterbitkan oleh:
Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang
Jl. Surya Kencana No.1, Pamulang, Tangerang Selatan
Telp. (021) 741 2566
<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/DRB>
e-mail: disrupsi@unpam.ac.id

ISSN 2621-797X



9 772621 797041