

- 285 – 299 **Menumbuhkan Minat Berwirausaha Mahasiswa Untuk Memicu Pertumbuhan Industri Skala Mikro di Daerah Istimewa Yogyakarta**
Thomas Aquinas Radito, Aditya Bimantara, Meniek Sringing Prapti
- 300 – 312 **Pengaruh Board Diversity, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan yang Dimediasi Oleh Kinerja Keuangan**
Stevine Bunardi, Hadi Cahyadi
- 313 – 322 **Dampak Literasi Keuangan dan Pendapatan terhadap Keputusan Investasi dengan Perilaku Keuangan sebagai Variabel Intervening**
Nadya Pambudianing Savira, Meliza
- 323 – 334 **Pengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan Terhadap Kinerja Guru Di UPTD Sekolah Menengah Pertama Negeri 10 Sinjai Kabupaten Sinjai**
Darmawati A, St Salmah Sharon, Abdul Haris
- 335 – 245 **Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Klinik Hewan di Indonesia: Studi Literatur**
Nyoman Sakyarsih, Theresia Gunawawan, Istiharini
- 346 – 355 **Consumer Decision Model: Online Customer Reviews, Online Customer Ratings, and Brand Ambassadors Influence Decisions to Purchase in E-commerce During the COVID-19 Pandemic**
Salsabela Amalia, Titi Nugraheni, Misdiyono
- 356 – 369 **A Systematic Literature Review: Transformational Leadership of Innovative Work Behavior and Green Human Resource Management**
Andiet Yoga Pamungkas, Rizqy Faidil Bustam, Ronny Aditya, Yusna Yusuf, Tetra Hidayati
- 370 – 378 **Keberlanjutan UMKM Berdasarkan Potensi Risiko Dan Perlakuan Risiko Di Daerah Lahan Basah Kota Banjarmasin**
Sufi Jikrillah, Laila Refiana Said, Fifi Swandari, Riza Firdaus, Widyarfendhi, M. Ziyad
- 379 – 393 **Pengaruh Behavioral Finance terhadap Pengambilan Keputusan Investasi yang Dimoderasi oleh Literasi Keuangan (Pada Investor Saham di Jawa Timur)**
Priyo Prasetyo, Priyo Priyantoro, Katherin Daniar
- 394 – 407 **Peran Budaya Organisasi Mewujudkan Produktivitas Kinerja (Implementasi Di Negara Singapura, Jepang, China, Korea Selatan Dan Indonesia)**
RA Kadarmanta
- 408 – 418 **Supplier Selection Using Fuzzy Analytical Hierarchy Process (FAHP) Method At PT. Gizitatapangan Sejahtera**
Clarissa Angelina, Katlea Fitriani, Yeremias Budi Irawan

INO BIS
Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia
ISSN, 2614-0462 (Online)

Volume 7, No. 3, Tahun 2024



Diterbitkan Oleh :
Pengurus Forum Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia

Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia (INO BIS), mulai diterbitkan pada tahun 2017

Penanggung Jawab :
Dr. T. Aria Auliandri (Universitas Airlangga)
Ketua Forum Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia

Pimpinan Redaksi :
Dr. Andhy Setyawan (Universitas Surabaya)

Dewan Redaksi:

Prof. Dr. Fatchur Rachman (Universitas Brawijaya Malang)
Dr. Muhammad Sabir Mustafa (Universitas Ichsan Gorontalo)
Dr. Syaifuddin Fahmi (STIE Kertanegara Malang)
Dr. Utik Bidayati (Universitas Ahmad Dahlan Jogjakarta)
Dr. Ronny Malavia Mardani (Universitas Islam Malang)
Dr. Tifa Noer Amelia (Perbanas Institute Jakarta)
Dr. Murtianingsih (Institut Asia Malang)
Dr. Aditya Budi Krisnanto (Universitas Merdeka Malang)
Dr. Fani Firmansyah (Universitas Islam Malang)
Dr. Muhamad Agus Salim Monoarfa (Universitas Negeri Gorontalo)

Alamat Redaksi :
Sekretariat Forum Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia (INO BIS)
Jalan Gajayana No. 539 Malang
Website = <http://jurnal.inobis.org>
Email = inobis.info@gmail.com
IG & FB @inobisofficial

Informasi Tentang Jurnal INOBIS:

Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia (INO BIS), diterbitkan oleh forum Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia (INO BIS), secara berkala empat kali dalam setahun. Jurnal INOBIS bertujuan untuk menyebar luaskan hasil penelitian di bidang manajemen dan bisnis kepada para akademisi, praktisi, mahasiswa dan pihak yang berminat. Jurnal inobis menerima kiriman artikel yang ditulis dalam Bahasa Indonesia maupun Bahasa Inggris. Penulis harus menyatakan bahwa artikel yang dikirim ke jurnal inobis tidak dikirim atau dipublikasikan ke jurnal lain. Penentuan artikel yang dimuat di jurnal INOBIS melalui proses review dari tim dewan redaksi JURNAL INOBIS dengan mempertimbangkan antara lain : terpenuhinya persyaratan baku publikasi jurnal, metode riset yang dipergunakan, Signifikansi dan kontribusi hasil penelitian terhadap keilmuan manajemen.



Index & Afiliasi Jurnal INOBIS



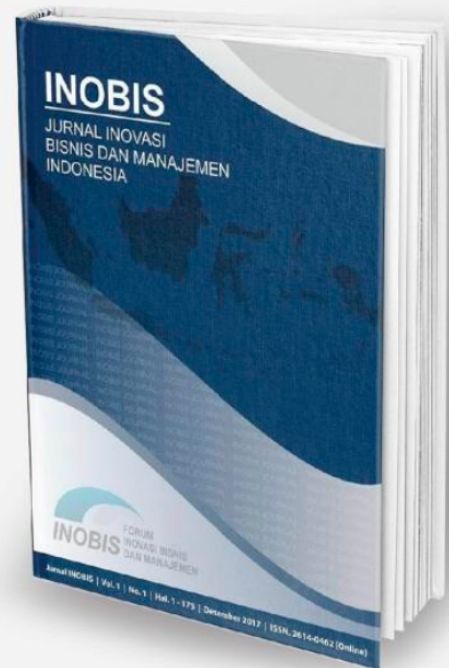
ISSN 2614-0462 (Online)

INOBIS: JURNAL INOVASI BISNIS DAN MANAJEMEN INDONESIA

JURNAL TERAKREDITASI SINTA-5
SK Dirjen Dikti-Ristek, tanggal 27 Des 2021, No. 164/E/KPT/2021

DITERBITKAN OLEH:
Pengurus Forum Inovasi Bisnis dan Manajemen (INOBIS)
Mulai diterbitkan sejak tahun 2017
Frekuensi Penerbitan: Maret, Juni, September, Desember

ARTIKEL TEMA RISET:
Manajemen Pemasaran, Manajemen Keuangan, Manajemen SDM,
Manajemen Operasi / Rantai Pasok, Sistem Informasi Manajemen,
serta Kewirausahaan & Manajemen UMKM.



Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia (INOBIS), diterbitkan oleh Pengurus Forum Inovasi Bisnis dan Manajemen (INOBIS), secara berkala empat kali dalam setahun.

Jurnal INOBIS bertujuan untuk menyebarkan hasil penelitian di bidang manajemen dan bisnis kepada para akademisi, praktisi, mahasiswa dan pihak yang berminat. Jurnal INOBIS menerima kiriman artikel yang ditulis dalam bahasa Indonesia maupun bahasa Inggris.

Penulis harus menyatakan bahwa artikel yang dikirim ke Jurnal INOBIS tidak dikirim atau dipublikasikan ke jurnal lain.

Penentuan artikel yang dimuat di Jurnal INOBIS melalui proses review oleh tim dewan redaksi Jurnal INOBIS dengan mempertimbangkan antara lain: terpenuhinya persyaratan baku publikasi jurnal, metode riset yang digunakan, signifikansi, dan kontribusi hasil penelitian terhadap keilmuan manajemen.



ALAMAT REDAKSI
PENGURUS FORUM INOVASI
BISNIS DAN MANAJEMEN
INOBIS

<http://jurnal.inobis.org/>

[@InobisOfficial](#)

inobis.info@gmail.com

Menumbuhkan Minat Berwirausaha Mahasiswa Untuk Memicu Pertumbuhan Industri Skala Mikro di Daerah Istimewa Yogyakarta

Thomas Aquinas Radito*

STIE Isti Ekatana Upaweda, Yogyakarta

Aditya Bimantara

STIE Isti Ekatana Upaweda, Yogyakarta

Meniek Sringing Prapti

FEB Soegijapranata Catholic University, Semarang

* radith77th@gmail.com

Abstrak

Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai kota pelajar memiliki potensi yang sangat besar untuk bisa meningkatkan pertumbuhan jumlah industri skala mikro. Penelitian ini ingin memberikan pemahaman bahwa dunia pendidikan bisa dijadikan sebagai sarana untuk mendukung berkembangnya industri skala mikro. Pengetahuan tentang wirausaha yang diberikan di kampus dalam bentuk mata kuliah kewirausahaan terbukti mampu meningkatkan minat untuk berwirausaha. Harapannya pertumbuhan industri skala mikro yang pesat akan bisa berdampak pada pertumbuhan industri skala kecil dan menengah. Responden berjumlah 201 mahasiswa, dipilih dari kampus yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan menggunakan kriteria-kriteria tertentu. Uji validitas menggunakan faktor analisis, uji reliabilitas menggunakan *Cronbach Alpha*, dan analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa lingkungan sosial tidak terbukti berpengaruh terhadap minat berwirausaha, tetapi pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan keluarga terbukti signifikan berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

Kata Kunci: Minat berwirausaha, Lingkungan Sosial, Lingkungan Keluarga

Pendahuluan

Data Biro Pusat Statistik (BPS) terkait jumlah industri skala mikro berdasar provinsi (BPS, 2024) menunjukkan bahwa Daerah Istimewa Yogyakarta (Yogyakarta) dari kurun waktu 2020 sampai dengan 2023 menempati peringkat 10 besar dari 38 provinsi yang ada di Indonesia. Meski masih menempati urutan 10 besar, tapi peringkat terbaik Yogyakarta di tahun 2023 hanya bisa maksimal di 5 besar. Pada tahun 2020 (Tabel 1), peringkat Yogyakarta hanya berada di urutan 6, setelah Jawa Tengah, Jawa Timur, Jawa Barat, Bali dan Nusa Tenggara Timur

Tabel 1. Jumlah Industri Skala Mikro Berdasar Provinsi Tahun 2020

Peringkat	Provinsi	Jumlah Industri Skala Mikro (Unit)
1.	JAWA TENGAH	831.652
2.	JAWA TIMUR	720.250
3.	JAWA BARAT	584.920
4.	BALI	145.622
5.	NUSA TENGGARA TIMUR	135.051

Thomas Aquinas Radito, Aditya Bimantara, Meniek Sringing Prapti

Peringkat	Provinsi	Jumlah Industri Skala Mikro (Unit)
6.	DI YOGYAKARTA	133.132
7.	SULAWESI SELATAN	121.097
8.	SUMATERA UTARA	113.495
9.	ACEH	100.728
10.	BANTEN	100.709

(Referensi: Data BPS diolah)

Pada tahun 2021 peringkat Yogyakarta ini malah turun di urutan ke-9, karena dikalahkan oleh pertumbuhan industri skala mikro Sumatra Utara, Sulawesi Selatan, dan Aceh (Tabel 2). Sumatra Utara yang pada tahun 2020 jumlah industri skala mikronya sebanyak 113,495 unit menjadi 126,732 unit di tahun 2021 atau naik sebesar 11,66%. Sulawesi Selatan naik 0,36%, Aceh naik 11,13%, Sedangkan Yogyakarta malah turun sebesar 8,46%.

Tabel 2. Jumlah Industri Skala Mikro Berdasar Provinsi Tahun 2021

Peringkat	Provinsi	Jumlah Industri Skala Mikro (Unit)
1.	JAWA TENGAH	808.293
2.	JAWA TIMUR	681.442
3.	JAWA BARAT	592.791
4.	NUSA TENGGARA TIMUR	155.871
5.	BALI	146.025
6.	SUMATERA UTARA	126.732
7.	SULAWESI SELATAN	121.537
8.	ACEH	111.920
9.	DI YOGYAKARTA	103.559
10.	BANTEN	100.260

(Referensi: Data BPS diolah)

Akan tetapi, di tahun 2022 Yogyakarta mengalami pertumbuhan jumlah industri skala mikro dan berhasil menggeser provinsi Sumatra Utara dan Aceh (Tabel 3). Yogyakarta pada tahun 2021 berada di peringkat 9, di tahun 2022 bisa naik ke peringkat 7. Terjadi peningkatan jumlah industri skala mikro di Yogyakarta dari 103,559 unit pada tahun 2021 menjadi 120,731 unit pada tahun 2022, terdapat pertumbuhan sebesar 16,57%.

Tabel 3. Jumlah Industri Skala Mikro Berdasar Provinsi Tahun 2022

Peringkat	Provinsi	Jumlah Industri Skala Mikro (Unit)
1.	JAWA TENGAH	856.144
2.	JAWA TIMUR	782.131
3.	JAWA BARAT	632.921
4.	NUSA TENGGARA TIMUR	166.792
5.	BALI	148.133
6.	SULAWESI SELATAN	127.221
7.	DI YOGYAKARTA	120.731

Peringkat	Provinsi	Jumlah Industri Skala Mikro (Unit)
8.	SUMATERA UTARA	117.806
9.	ACEH	108.050
10.	NUSA TENGGARA BARAT	98.777

(Referensi: Data BPS diolah)

Tahun 2023 kembali Yogyakarta mengalami pertumbuhan jumlah industri skala mikro dari 120,731 unit di tahun 2022 menjadi 129,289 di tahun 2023 (Tabel 4). Kenaikan sebesar 7,08% ini menempatkan posisi Yogyakarta di peringkat ke-5 di atas provinsi Nusa Tenggara Timur, Bali, Sulawesi Selatan, Sumatra Utara, dan Aceh.

Tabel 4. Jumlah Industri Skala Mikro Berdasar Provinsi Tahun 2023

Peringkat	Provinsi	Jumlah Industri Skala Mikro (Unit)
1.	JAWA TIMUR	862.057
2.	JAWA TENGAH	811.039
3.	JAWA BARAT	584.903
4.	NUSA TENGGARA BARAT	131.958
5.	DI YOGYAKARTA	129.289
6.	NUSA TENGGARA TIMUR	124.566
7.	BALI	120.752
8.	SULAWESI SELATAN	119.613
9.	SUMATERA UTARA	119.539
10.	ACEH	106.527

(Referensi: Data BPS diolah)

Industri mikro sebagai jenis industri dengan skala industri yang relatif kecil, yang dikelola oleh individu atau keluarga merupakan jenis industri yang siapa pun bisa masuk. Penelitian ini fokus ke Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, karena Yogyakarta adalah kota pelajar. Yogyakarta dikenal sebagai kota pelajar karena banyaknya pusat pendidikan (KOMPAS.com, 2022). Yogyakarta sebagai kota pelajar memiliki potensi yang sangat besar untuk meningkatkan jumlah industri mikronya. Jenis industri ini bisa beroperasi di sektor jasa, atau pun produk-produk dalam skala kecil. Pelajar yang menempuh pendidikan di Yogyakarta bisa diarahkan dan dimotivasi untuk memiliki minat berwirausaha. Persaingan untuk kesejahteraan hidup meningkat, namun kesempatan kerja terbatas dan tidak sebanding dengan jumlah lulusan pendidikan. Oleh karena itu hendaknya pendidikan dapat berperan dalam meningkatkan minat berwirausaha di Yogyakarta. Menumbuhkan minat berwirausaha di perguruan tinggi dapat mengurangi pengangguran dan menciptakan lapangan kerja. Kewirausahaan mendorong mahasiswa mandiri tanpa ketergantungan untuk mencari pekerjaan.

Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis

Pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi bertujuan membuat mahasiswa mandiri dan memiliki jiwa wirausaha, dengan harapan bahwa minimal 40% alumni akan membuka usaha sendiri atau bermitra dan kampus berperan penting dalam menumbuhkan minat berwirausaha dengan memberikan pendidikan dan kemampuan kewirausahaan (Setyorini, 2018) dan (Sunnatullah, Winanto Nawarcono, & Ekowati, 2022). Sehingga diharapkan akan muncul apa yang disebut sebagai mahasiswa wirausaha, yang mana menurut Nielsen dan Gartner dalam (Risananda & Retno, 2022)

mahasiswa wirausaha adalah mahasiswa yang menjalankan usaha sambil tetap melanjutkan aktivitas belajar mereka. Perguruan tinggi memiliki peran penting dalam menanamkan sikap dan mental kewirausahaan kepada mahasiswa melalui pendidikan entrepreneurship yang dimasukkan ke dalam kurikulum wajib (Jamu, 2018). Minat berwirausaha adalah dorongan dan ketertarikan seseorang untuk menciptakan dan mengelola usaha secara mandiri, siap menghadapi risiko, serta bekerja keras untuk mengembangkan usaha tersebut (Oktarina, Agung, & Aswad, 2019), (Suratno, Kohar, Rosmiati, & Kurniawan, 2020), (Alifia & Dwiridotjahjono, 2019), (Yasin, 2022), dan (Rahayu & Hastuti, 2023). Pengetahuan kewirausahaan dapat meningkatkan minat mahasiswa untuk berwirausaha, karena mereka yang serius mempelajarinya akan tertarik pada aspek-aspek yang berkaitan dengan kewirausahaan, dan selain itu minat berwirausaha dapat juga dipengaruhi oleh lingkungan keluarga dan lingkungan sosial (Haryanti, 2023). (Setyanti, Herlambang, & Prajitiasari, 2018), (Oktarina, Agung, & Aswad, 2019), (Zain & Susanti, 2022).

Pengetahuan kewirausahaan sangat penting untuk memotivasi seseorang dalam berwirausaha karena membantu dalam pengambilan risiko dan pengelolaan perusahaan. Selain keterampilan, pengetahuan yang memadai juga diperlukan untuk mewujudkan ide-ide kreatif dan inovatif serta memanfaatkan peluang dengan baik (Rahayu & Sulistyowati, 2022), (Haryanti, 2023), dan (Suratno, Kohar, Rosmiati, & Kurniawan, 2020). Pengetahuan kewirausahaan penting untuk membuka wawasan, menumbuhkan minat, dan kemampuan mengelola usaha. Pendidikan kewirausahaan, baik formal maupun non-formal, meningkatkan minat dan potensi wirausaha lebih besar daripada hanya mencari kerja (Yasin, 2022) dan (Rahmania, 2015). Pengetahuan kewirausahaan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha (Wijaya, 2014), (Puspita & Sulistyowati, 2022), (Haryanti, 2023), (Suratno, Kohar, Rosmiati, & Kurniawan, 2020), (Triawanawati, 2020), (Ani, Ahmadi, & Wulansari, 2023), (Sari, Sumarno, & Suarman, 2022), (Rahayu & Hastuti, 2023), (Yasin, 2022), (Rahmania, 2015).

Lingkungan sosial adalah tempat di mana masyarakat berinteraksi dalam aktivitas sehari-hari, melibatkan semua interaksi dan hubungan yang terjadi antara individu dan kelompok dalam masyarakat, yang dapat mempengaruhi tingkah laku, perkembangan, dan pertumbuhan individu (Khairunnisa & Rigianti, 2023), (Raihana & Azhary, 2019), (Manurung, Abi, Sinaga, & Silaban, 2022), (Sari, Adi, & Totalia, 2021), dan (Purnomo & Herminanto Sofyan, 2016). Lingkungan sosial berperan penting dalam perkembangan individu, mempengaruhi pola pikir, kebiasaan, dan minat masyarakat dalam memilih pekerjaan, termasuk kewirausahaan. Lingkungan sosial juga memengaruhi ketertarikan individu dalam berwirausaha dan membentuk pengetahuan serta perilaku mereka (Sari, Adi, & Totalia, 2021). Lingkungan sosial terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha (Nainggolan & Harny, 2020), (Setyanti, Herlambang, & Prajitiasari, 2018), (Sastri, Asriati, & Syahrudin, 2022), (Jamil & Khaeruddin, 2021), (Sari, Adi, & Totalia, 2021), (Alifia & Dwiridotjahjono, 2019), (Zain & Susanti, 2022), (Sari, Adi, & Totalia, 2021), (Nuryanto, Djamil, Sutawidjaya, & Saluy, 2020), (Fauzan & Ikhwan, 2023).

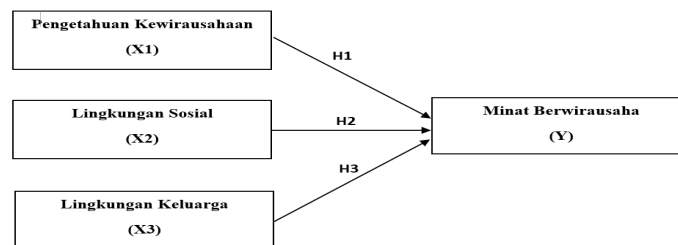
Lingkungan keluarga adalah kelompok sosial terkecil yang terdiri dari anggota keluarga, berperan penting dalam perkembangan awal anak melalui sosialisasi, pembelajaran, dan kasih sayang, serta mempengaruhi kepribadian dan masa depan anak (Wiyati, Maryanti, & Thamrin, 2019), (Julindrastuti & Karyadi, 2022), (Oktarina, Agung, & Aswad, 2019), (Darmawangsa, Sridana, Hikmah, & Soeprianto, 2023), dan (Hartanti, 2022). Lingkungan keluarga mempengaruhi minat berwirausaha melalui saran, dukungan, teladan positif, dan pembelajaran keuangan. Dukungan keluarga penting dalam membentuk minat dan kemampuan berwirausaha, serta lingkungan keluarga wirausahawan memberi pengetahuan awal yang membentuk sikap dan kepercayaan diri untuk berwirausaha (Triesninda, Oktavianto, & Pahlevi, 2021) dan (Oktarina, Agung, & Aswad, 2019). Lingkungan keluarga terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha (Susanti, 2021), (Rohmah & Tri Wahono, 2022), (Setyanti, Herlambang, & Prajitiasari, 2018), (Julindrastuti & Karyadi, 2022), (Wiyati, Maryanti, & Thamrin, 2019), (Bahri & Trisnawati, 2021), (Triesninda,

Oktavianto, & Pahlevi, 2021), (Oktarina, Agung, & Aswad, 2019), (Khairinal, Syuhadah, & Fitriani, 2022), (Melayani, 2017).

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka dalam penelitian ini memunculkan rumusan masalah sebagai berikut: (1). Apakah pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta? (2), Apakah lingkungan sosial berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta? (3). Apakah lingkungan keluarga berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta?

Hipotesis penelitian ini adalah: (H1): Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta; (H2): Lingkungan Sosial berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta; (H3): Lingkungan Keluarga berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Model penelitian di Gambar 1 menunjukkan bahwa dalam penelitian ini ada 3 variabel independen, yaitu pengetahuan kewirausahaan sebagai X1, lingkungan sosial sebagai X2, dan lingkungan keluarga sebagai X3, dengan 1 variabel dependen yaitu minat berwirausaha sebagai Y.



Gambar 1. Model Penelitian

Pembahasan

Penelitian ini dilakukan di Daerah Istimewa Yogyakarta dan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk membuktikan pengaruh pengetahuan kewirausahaan, lingkungan sosial, dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa. Penelitian ini dilakukan di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan populasi seluruh mahasiswa di daerah tersebut. Sampel diambil menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan perguruan tinggi, sedang menempuh mata kuliah kewirausahaan, dan memiliki anggota keluarga wirausahawan. Jumlah sampel yang diambil adalah 201 responden.

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh langsung dari sumber melalui kuesioner, menggunakan skala Likert untuk mengukur opini, keyakinan, dan sikap responden. Instrumen penelitian ini menggunakan angket tertutup untuk mengukur pengetahuan kewirausahaan, lingkungan sosial, dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha. Pengukuran dilakukan dengan skala Likert yang mencakup berbagai pernyataan terkait setiap variabel, menggunakan respon dari "Sangat Tidak Setuju" hingga "Sangat Setuju"

Untuk mengukur variabel pengetahuan kewirausahaan, penelitian ini menggunakan kuesioner yang digunakan oleh Mustofa dalam (Marlina, Gusteti, & Putri, 2023). Terdiri dari 7 pernyataan, yaitu: (1). Saya mengetahui ada risiko dalam menjalankan usaha. (2). Saya mampu dan berani mengambil risiko yg akan terjadi dalam menjalankan usaha. (3). Saya mampu dan berani membuat keputusan usaha yang memiliki risiko. (4). Saya berusaha mempelajari cara menganalisis peluang usaha yang baik. (5). Saya dapat melihat dan memanfaatkan peluang usaha disekitar saya untuk mendapatkan keuntungan usaha. (6). Saya memiliki perencanaan dalam mencari penyelesaian masalah usaha. (7). Saya mengetahui langkah alternatif solusi masalah usaha.

Untuk mengukur variabel lingkungan sosial, penelitian ini menggunakan kuesioner dari (Purnomo & Herminanto Sofyan, 2016) yang terdiri dari 18 pernyataan, yaitu: (1). Orang tua saya menuntut saya untuk menjadi pegawai dari pada berwirausaha. (2). Orang tua saya tidak mengizinkan seandainya saya berjualan di sekolah, padahal itu cara saya belajar berwirausaha. (3). Kakak/saudara saya senang membicarakan tentang wirausaha yang usahanya bisa dirintis dengan modal yang kecil. (4). Orang tua saya bukan seorang wirausahaan, sehingga saya kurang tahu kehidupan wirausahawan. (5). Orang tua saya bersedia memberikan modal wirausaha setelah saya lulus sekolah. (6). Keluarga saya tidak peduli kepada saya ketika saya berusaha untuk melakukan wirausahawan. (7). Guru saya memotivasi para muridnya agar bisa menjadi seorang wirausahawan. (8). Guru saya menceritakan bahwa menjadi seorang PNS itu nyaman sehingga saya tidak ingin menjadi wirausahawan. (9). Saya berbincang dengan guru saya tentang bidang wirausaha sehingga saya tidak tertarik berwirausaha. (10). Di sekolah ada kegiatan berwirausaha dengan teman. (11). Teman-teman saya membicarakan tentang wirausaha yang ingin mereka geluti. (12). Teman-teman saya mengolok-olok saya seandainya saya berjualan di sekolah, padahal itu cara saya untuk belajar menjadi wirausahawan. (13). Saya ikut dengan kegiatan-kegiatan masyarakat yang berhubungan dengan bidang wirausaha seperti peternakan, perdagangan, atau yang lainnya. (14). Masyarakat di sekitar saya mayoritas adalah para pegawai dan karyawan di perusahaan bukan sebagai wirausaha. (15). Informasi tentang kewirausahaan bisa saya dapatkan dengan mudah baik dari internet, televisi, koran dan lain sebagainya. (16). Banyak cerita-cerita sukses para wirausaha di media masa yang sering saya lihat. (17). Saya suka berkunjung bersama teman saya ke tempat-tempat para Wirausahawan, sehingga saya bisa belajar berwirausaha. (18). Ada teman bermain saya yang merupakan anak para wirausahawan yang sukses.

Untuk mengukur variabel lingkungan keluarga, penelitian ini menggunakan kuesioner dari (Nurhadifah & Sukanti, 2018) yang terdiri dari 16 pernyataan, yaitu: (1). Orang tua saya mengajarkan saya menjadi orang yang mandiri. (2). Orang tua saya mengingatkan saya untuk tetap adil dalam melakukan transaksi dalam usaha. (3). Keluarga saya mendukung apapun pilihan profesi yang akan saya ambil kelak. (4). Keluarga saya bersikap acuh tak acuh pada masa depan saya. (5). Keluarga saya memberi masukan untuk masalah bisnis yang sedang saya hadapi. (6). Keluarga saya melarang saya untuk terjun ke dalam dunia wirausaha. (7). Orang tua saya memberikan modal untuk membuka usaha. (8). Kakak adik saya memberi masukan agar usaha saya dapat lebih maju dan berkembang. (9). Keluarga saya membantu mempromosikan usaha yang sedang saya jalankan kepada teman-temannya. (10). Orang tua saya menuntut saya harus menjadi pegawai (selain berwirausaha). (11). Orang tua saya menentang saya untuk berwirausaha karena resiko yang terlalu tinggi. (12). Orang tua saya seorang pegawai negeri sehingga saya diarahkan menjadi pegawai negeri pula. (13). Keluarga saya berlatarbelakang wirausaha sehingga saya diarahkan ke dunia wirausaha. (14). Keluarga saya tidak mengizinkan saya berwirausaha karena memerlukan modal yang besar. (15). Keluarga saya menginginkan saya menjadi orang sukses dengan pekerjaan gaji tetap. (16). Keluarga saya mendukung saya berwirausaha agar dapat memperbaiki perekonomian keluarga Orang tua dan tidak mengajarkan saya tentang berwirausaha.

Untuk mengukur Minat Berwirausaha dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dari Slameto dalam (Marlina, Gusteti, & Putri, 2023) yang terdiri dari 11 pernyataan, yaitu: (1). Saya tertarik untuk menjadi wirausahawan karena keinginan dari dalam diri dan melihat kesuksesan orang lain. (2). Saya tertarik ketika mengambil mata kuliah kewirausahaan. (3). Saya senang dengan dunia wirausaha dan tertarik menjadi wirausahawan. (4). Saya senang untuk menjadi wirausahawan karena memiliki kebebasan untuk mengelola usaha sesuai dengan kemampuan saya sendiri. (5). Saya ingin kemampuan yang saya miliki bermanfaat untuk diri sendiri dan orang lain. (6). Saya berkeinginan untuk menjadi wirausahawan untuk masa depan yang lebih baik. (7). Saya yakin dengan berwirausaha dapat menciptakan lapangan pekerjaan. (8). Saya belajar berwirausaha dengan mencari informasi dari pengalaman wirausahawan yang sukses. (9). Saya mengikuti pelatihan-pelatihan untuk berwirausaha.

(10). Saya sudah mencoba berwirausaha. (11). Saya pernah berwirausaha waktu kecil dari keluarga/sekolah.

Instrumen penelitian digunakan untuk memperoleh, mengolah, dan menginterpretasikan informasi dari responden. Uji instrumen meliputi validitas dan reliabilitas untuk memastikan instrumen layak digunakan. Validitas diukur menggunakan faktor analisis, sedangkan reliabilitas diukur menggunakan *Cronbach Alpha*. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda.

Hasil uji validitas menggunakan faktor analisis (Tabel 5) memperlihatkan *item* pernyataan yang mengelompok dalam 1 faktor *loading* dan memiliki nilai faktor *loading* > 0,5. Hasil faktor analisis ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan kewirausahaan yang terdiri dari 7 pernyataan, semua pernyataannya valid. Untuk variabel lingkungan sosial yang awalnya 18 pernyataan tersisa 6 pernyataan. Variabel lingkungan keluarga yang terdiri dari 16 pernyataan, setelah dilakukan uji validitas menjadi 3 pernyataan. Sedangkan variabel minat berwirausaha yang berjumlah 11 pernyataan tersisa 9 pernyataan. Setelah itu dilakukan uji reliabilitas (Tabel 5), dan hasilnya menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan yang tersisa setelah uji validitas tadi, seluruhnya reliabel dan bisa dilanjutkan untuk diuji analisis menggunakan regresi berganda.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Item Pernyataan	Faktor Loading	Keterangan	Jumlah Item Pernyataan	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
X1P1	.568	Valid	7 Pernyataan	0,925	Reliabel
X1P2	.765	Valid			
X1P3	.770	Valid			
X1P4	.698	Valid			
X1P5	.754	Valid			
X1P6	.690	Valid			
X1P7	.768	Valid			
X2P1	.724	Valid	6 Pernyataan	0,857	Reliabel
X2P2	.803	Valid			
X2P4	.800	Valid			
X2P6	.749	Valid			
X2P8	.683	Valid			
X2P12	.762	Valid			
X3P1	.762	Valid	3 Pernyataan	0,851	Reliabel
X3P2	.791	Valid			
X3P3	.695	Valid			
YP1	.644	Valid	9 Pernyataan	0,928	Reliabel
YP2	.678	Valid			
YP3	.717	Valid			
YP4	.639	Valid			
YP6	.659	Valid			
YP8	.692	Valid			
YP9	.768	Valid			
YP10	.723	Valid			
YP11	.704	Valid			

(Referensi: Data BPS diolah)

Dari hasil uji t (Tabel 6) menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Pengaruh pengetahuan kewirausahaan ini juga terbukti paling besar dibanding lingkungan sosial dan lingkungan keluarga (koefisien B pengetahuan kewirausahaan sebesar 0,595 dibanding lingkungan sosial dengan koefisien B sebesar 0,052 dan lingkungan keluarga dengan koefisien B sebesar 0,220). Pengetahuan yang memadai membuka wawasan dan menumbuhkan minat berwirausaha ini didukung oleh teori yang dikemukakan oleh (Zimmerer & Scarborough, 2008) yang menyatakan pendidikan kewirausahaan mempengaruhi minat berwirausaha. Pengetahuan kewirausahaan meningkatkan minat dan kemampuan berwirausaha. Penjelasan logis dari hasil ini adalah ketika seseorang memiliki akses informasi yang memadai dan cukup terkait dengan wirausaha maka hal tersebut akan memberikan dorongan yang signifikan kepada minat orang tersebut untuk berwirausaha. Pengetahuan kewirausahaan membantu individu mengelola risiko, membuat perencanaan yang matang, dan meningkatkan keberanian membuat seseorang lebih siap dan percaya diri untuk memulai dan mengelola usaha dengan memahami risiko dan cara mengatasinya. Pengetahuan kewirausahaan yang cukup memungkinkan individu melihat peluang dan potensi pasar, terinspirasi oleh cerita sukses, dan termotivasi untuk mencoba dan mencapai kesuksesan. Ketika seseorang memiliki pengetahuan kewirausahaan maka pengetahuan tersebut akan mendorong kreativitas dan inovasi, yang merupakan kunci keberhasilan dalam bisnis dan meningkatkan daya tarik untuk berwirausaha. Adanya pendidikan tentang kewirausahaan terbukti menyediakan jaringan dan sumber daya yang dapat meningkatkan minat seseorang untuk memulai usaha. Hasil penelitian sesuai dengan penelitian (Wijaya, 2014), (Puspita & Sulistyowati, 2022), (Haryanti, 2023), (Suratno, Kohar, Rosmiati, & Kurniawan, 2020), (Trianawati, 2020), (Ani, Ahmadi, & Wulansari, 2023), (Sari, Sumarno, & Suarman, 2022), (Rahayu & Hastuti, 2023), (Yasin, 2022), (Rahmania, 2015), yang menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Berwirausaha.

Tabel 6. Hasil Uji t

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.480	.217		2.212	.028
	Total X1	.595	.055	.614	10.891	.000
	Total X2	.052	.038	.063	1.358	.176
	Total X3	.220	.058	.220	3.790	.000

a. Dependent Variable: Total_Y

(Referensi: Data BPS diolah)

Dari Tabel 6 terbukti bahwa pengaruh lingkungan sosial paling kecil dibanding variabel pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan keluarga. Pengaruh lingkungan sosial hanya sebesar 0,052 (koefisien B) dan itu pun tidak signifikan. Lingkungan sosial tidak berdampak signifikan terhadap minat berwirausaha kemungkinan karena banyak individu yang merasa tertekan untuk harus langsung bekerja sebagai pegawai setelah menyelesaikan kuliah. Tuntutan dari keluarga atau lingkungan untuk mendapatkan pekerjaan tetap dan stabil sering kali mengarahkan fokus mereka hanya pada pekerjaan formal, sehingga minat untuk berwirausaha menjadi berkurang. Ataupun karena tidak diperbolehkan untuk nyambi bekerja sambil kuliah. Larangan ini menghambat mereka dalam mendapatkan pengalaman praktis berwirausaha selama masa studi, yang bisa mengurangi minat mereka untuk berwirausaha setelah lulus. Atau bisa juga karena mereka berada dalam lingkungan

sosial di mana di situ sedikit atau bahkan tidak ada yang menjadi wirausaha dan kurang peduli jika ada yang sedang berusaha menjadi seorang wirausahawan. Berada dalam lingkungan sosial yang tidak mendukung kewirausahaan dapat sangat mempengaruhi minat seseorang untuk memulai usaha. Jika di sekitar mereka tidak ada yang berwirausaha atau kurang peduli dengan usaha orang lain, maka individu tersebut tidak mendapatkan dorongan atau inspirasi yang cukup untuk mencoba berwirausaha. Pengaruh cerita dari orang yang menyatakan bahwa lebih enak dan nyaman menjadi pegawai negeri juga bisa menyebabkan hilangnya minat menjadi wirausaha. Cerita atau pengalaman dari orang lain yang mengatakan bahwa menjadi pegawai negeri lebih nyaman dan aman dapat mengurangi minat seseorang untuk berwirausaha. Kisah-kisah ini sering kali membuat individu merasa bahwa jalur kewirausahaan lebih berisiko dan kurang stabil dibandingkan dengan menjadi pegawai negeri. Mental yang kurang kuat untuk menerima ejekan ketika akan memulai berwirausaha juga bisa menyebabkan seseorang menjadi tidak berminat untuk menjadi wirausahawan. Ketika seseorang mulai berwirausaha, mereka mungkin menghadapi ejekan atau kritik dari orang-orang di sekitar mereka. Mental yang kurang kuat untuk menerima ejekan ini bisa membuat individu merasa tidak percaya diri dan akhirnya mengurungkan minat untuk berwirausaha. Dukungan emosional dan mental yang kuat sangat penting dalam perjalanan kewirausahaan. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian (Atun, 2014), (Bahri & Trisnawati, 2021) yang menyatakan bahwa lingkungan sosial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha.

Lingkungan keluarga dalam penelitian ini terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha. Mengajarkan kemandirian adalah bagian penting dari pendidikan orang tua dalam membentuk karakter anak. Dengan melatih anak untuk mengelola diri sendiri, membuat keputusan bijak, dan bertanggung jawab, orang tua membekali mereka dengan kemampuan menghadapi tantangan hidup secara mandiri. Hal ini membantu anak tumbuh menjadi individu yang produktif dan tidak bergantung pada orang lain sepanjang hidup mereka. Kejujuran dan keadilan adalah fondasi penting dalam berwirausaha. Saat orang tua menekankan pentingnya berlaku adil dalam setiap transaksi bisnis, mereka mengajarkan nilai-nilai moral yang sangat penting untuk kesuksesan jangka panjang. Bersikap adil dan jujur tidak hanya membangun reputasi yang baik, tetapi juga menciptakan kepercayaan antara pengusaha dan pelanggan. Nilai-nilai ini membantu memastikan bahwa bisnis yang dijalankan memiliki landasan etika yang kuat, yang pada akhirnya berkontribusi pada keberlanjutan dan kesuksesan usaha tersebut. Dukungan keluarga dalam memilih profesi benar-benar memberikan dorongan emosional dan rasa percaya diri. Saat keluarga sepenuhnya mendukung pilihan karier seseorang, hal itu memberi rasa aman dan motivasi untuk mengejar impian dan tujuan mereka. Dukungan ini juga membantu mengurangi tekanan dari luar dan memungkinkan individu fokus pada pengembangan diri dan profesional tanpa rasa takut akan kegagalan atau penolakan. Dukungan semacam ini sangat berharga untuk membantu seseorang mencapai kesuksesan dan kebahagiaan dalam bidang yang mereka pilih dan ini terbukti mampu meningkatkan minat berwirausaha. Hasil dari penelitian ini sesuai penelitian (Susanti, 2021), (Rohmah & Tri Wahono, 2022), (Setyanti, Herlambang, & Prajitiasari, 2018), (Julindrastuti & Karyadi, 2022), (Wiyati, Maryanti, & Thamrin, 2019), (Bahri & Trisnawati, 2021), (Triesninda, Oktavianto, & Pahlevi, 2021), (Oktarina, Agung, & Aswad, 2019), (Khairinal, Syuhadah, & Fitriani, 2022), (Melayani, 2017) yang membuktikan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Tabel 7. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	57.565	3	19.188	105.177	.000 ^b
	Residual	35.758	196	.182		
	Total	93.323	199			
a. Dependent Variable: Total_Y						
b. Predictors: (Constant), Total_X3, Total_X2, Total_X1						

(Referensi: Data BPS diolah)

Tabel 8. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.785 ^a	.617	.611	.42713
a. Predictors: (Constant), Total_X3, Total_X2, Total_X1				

(Referensi: Data BPS diolah)

Hasil Uji F (Tabel 7) menunjukkan bahwa model regresi dalam penelitian ini bisa digunakan untuk memprediksi atau menjelaskan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Secara praktis, hal ini berarti bahwa pengaruh variabel bebas yang diteliti (pengetahuan kewirausahaan, lingkungan sosial, dan lingkungan keluarga) terhadap variabel terikat (minat berwirausaha), dapat digambarkan dengan baik oleh model regresi yang digunakan. Dari Tabel 8 kita juga bisa melihat bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini mampu menjelaskan 61,1% proporsi variasi yang terjadi dalam variabel dependen dan 38,9% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model regresi tersebut.

Kesimpulan

Penelitian ini mengajukan 3 hipotesis, yaitu: (H1): Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta; (H2): Lingkungan Sosial berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta; (H3): Lingkungan Keluarga berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Hipotesis 1 didukung, Hipotesis 2 tidak didukung, dan Hipotesis 3 didukung

Metode *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yang mana ini merupakan metode *non-probability sampling* dengan menggunakan kriteria tertentu. Hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan untuk semua populasi, tetapi hanya untuk sampel terbatas sebanyak 201 orang yang dijawab secara subjektif melalui kuesioner. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menggunakan *probability sampling* agar hasil lebih akurat dan dapat digeneralisasikan. Penelitian mendatang diharapkan dapat menggunakan *cluster sampling*. Dengan metode *cluster sampling* populasi nantinya dapat dibagi menjadi kelompok-kelompok yang dipilih secara acak. Misalnya, peneliti dapat mengelompokkan universitas di setiap kota dan memilih beberapa secara acak untuk meneliti minat berwirausaha mahasiswa tahun kedua di seluruh Indonesia. *Cluster* yang terpilih diperiksa dengan metode acak sederhana atau sistematis untuk mendapatkan data yang representatif. Penelitian selanjutnya diharapkan juga dapat menambahkan variabel-variabel yang berpengaruh terhadap minat berwirausaha seperti motivasi, modal usaha, dan kreativitas.

Daftar Pustaka

- Alifia, I. F., & Dwiridotjahjono, J. (2019). Pengaruh Motivasi Berwirausaha dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Dusun Beton Desa Tritunggal Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan). *Jurnal Bisnis Indonesia*, 10(2), 139-154. Retrieved from <http://www.ejournal.upnjatim.ac.id/index.php/jbi/article/view/1782>
- Ani, N., Ahmadi, & Wulansari, F. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Di Kalimantan Barat. *Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 1(10), 1241 - 1247. doi:10.55681/armada.v1i10.923
- Atun, Y. (2014). Pengaruh Lingkungan Sosial, Perilaku Konsumen, dan Persepsi terhadap minat berwirausaha mahasiswa BSI Yogyakarta. *Khasanah Ilmu*, 2, 47 - 58.
- Bahri, S., & Trisnawati, N. (2021). Pengaruh Lingkungan Keluarga dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Berwirausaha melalui Pendidikan Kewirausahaan pada Siswa SMK Negeri 10 Surabaya. *Journal of Office Administration : Education and Practice*, 1(2), 269 - 281. doi:<https://doi.org/10.26740/joap.v1n2.p269-281>
- BPS, B. P. (2024, 9 18). <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/NDQwIzI=/jumlah-perusahaan-industri-skala-mikro-dan-kecil-menurut-provinsi--unit-.html>. Retrieved from <https://www.bps.go.id/id>.
- Darmawangsa, S. S., Sridana, N., Hikmah, N., & Soeprianto, H. (2023). Pengaruh Disiplin Belajar dan Lingkungan Keluarga terhadap Hasil Belajar Matematika Siswa Kelas XI. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 8(4), 2248 – 2255. doi:10.29303/jipp.v8i4.1762
- Fauzan, A., & Ikhwan, K. (2023). Analisis Pengaruh Kepribadian, Motivasi, dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Tidar). *Jurnal Riset dan Inovasi Manajemen*, 1(2), 74 - 87. Retrieved from <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/3611681>
- Hartanti, S. D. (2022). Pengaruh Lingkungan Keluarga dan Teman Sebaya terhadap Motivasi Belajar Akuntansi. *Jurnal Pendidikan IPS*, 5(3), 276-283. doi:10.30998/herodotus.v5i3.12510
- Haryanti, T. (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa di Politeknik Tunas Pemuda. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(2), 341- 345. doi:10.24815/jimps.v8i2.24634
- Jamil, & Khaeruddin. (2021). Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Minat Kewirausahaan Remaja di Desa Batulappa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(2), 234 - 242. Retrieved from <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/3510652>
- Jamu, M. E. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Flores). *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 1(3), 305-3017. doi:<https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i3.38>

- Julindrastuti, D., & Karyadi, I. (2022). Pengaruh Motivasi dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 7 -13. doi:10.55182/jtp.v2i1.98
- Khairinal, Syuhadah, S., & Fitriani. (2022). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pendidikan Kewirausahaan, dan Jiwa Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK Negeri 1 Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(1), 163 - 174. doi:10.38035/jmpis.v3i1.863
- Khairunnisa, N., & Rigianti, H. A. (2023). Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Prestasi Belajar Siswa di Sekolah Dasar. *Jurnal Ilmiah PGSD FKIP Universitas Mandiri*, 9(3), 1360 - 1368. doi:<https://doi.org/10.36989/didaktik.v9i3.1477>
- KOMPAS.com. (2022, Januari 11). *Awal Mula Yogyakarta Dijuluki Kota Pelajar*. Retrieved februari 4, 2024, from Kompas.com: <https://yogyakarta.kompas.com/read/2022/01/11/184512078/awal-mula-yogyakarta-dijuluki-kota-pelajar>
- Manurung, J., Abi, A. R., Sinaga, R., & Silaban, P. J. (2022). Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Hasil Belajar Siswa kelas 3 SD. *Jurnal PAJAR (Pendidikan dan Pengajaran)*, 6(5), 1367 - 1374. doi:10.33578/pjr.v6i5.8576
- Marlina, E., Gusteti, Y., & Putri, D. E. (2023). Analisis Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Self Efficacy dan Karakter Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Dharmas Indonesia). *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Ekonomi*, 4(3), 293 - 308. doi:10.47747/jbme.v4i3.1319
- Melayani, K. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga dan Pendidikan terhadap Minat Wanita Berwirausaha Di Desa Jinengdalem. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(1), 108 - 117. doi:10.23887/jjpe.v9i1.19995
- Nainggolan, R., & Harny, D. (2020). Pengaruh Pendidikan Entrepreneurship dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Berwirausaha (Studi Di Universitas Ciputra). *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 8(2), 183 - 198. doi:<https://doi.org/10.26740/jepk.v8n2.p183-198>
- Nurhadifah, S. N., & Sukanti. (2018). Pengaruh Kepribadian, Lingkungan Keluarga, dan Teman Sebaya terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, 16(2), 82 - 98. doi:10.21831/jpai.v16i2.22055
- Nuryanto, U. W., Djamil, M., Sutawidjaya, A. H., & Saluy, A. B. (2020). Analisis Pengaruh Efikasi Diri, Motivasi, Pendidikan Wirausaha, dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Wirausaha UMKM Di Kabupaten Serang. *Dynamic Management Journal*, 4(2), 27 - 39. doi:10.31000/dmj.v4i2.2315
- Oktarina, H., Agung, E. A., & Aswad, S. H. (2019). Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP Pembangunan Indonesia. *Seminar Nasional Ekonomi & Bisnis Dewantara*, 1(1), 49 - 54. doi:10.26533/sneb.v1i1.411
- Purnomo, M. T., & Herminanto Sofyan, H. (2016). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Wirausaha Siswa Teknik Kendaraan Ringan SMK Negeri

- 1 Sayegan. *Jurnal Pendidikan Teknik Otomotif Edisi XIV*, 14(2), 45- 52. Retrieved from <https://journal.student.uny.ac.id/index.php/otomotif-s1/article/view/5409>
- Puspita, E. R., & Sulistyowati, S. N. (2022). Pengaruh Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Pendidikan, Ekonomi, dan Bisnis*, 7(1), 12 - 23. doi:10.32493/pekobis.v7i1.P12-23.20905
- Rahayu, E. P., & Sulistyowati, S. N. (2022). Pengaruh Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Pendidikan, Ekonomi, dan Bisnis*, 7(1), 12 - 23. doi:10.32493/pekobis.v7i1.P12-23.20905
- Rahayu, F. R., & Hastuti, M. S. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI TULUNGAGUNG Tahun Akademik 2022/2023. *Jurnal Economina*, 2(8), 2036 - 2051. doi:10.55681/economina.v2i8.716
- Rahmania, M. (2015). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Praktik Kerja Industri dan Motivasi Berprestasi terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XII Kompetensi Keahlian Pemasaran SMK Negeri Bisnis dan Manajemen Kota Padang. *Journal of Economic and Economic Education*, 4(1), 75 -86. doi:10.22202/economica.2015.v4.i1.331
- Raihana, S., & Azhary, R. A. (2019). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi, dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram (Studi pada Masyarakat Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya). *Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(2), 110 - 122. Retrieved from <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/jihbiz/article/view/8643>
- Risananda, V. S., & R. A. (2022). Peranan Latar Belakang Orang Tua, Pendidikan Kewirausahaan Dan Lingkungan Berwirausaha Di Universitas Terhadap Entrepreneurial Persistence Pada Mahasiswa Wirausaha Di Indonesia. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 5(3), 286-300. doi:<https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v5i3.230>
- Rohmah, R. N., & Tri Wahono, H. T. (2022). Pengaruh Lingkungan Keluarga dan Pendidikan Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMA (Studi Kasus pada Siswa Kelas XII SMA N Bandar kedung mulyo). *Jurnal (Pendidikan Ekonomi, Kewirausahaan, Bisnis, dan Manajemen)*, 6(1), 172 - 184. doi:10.32682/jpekmb.v6i1.2555
- Sari, S. H., Sumarno, & Suarman. (2022). Pengaruh Motivasi Berwirausaha dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK Negeri 1 Kepenuhan. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 10(2), 516 - 535. doi:10.47668/pkwu.v10i2.424
- Sari, T. U., Adi, B. W., & Totalia, S. A. (2021). Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan, Adversity Quotient dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS Tahun 2017-2019. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi*, 7(2), 1 - 12. doi:10.30605/jpe.v7i2.12345
The purpose of this study was to determine the effect of entrepreneurship courses, adversity
- Sastri, H., Asriati, N., & Syahrudin, H. (2022). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa*, 11(7), 676 - 686. doi:10.26418/jppk.v11i7.56389

- Setyanti, S. L., Herlambang, D., & Prajitiasari, E. D. (2018). Pengaruh Lingkungan Keluarga dan Lingkungan Sosial terhadap Kepribadian dan Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indoneia*, 4(1), 1-9. doi:<https://doi.org/10.32528/jmbi.v4i1.1711>
- Setyorini, D. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 7(6), 589 - 597. Retrieved from <https://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/ekonomi/article/view/13016>
- Sunnatullah, M. P., Winanto Nawarcono, W., & Ekowati, D. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*, 1(2), 1245 - 1251. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/365233082_ANALISIS_FAKTOR-FAKTOR_YANG_MEMPENGARUHI_MINAT_WIRAUSAHA_MAHASISWA
- Suratno, Kohar, F., Rosmiati, & Kurniawan, A. (2020). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Media Sosial, dan Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha Siswa/i pada SMK Negeri 1 Kota PENUH. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(5), 477 - 489. doi:10.31933/jimt.v1i5.212
- Susanti, A. (2021). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Pada Akademi Kesejahteraan Sosial Ibu Kartini). *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 14(2), 80 - 88. doi:10.51903/e-bisnis.v14i2.465
- Trianawati, A. (2020). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK (Study Survey Pada Siswa Kelas XI SMK Negeri 1 Majalengka, SMK Negeri Palasah dan SMK Negeri 1 Kadipaten). *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*, 1(1), 33 - 40. doi:<https://doi.org/10.37058/prospek.v1i1.1633>
- Triesninda, P., Oktavianto, F., & Pahlevi, T. (2021). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Kepribadian dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMN 1 Magetan. *Journal of Office Administration Education and Practice*, 1(2), 210 - 223. Retrieved from https://r.search.yahoo.com/_ylt=Awr93pa9TqFIL3sMXSZXNyoA;_ylu=Y29sbwNncTEEcG9zAzEEdnRpZANRMTIwMjUtU0RfMQRzZWMDc3I-/RV=2/RE=1705099069/RO=10/RU=https%3a%2f%2fejournal.unesa.ac.id%2findex.php%2fjfoa%2farticle%2fdownload%2f42486%2f36522%2f/RK=2/RS=QZy0cU.Seiy
- Wijaya, U. T. (2014). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Konsep Diri terhadap Minat Berwirausaha. *E-Jurnal Pendidikan Teknik Mesin*, 2(2), 79 - 86. Retrieved from [core.ac.uk > download > pdf](#)
- Wijaya, U. T. (2014). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Konsep Diri terhadap Minat Berwirausaha. *E-Jurnal Pendidikan Teknik Mesin*, 2(2), 79 - 86. Retrieved from [core.ac.uk/download/pdf/33516127.pdf#:~:text=Hasil%20penelitian%20menunjukkan%20bahwa%20pengetahuan%20kewirausahaan%20dan%20konsep,positif%20terhadap%20minat%20berwirausaha%20pada%20taraf%20signifikansi%205%25.](#)
- Wiyati, R., Maryanti, S., & Thamrin, M. (2019). Pengaruh Faktor Kepribadian Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Kelompok Pemuda Tani Desa Makmur Okura Rumbai Pesisir). *Jurnal Daya Saing*, 5(3), 200-206. doi:10.35446/dayasaing.v5i3.375

- Yasin, A. F. (2022). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha, E-commerce, dan Penggunaan Sosial Media terhadap Minat Berwirausaha Pasca Pandemi Covid-19 pada Wanita Generasi Z Kota Medan. *Jurnal Perspektif Manajeral dan Kewirausahaan*, 3(1), 1 - 8. doi:10.59832/jpmk.v3i1.165
- Zain, N. R., & Susanti, E. D. (2022). Pengaruh Motivasi Berwirausaha dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Berwirausaha di Masa Pandemi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 15987 - 15994. doi:https://doi.org/10.31004/jptam.v6i2.4908
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2008). *Kewirausahaan dan Manajemen*. Salemba Empat.

Pengaruh *Board Diversity*, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan yang Dimediasi Oleh Kinerja Keuangan

Stevine Bunardi *

Universitas Tarumangara, Jakarta

Hadi Cahyadi

Universitas Tarumanagara, Jakarta

* *stevine.125210138@stu.untar.ac.id*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *board diversity*, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan yang dimediasi oleh kinerja keuangan pada perusahaan keluarga sektor kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2023. Sampel penelitian ini adalah 11 perusahaan yang dipilih dengan metode *purposive sampling*. Pengolahan data menggunakan aplikasi SmartPLS 4.1.0.9 dan Microsoft Excel 2016. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *board diversity* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, likuiditas berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, namun ukuran perusahaan dan kinerja keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. *Board diversity* berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja keuangan, likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan, ukuran perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja keuangan. Kinerja keuangan tidak mampu memediasi hubungan antara *board diversity* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, namun kinerja keuangan mampu memediasi hubungan antara likuiditas terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: *board diversity, likuiditas, ukuran perusahaan, nilai perusahaan, kinerja keuangan*

Pendahuluan

Perusahaan keluarga merupakan sebuah bisnis yang dimiliki dan dikelola oleh anggota keluarga (Darmayanti & Antonio, 2018). Menurut Kompas.com (2022), riset yang dilakukan Daya Qarsa menunjukkan sebesar 95% perusahaan di Indonesia merupakan perusahaan keluarga. Perusahaan keluarga tersebut berpartisipasi sebesar 82% dalam Produk Domestik Bruto (PDB) di Indonesia dan 40% lainnya berperan dalam kapitalisasi pasar-pasar di Indonesia. Hal ini menunjukkan pentingnya peran perusahaan keluarga dalam meningkatkan pertumbuhan perekonomian Indonesia.

Setelah pandemi Covid-19, kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan semakin membaik, sehingga mendorong pertumbuhan sektor kesehatan. Kinerja sektor kesehatan mengalami peningkatan karena tingginya konsumsi masyarakat dan pemerintah terhadap produk dan layanan kesehatan. Hal ini mengakibatkan kebutuhan akan produk dan pelayanan kesehatan terus mengalami peningkatan. Salah satu perusahaan keluarga di sektor kesehatan yang menunjukkan peningkatan kinerja yang signifikan setelah pandemi Covid-19 adalah PT. Itama Ranoraya Tbk (IRRA). Selama kuartal I tahun 2023, IRRA telah mencatat penjualan sebesar Rp 97,053 miliar. Pendapatan yang dicapai IRRA selama kuartal I tahun 2023 setara dengan 34,4% dari total pendapatan IRRA selama tahun buku 2019 (JPNN.com, 2023).

Adapun dua tujuan utama dalam perusahaan sektor kesehatan, yaitu sosial dan ekonomi. Tujuan sosial berfokus terhadap kesiapan untuk menerima dan merawat pasien dengan menyediakan layanan medis yang memadai. Sedangkan, tujuan ekonomi berfokus terhadap profitabilitas dan

menjaga likuiditas perusahaan (Jaworzyńska, 2021). Tujuan ekonomi dan tujuan sosial tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan di sektor kesehatan.

Kemakmuran pemegang saham tercermin dari semakin tingginya nilai perusahaan, yang sekaligus mencerminkan kondisi perusahaan yang baik, maka dari itu nilai perusahaan sangatlah penting. Mengamati nilai perusahaan adalah salah satu metode investor untuk menentukan nilai dari kondisi performa yang ada di perusahaan, karena perusahaan yang memiliki nilai lebih tinggi merupakan hal yang lebih menarik bagi investor (Ristiani & Sudarsi, 2022). Nilai perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor penting, seperti *board diversity*, likuiditas, dan ukuran perusahaan.

Kini, *board diversity* menjadi fokus utama bagi banyak perusahaan karena keberagaman dewan direksi berperan penting dalam pengambilan keputusan perusahaan yang dapat mempengaruhi pencapaian kinerja perusahaan. Salah satu bentuk dari *board diversity* adalah *gender diversity* (Handayani & Panjaitan, 2019). Kehadiran wanita di dewan direksi perusahaan telah menunjukkan kemampuan pengambilan keputusan yang lebih efektif dengan menggunakan pandangan yang lebih luas, sehingga dapat meningkatkan kinerja keuangan dan nilai-nilai yang ada pada perusahaan (Sari et al., 2022). Selain itu, likuiditas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam melunasi utangnya (Yuliyanti et al., 2022). Tingkat likuiditas yang tinggi dapat meningkatkan rasa percaya dari kreditur saat menanamkan dananya, serta dapat meningkatkan persepsi positif kreditur dan investor terhadap nilai perusahaan (Chasanah, 2018). Selanjutnya, ukuran perusahaan mencerminkan total aset yang perusahaan miliki (Damayanti & Darmayanti, 2022). Perusahaan dengan ukuran besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mengalami pertumbuhan, sehingga dapat menarik respons positif dari investor, yang hasil akhirnya merujuk pada peningkatan nilai perusahaan (Hirdinis, 2019).

Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis

Teori Sinyal (*Signalling Theory*).

Signalling theory merupakan suatu teoritis yang diutarakan oleh Ross (1977). Teori tersebut menjelaskan bahwa manajemen perusahaan memiliki pemahaman yang lebih mendalam mengenai kondisi internal perusahaan dibandingkan dengan para investor, sehingga hal tersebut dapat menimbulkan asimetri informasi. Untuk mengurangi asimetri tersebut, manajemen dapat memberikan sinyal melalui laporan keuangan untuk menyampaikan informasi mengenai kinerja atau prospek perusahaan kepada investor. Sinyal yang diberikan bertujuan untuk mencerminkan kualitas perusahaan, sehingga dapat meningkatkan persepsi positif investor terhadap nilai perusahaan.

***Board diversity*.**

Board diversity yakni keberagaman dewan direksi yang merujuk pada variasi dalam komposisi anggota dewan perusahaan. *Board diversity* dapat berupa gender, umur, ras, latar belakang pendidikan, dan kewarganegaraan. Keberagaman ini dianggap sebagai indikator independensi dan akuntabilitas dalam proses pengambilan keputusan. Komposisi anggota dewan yang beragam dapat menimbulkan berbagai jenis konflik, namun juga menyediakan beragam alternatif penyelesaian dari konflik tersebut (Joevanty & Suzan, 2022). Dengan demikian, *board diversity* menunjang pengambilan keputusan dalam perusahaan menjadi efektif. Dalam penelitian ini, *board diversity* diukur melalui *gender diversity*. *Gender diversity* adalah keberagaman gender yang memberikan kesempatan yang sama bagi wanita dan pria untuk menduduki posisi jabatan manajemen puncak dengan hak dan kewajiban yang setara (Raharjanti, 2019).

Likuiditas.

Likuiditas merujuk pada kemampuan sebuah perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya kepada pihak ketiga secara tepat waktu (Nugraha & Alfarisi, 2020). Perusahaan dengan kualitas likuiditas tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik, karena

hal itu merepresentasikan bahwasanya perusahaan mampu membayar kewajiban jangka pendeknya tanpa hambatan (Ristiani & Sudarsi, 2022). Dalam sektor kesehatan, likuiditas merupakan suatu hal yang penting, sehingga sektor kesehatan selalu berusaha untuk menjaga keseimbangan tingkat likuiditas perusahaan (Jaworzyńska, 2021). Pada penelitian yang sedang dikaji ini, likuiditas ditaksir lewat *current ratio*. Rasio tersebut menggambarkan seberapa banyak aset lancar yang dapat digunakan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek tersebut (Mujiono & Hakim, 2021).

Ukuran perusahaan.

Ukuran perusahaan mencerminkan skala besar atau kecilnya sebuah perusahaan, yang dapat diukur melalui jumlah modal, total aset, dan volume penjualan yang dihasilkan. Perusahaan berukuran besar cenderung mampu melakukan diversifikasi, memiliki ketahanan yang lebih baik terhadap ancaman kebangkrutan, serta memiliki peluang lebih kecil untuk menghadapi masalah keuangan pada internal perusahaan (Mudjijah, Khalid & Astuti, 2019). Pada penelitian ini, ukuran perusahaan diukur melalui total aset yang dimiliki. Semakin besar total aset yang dimiliki, semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut (Sondakh, 2019).

Nilai Perusahaan.

Nilai perusahaan mencerminkan pandangan investor terhadap kesuksesan sebuah perusahaan, yang tercermin dalam harga saham. Secara umum, semakin tinggi harga saham, semakin tinggi pula penilaian investor terhadap nilai perusahaan (Estiasih, Yuniarsih & Wajdi, 2019). Setiap perusahaan memiliki tujuan utama untuk meningkatkan kesejahteraan pemegang saham dan menaikkan nilai perusahaannya (Qalby, Komalasari & Pradnyaswari 2023). Tingginya nilai perusahaan menunjukkan kesejahteraan pemegang saham (Asma & Redawati, 2018). Menurut Chen, Weston dan Altman (1995), nilai perusahaan didapatkan dari sejumlah indikator, seperti *Price Earnings Ratio (PER)*, *Price to Book Value (PBV)* dan *Tobin's Q ratio* (Estiasih et al., 2019). Rasio *Tobin's Q* dipakai sebagai alat ukur untuk mempertimbangkan potensi peningkatan harga saham suatu perusahaan dalam penelitian ini. *Tobin's Q* dipandang dapat menyajikan informasi yang paling baik karena mampu menjelaskan beragam fenomena terkait aktivitas perusahaan, seperti terjadi *cross-sectional* dalam keputusan investasi dan diversifikasi. Nilai perusahaan mendapat persepsi positif apabila *Tobin's Q* lebih dari satu (*overvalued*) atau penilaian tinggi. Semakin tinggi rasio *Tobin's Q*, maka semakin baik juga persepsi investor terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, apabila *Tobin's Q* berada di bawah satu (*undervalued*), artinya perusahaan dinilai negatif, sehingga mempengaruhi keputusan para investor terhadap nilai perusahaan (Ristiani & Sudarsi, 2022).

Kinerja Keuangan.

Kinerja keuangan ialah sebuah tingkat pencapaian yang hasilnya didapatkan dari bagaimana suatu perusahaan melangsungkan pengelolaan keuangannya, sehingga diperoleh hasil pengelolaan yang baik (Masyitah & Harahap, 2018). Pada penelitian yang sedang dibahas, kinerja keuangannya diukur oleh *Return on Assets (ROA)*, yang menunjukkan seberapa mampu suatu perusahaan dalam memanfaatkan aset yang ada untuk memperoleh laba. Semakin tinggi rasio kinerjanya, otomatis laba yang diperoleh semakin tinggi (Ristiani & Sudarsi, 2022).

Perusahaan Keluarga.

Menurut Donnelly (1988), perusahaan keluarga adalah suatu perusahaan yang melibatkan minimal dua generasi dari keluarga, di mana anggota keluarga tersebut berperan dalam mempengaruhi kebijakan perusahaan. Terdapat teori untuk mempertahankan perusahaan keluarga di generasi selanjutnya, yakni Teori *Parenting*, *Harmonizing*, *Collaborating*, atau yang dikenal sebagai *PHC Triangle* (Cahyadi, 2022). Teori ini berfokus pada faktor-faktor dalam memastikan keberlangsungan bisnis keluarga dengan menekankan pentingnya proses pengasuhan generasi penerus yang dibekali

dengan keterampilan, karakter, dan nilai-nilai yang diperlukan untuk menjadi seorang pemimpin yang kompeten. Selain itu, teori ini mendorong terjalannya kolaborasi yang efektif antara anggota keluarga dan profesional non-keluarga, untuk menciptakan keharmonisan dan menjaga kesinambungan bisnis. Akhirnya hal ini dapat berkontribusi pada peningkatan kinerja perusahaan.

Kaitan Antar Variabel

Board Diversity terhadap Nilai Perusahaan. *Gender diversity* merupakan salah satu bentuk dari *board diversity*. Menurut Pramesti & Nita (2022), *gender diversity* dapat menimbulkan ketimpangan yang berakhir diskriminasi terhadap perempuan. Laki-laki lebih diutamakan dalam posisi eksekutif karena dianggap memiliki kestabilan emosi, kemampuan memimpin, kepercayaan diri, kepastian, ketekunan, bertanggung jawab, keseriusan, objektivitas, pengetahuan dan keterbukaan. Sedangkan, perempuan lebih berhati-hati dan cenderung menghindari risiko saat membuat keputusan, dibandingkan dengan laki-laki. Keberadaan perempuan dalam jajaran direksi dapat menciptakan kebijakan yang lebih tepat dan mengurangi risiko karena tidak terburu-buru pada saat pengambilan keputusan. Penerapan kesetaraan gender di perusahaan dapat meningkatkan pemahaman terhadap pasar dan konsumen perusahaan, serta peningkatan terhadap reputasi dan nilai perusahaan. *Gender diversity* bertujuan untuk memperluas proses pengambilan keputusan melalui berbagai sudut pandang yang berbeda, sehingga menghasilkan keputusan yang lebih objektif dan menyeluruh. Dengan adanya *gender diversity*, perusahaan dapat memberikan sinyal positif terhadap investor karena menunjukkan bahwa perusahaan menjalankan tata kelola terstruktur, selain itu juga memberikan kesempatan yang adil bagi semua orang untuk menjadi bagian dari dewan direksi. Dengan demikian, *gender diversity* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan. Likuiditas ialah kapabilitas perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya dan sering dijadikan sebagai indikator penting bagi perusahaan dan investor untuk mengukur kemampuan perusahaan yang dinilai melalui pemenuhan kewajibannya. Berdasarkan *Signalling Theory* atau teori sinyal, kapabilitas perusahaan dalam melaksanakan kewajiban jangka pendeknya secara tepat waktu mengirimkan sinyal positif kepada investor, yang dapat meningkatkan ketertarikan para investor untuk melakukan penanaman modal atau investasi, yang akhirnya memajukan nilai perusahaan (Dewi, Khuzaini & Djawoto, 2023).

Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Perusahaan berukuran besar cenderung diminati oleh investor dibandingkan perusahaan berukuran kecil. Hal ini disebabkan ukuran perusahaan mengindikasikan bahwasanya perusahaan sudah berkembang serta bertumbuh dengan tujuan memaksimalkan nilai perusahaan (Dewi & Praptoyo, 2022). Perusahaan dengan ukuran besar juga dapat memberikan sinyal baik kepada investor, sehingga secara otomatis terjadi peningkatan nilai perusahaan (Adiputra & Hermawan, 2020).

Board Diversity terhadap Kinerja Keuangan. Keberagaman gender di perusahaan menciptakan berbagai perspektif yang dapat membantu menyelesaikan masalah dan meningkatkan kinerja keuangan. Kehadiran pria dan wanita dalam dewan direksi menunjukkan pentingnya perspektif yang beragam untuk memperkuat proses pengambilan keputusan (Putri & Amanah, 2024). Dewan direksi perempuan sering dianggap memiliki kemampuan dan kualitas yang sangat baik dalam pengambilan keputusan. Hal ini menunjukkan dewan direksi perempuan berkontribusi secara signifikan terhadap pencapaian kinerja keuangan perusahaan yang lebih optimal (Miharja, Sormin & Wisudanto, 2023). *Gender diversity* menandakan sinyal positif dalam pandangan para investor, sehingga terjadi peningkatan terhadap kinerja keuangan. Dengan demikian, *gender diversity* memiliki hubungan positif terhadap kinerja keuangan.

Likuiditas terhadap Kinerja Keuangan. Pada umumnya, di dalam sektor kesehatan, perusahaan dengan profitabilitas tinggi menunjukkan bahwasanya perusahaan tersebut menjalankan keefesienan yang lebih baik di berbagai segi, terutama dalam hal pengelolaan persediaan serta begitu cepat dalam membayar kewajibannya (Jaworzyńska, 2021). Dengan demikian, tingkat likuiditas yang

tinggi merepresentasikan kinerja keuangan yang efektif, sehingga memberikan persepsi positif bagi para investor.

Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan. Ukuran perusahaan memiliki peran penting dalam menunjukkan kinerja keuangannya. Besarnya total aset yang dimiliki oleh sebuah perusahaan, menunjukkan seberapa tinggi ukuran suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dapat diukur berdasarkan *total assets*. Perusahaan yang mempunyai sejumlah aset yang besar akan memaksimalkan penggunaan sumber daya yang dimilikinya, dengan tujuan akhirnya mengarah ke hasil laba yang optimal. Sedangkan, perusahaan yang memiliki aset kecil akan menghasilkan laba sesuai dengan sumber daya yang dimilikinya (Hirdinis, 2019). Oleh sebab itu, semakin besar ukuran perusahaan, semakin tinggi pula laba yang diperoleh perusahaan tersebut, sehingga memberikan sinyal positif kepada pemangku kepentingan (Gunawan & Suryani, 2024).

Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan. Pada penelitian kali ini, kinerja keuangan diuji dengan *Return on Assets (ROA)*. *ROA* menunjukkan seberapa efektif perusahaan memanfaatkan asetnya untuk menghasilkan keuntungan. (Mariani & Suryani, 2018). Semakin tinggi *ROA*, semakin besar pula keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan. Besarnya laba ini mencerminkan kinerja keuangan yang solid, yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Peningkatan *ROA* perusahaan mengindikasikan sinyal positif bagi para investor (Ristian & Sudarsi, 2022). Oleh karena itu, pengaruh kinerja keuangan berperan dalam nilai perusahaan.

Board Diversity terhadap Nilai Perusahaan dengan Mediasi Kinerja Keuangan. *Gender diversity* dapat meningkatkan efektivitas pengambilan keputusan perusahaan karena menghadirkan berbagai sudut pandang yang berbeda, yang membantu perusahaan membuat keputusan yang lebih objektif (Pramessti & Nita, 2022). Dalam hal ini, *gender diversity* berpotensi memberikan dampak positif terhadap kinerja keuangan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor serta nilai perusahaan. Selain itu *gender diversity* dalam perusahaan dapat menjadi sinyal positif bagi investor. Dengan demikian, *gender diversity* berpotensi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, di mana kinerja keuangan berperan sebagai variabel mediasi di dalam hubungan ini.

Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan dengan Mediasi Kinerja Keuangan. Kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek tepat waktu dipandang sebagai indikasi positif oleh investor. Hal ini dikarenakan investor melihat bahwa perusahaan yang memiliki likuiditas menunjukkan adanya aset lancar yang mampu menjamin utang jangka pendeknya. Kondisi tersebut berperan dalam memperkuat kepercayaan investor untuk prospek perusahaan jangka panjang dan secara otomatis meningkatkan minat para investor untuk berinvestasi. Dengan pengelolaan dana investasi yang efektif, perusahaan dapat menghasilkan laba yang berefek pada peningkatan nilai perusahaan. Dengan demikian, likuiditas dapat meningkatkan nilai perusahaan apabila likuiditas mampu meningkatkan profitabilitas, karena setiap peningkatan profitabilitas akan meningkatkan nilai perusahaan (Uli, Ichwanudin & Suryani, 2020).

Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Mediasi Kinerja Keuangan. Ukuran suatu perusahaan dapat diukur dari jumlah aset yang dimiliki. Apabila sebuah perusahaan memiliki aset dalam jumlah besar, dapat dikategorikan sebagai perusahaan besar. Perusahaan besar umumnya dianggap lebih stabil dan memiliki kemampuan untuk memperoleh keuntungan yang besar. Hal ini mencerminkan efektivitas kinerja keuangan. Kinerja keuangan yang optimal mencerminkan prospek perusahaan yang cerah, sehingga mendorong investor untuk merespons sinyal tersebut secara positif, yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan (Wufron, 2017).

Pengembangan Hipotesis

Dalam penelitian Qureshi et al. (2019) menyatakan *board gender diversity* memiliki dampak positif signifikan terhadap nilai perusahaan. *Gender diversity* dapat memperluas proses pengambilan keputusan melalui berbagai perspektif yang berbeda, sehingga dapat menghasilkan keputusan yang lebih objektif. Penerapan kesetaraan gender dapat membantu perusahaan lebih memahami kebutuhan

pasar dan konsumen, sehingga meningkatkan nilai perusahaan serta reputasinya. Dengan demikian, *board diversity* dapat meningkatkan nilai perusahaan.

H1: Board Diversity berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian terdahulu Hasanudin et al. (2020), Sondakh (2019), dan Uli et al. (2020) menyatakan likuiditas mempunyai dampak positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki likuiditas tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan yang baik dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya secara tepat waktu dan mencerminkan kinerja yang sehat. Hal tersebut memajukan kepercayaan investor, sehingga nilai perusahaan semakin meningkat dalam kacamata investor.

H2: Likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Ristiani & Sudarsi, 2022; Sondakh, 2019). Perusahaan berskala besar mencerminkan perkembangan dan pertumbuhan yang positif. Hal tersebut memberikan persepsi positif bagi investor, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

H3: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian terdahulu Duppati et al. (2019) menyatakan bahwa *gender diversity* memiliki dampak positif yang begitu signifikan *firm performance*. Keberagaman gender dalam dewan direksi memperluas perspektif yang ada, yang berpotensi meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan mencapai hasil yang lebih optimal. Kehadiran perempuan dalam dewan direksi, yang sering dianggap memiliki kemampuan pengambilan keputusan yang baik, dapat berkontribusi besar bagi kinerja keuangan di perusahaan. Hal tersebut mengindikasikan *board diversity* dapat meningkatkan kinerja keuangan bagi perusahaan.

H4: Board Diversity berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Keuangan

Dalam penelitian Jaworzyńska (2021) mengungkapkan bahwa likuiditas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Likuiditas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya. Menurut Jaworzyńska (2021), perusahaan di sektor kesehatan dengan profitabilitas tinggi cenderung menunjukkan efisiensi yang lebih baik dalam mengelola persediaan dan lebih cepat dalam memenuhi kewajibannya. Dengan demikian, likuiditas yang tinggi menunjukkan kinerja keuangan yang baik.

H5: Likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Keuangan

Penelitian terdahulu Gunadi et al. (2020) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan. Penelitian yang dilakukan oleh Hirdinis (2019) juga menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. Semakin besar ukuran perusahaan yang diukur dengan *total assets*, maka semakin tinggi juga kinerja keuangan yang dihasilkan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan aset yang lebih besar cenderung mampu mengelola sumber daya secara optimal untuk meningkatkan profitabilitas, sehingga memberikan sinyal positif kepada pemangku kepentingan.

H6: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Keuangan

Dalam penelitian Hasanudin et al. (2020) dan Gunadi et al. (2020) menyatakan bahwa kinerja keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Ristiani & Sudarsi (2022) dan Uli et al. (2020) juga menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Perusahaan dengan laba yang tinggi menggambarkan bahwa perusahaan memiliki kinerja keuangan yang baik dan stabil. Dengan demikian, kinerja keuangan yang sehat dapat meningkatkan nilai perusahaan sehingga mendatangkan investor yang tertarik untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut.

H7: Kinerja Keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan

Tujuan dalam penelitian kali ini antara lain mengkaji peran kinerja keuangan sebagai mediator dalam hubungan antara *board diversity* dan nilai perusahaan. Penelitian yang dilaksanakan Qureshi et al. (2019) menyebutkan bahwa keberagaman gender dalam dewan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, *gender diversity* memiliki pengaruh positif signifikan bagi kelangsungan *firm performance* (Duppatti et al., 2019). Kinerja keuangan juga mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan (Gunadi et al., 2020; Hasanudin et al., 2020). Maka, hipotesis pada kajian ini ialah *board diversity* berdampak positif signifikan terhadap nilai perusahaan dengan mediasinya melalui kinerja keuangan.

H8: Board Diversity berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan mediasi Kinerja Keuangan

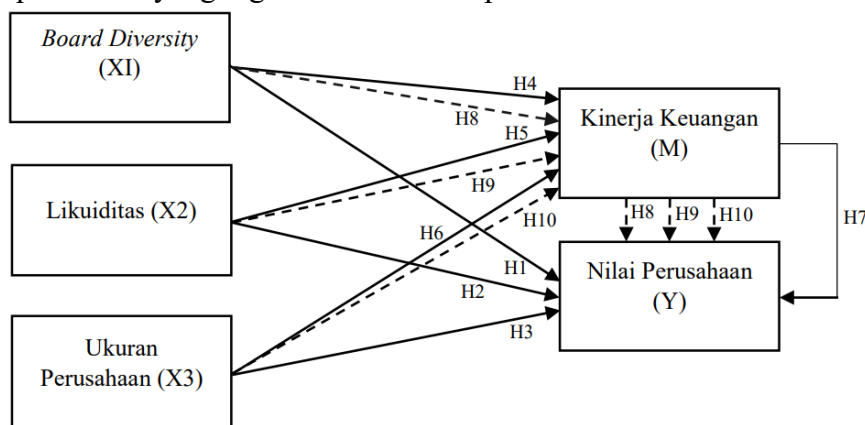
Berdasarkan penelitian yang dikaji Hasanudin et al. (2020) menyebutkan bahwa likuiditas memiliki dampak positif signifikan terhadap nilai perusahaan melalui mediasi kinerja keuangan. Maka dari itu, hipotesis dalam kajian ini adalah likuiditas mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dengan mediasi kinerja keuangan.

H9: Likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan mediasi Kinerja Keuangan

Penelitian terdahulu yang telah dilangsungkan oleh Gunadi et al. (2020) mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan secara signifikan dan positif mempengaruhi nilai perusahaan melalui mediasi kinerja keuangan. Perusahaan yang berukuran besar umumnya menandakan bahwa perusahaan berada dalam kondisi stabil dan memiliki kemampuan untuk memperoleh laba yang tinggi. Kinerja keuangan yang tinggi memperlihatkan prospek perusahaan yang baik, yang dapat meningkatkan nilai perusahaan.

H10: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan mediasi Kinerja Keuangan

Berikut kerangka pemikiran yang digunakan di dalam penelitian ini:



Gambar 1. Model Penelitian

Metode Penelitian

Kajian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan data sekunder yang bersumber dari laporan keuangan dan tahunan perusahaan yang telah dipublikasikan di *website* resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) atau *website* resmi perusahaan selama periode 2020-2023. Penelitian ini

menggunakan teknik *purposive sampling* untuk memilih sampel penelitian dengan kriteria sebagai berikut: 1.) Perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di BEI pada periode 2020-2023, 2.) Perusahaan yang mempublikasikan laporan keuangan dan *annual report* di *website* resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) atau *website* resmi perusahaan selama periode 2020-2023, 3.) Perusahaan di sektor kesehatan yang berbentuk perusahaan keluarga. Dengan demikian, sampel yang digunakan dalam kajian ini berjumlah 11 perusahaan. Berikut adalah variabel operasional dan pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 1. Variabel Operasional Penelitian

Variabel	Ukuran	Skala
Nilai Perusahaan (Y)	$Tobin's Q = \frac{MVE + Debt}{TA}$	Rasio
Board Diversity (X1)	$Gender\ diversity = Percentage\ of\ female\ directors\ on\ board$	Rasio
Likuiditas (X2)	$CR = \frac{Current\ Assets}{Current\ Liabilities}$	Rasio
Ukuran Perusahaan (X3)	$Size = Ln(Total\ Assets)$	Rasio
Kinerja Keuangan (M)	$ROA = \frac{Net\ Income}{Total\ Assets}$	Rasio

(Referensi: Data diolah peneliti, 2024)

Pembahasan

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Kinerja Keuangan (M)	Nilai Perusahaan (Y)
Board Diversity (X1)	1,071	1,242
Likuiditas (X2)	1,007	1,742
Ukuran Perusahaan (X3)	1,069	1,121
Kinerja Keuangan (M)	-	1,883

(Referensi: Data diolah menggunakan SmartPLS 4.1.0.9, 2024)

Pengujian kolinearitas digunakan untuk menilai kelayakan variabel penelitian. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *VIF* setiap hubungan berada di bawah 3 ($VIF < 3$). Hal ini mengindikasikan bahwa tidak memiliki masalah korelasi antar variabel dalam penelitian, sehingga variabel dalam penelitian ini layak diuji lebih lanjut.

Penelitian ini melakukan pengujian hubungan antarvariabel yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dan signifikansi variabel, yang terdiri dari uji koefisien jalur, *t-values*, dan *p-values*. Nilai koefisien jalur mengindikasikan besarnya pengaruh hubungan, yang dapat bernilai positif atau negatif. Sedangkan, untuk *t-values* dan *p-values* mengindikasikan signifikansi hubungan. Hasil dari pengujian ini disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 3. Rangkuman Hasil Penelitian

Hipotesis	Koefisien Jalur	<i>t-values</i>	<i>p-values</i>	Hasil Hipotesis
X1 -> Y	0,043	0,429	0,334	H ₁ ditolak
X2 -> Y	-0,020	0,178	0,429	H ₂ ditolak
X3 -> Y	0,185	2,289	0,011	H ₃ diterima
X1 -> M	-0,302	2,397	0,008	H ₄ ditolak
X2 -> M	0,624	6,529	0,000	H ₅ diterima
X3 -> M	0,166	1,238	0,108	H ₆ ditolak
M -> Y	0,773	7,113	0,000	H ₇ diterima
X1 -> M -> Y	-0,233	2,106	0,018	H ₈ ditolak
X2 -> M -> Y	0,483	4,844	0,000	H ₉ diterima
X3 -> M -> Y	0,128	1,203	0,115	H ₁₀ ditolak

(Referensi: Data diolah menggunakan SmartPLS 4.1.0.9, 2024)

Berdasarkan tabel di atas, penelitian ini memperoleh persamaan penelitian sebagai berikut:

$$Y = 0,043 X1 - 0,020 X2 + 0,185 X3 + 0,773 M + e$$

$$M = -0,302 X1 - 0,624 X2 + 0,166 X3 + e$$

Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% dengan metode *one-tailed*, dimana hasil penelitian dinyatakan signifikan apabila *p-values* <0,05 dan *t-values* >1,650. Pada pengujian hubungan langsung terhadap nilai perusahaan, *Board Diversity* berpengaruh positif sebesar 0,043 dan tidak signifikan (*t-values*= 0,429; *p-values*= 0,334), Likuiditas berpengaruh negatif sebesar -0,020 dan tidak signifikan (*t-values*= 0,178; *p-values* = 0,429), Ukuran perusahaan berpengaruh positif sebesar 0,185 dan signifikan (*t-values*= 2,289; *p-values*= 0,011), Kinerja Keuangan berpengaruh positif sebesar 0,773 dan signifikan (*t-values*= 7,113; *p-values*= 0,000) terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, pengujian hubungan langsung terhadap kinerja keuangan sebagai mediasi, *Board Diversity* berpengaruh negatif sebesar -0,302 dan signifikan (*t-values*= 2,397; *p-values*= 0,008), Likuiditas berpengaruh positif sebesar 0,624 dan signifikan (*t-values*= 6,529; *p-values*= 0,000), Ukuran Perusahaan berpengaruh positif sebesar 0,166 dan tidak signifikan (*t-values*= 1,238; *p-values*= 0,108) terhadap kinerja keuangan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis ke-tiga, ke-lima dan ke-tujuh dinyatakan diterima, dan hipotesis pertama, ke-dua, ke-empat, dan ke-enam dinyatakan ditolak dalam penelitian ini. Dengan pengujian hubungan tidak langsung, Kinerja Keuangan tidak dapat memediasi hubungan antara *Board Diversity* dan Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan, namun Kinerja Keuangan mampu memediasi hubungan antara Likuiditas terhadap nilai perusahaan.

Selanjutnya, dilakukan pengujian *R-Square* (R^2) untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai yang digunakan untuk memastikan keakuratan penelitian adalah *R² adjusted*. Berdasarkan hasil pengujian hasil *R²-adj*, mengindikasikan bahwa variabel kinerja keuangan sebagai mediasi memiliki nilai sebesar 0,429 atau 42,9%, yang menunjukkan bahwa terdapat 57,1% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang diluar penelitian. Sedangkan variabel nilai perusahaan memiliki nilai 0,604 atau 60,4%, yang menunjukkan bahwa terdapat 39,6% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak mencakup dalam penelitian ini.

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji mengenai pengaruh *Board Diversity*, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan sebagai variabel independen terhadap Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen, yang dimediasi oleh Kinerja Keuangan. Penelitian ini mengungkapkan bahwa *board diversity* memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara likuiditas menunjukkan pengaruh negatif yang juga tidak signifikan. Sebaliknya, ukuran perusahaan dan kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, *board diversity* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja keuangan, likuiditas memberikan pengaruh positif dan signifikan, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kinerja keuangan. Penelitian ini juga menemukan bahwa *board diversity* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan dengan mediasi kinerja keuangan, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dengan mediasi kinerja keuangan. Namun, kinerja keuangan dapat memediasi hubungan antara likuiditas terhadap nilai perusahaan yang bersifat positif signifikan. Implikasi dari penelitian ini adalah perlunya pengelolaan ukuran perusahaan dan kinerja keuangan yang optimal pada perusahaan keluarga di sektor kesehatan karena kedua faktor tersebut menjadi faktor utama dalam menentukan nilai perusahaan. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan, sehingga perbaikan dan pengembangan lebih lanjut diperlukan dalam penelitian berikutnya. Penelitian ini mempunyai batasan masalah, antara lain: 1) Penelitian ini terbatas hanya pada rentang tiga periode penelitian, yaitu periode 2020-2023, 2) Penelitian ini hanya mengeksplorasi perusahaan-perusahaan yang bergerak di sektor kesehatan dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), 3) Penelitian ini hanya menganalisis beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu *board diversity*, likuiditas, dan ukuran perusahaan, dan kinerja keuangan, 4) Penelitian ini hanya menggunakan satu proksi untuk mengukur variabel yang diteliti. Oleh karena itu, saran untuk penelitian selanjutnya adalah: 1) Menambahkan periode penelitian, 2) Memperluas cakupan penelitian ini ke sektor lainnya, 3) Memasukkan variabel lain yang mungkin berpengaruh terhadap nilai perusahaan, 4) Menggunakan beberapa proksi pengukuran untuk setiap variabel yang diteliti.

Daftar Pustaka

- Adiputra, I. G., & Hermawan, A. (2020). The effect of corporate social responsibility, firm size, dividend policy and liquidity on firm value: Evidence from manufacturing companies in Indonesia. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 11(6), 325–338.
- Asma, R., & Redawati. (2018). Pengaruh Mekanisme GCG, Kebijakan Investasi Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimediasi Oleh Kebijakan Pendanaan. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 71–85. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i1.62>
- Cahyadi, H. (2022). Beating the Third Generation Curse: A Theory on Intergenerational Perpetuation of Large Family Businesses. *Kindai Management Review*, 10, 89–114.
- Chasanah, A. N. (2018). Pengaruh Rasio Likuiditas, Profitabilitas, Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2017. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 39–47. <https://doi.org/10.33633/jpeb.v3i1.2287>
- Damayanti, N. M. E., & Darmayanti, N. P. A. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Profitabilitas, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Transportasi Dan Logistik. *E-Jurnal Manajemen*, 11(8), 1462–1482. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i08.p02>
- Darmayanti, N. W. D., & Antonio, T. (2018). Proses Mentoring Dalam Bisnis Keluarga Budaya Bali. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(4), 482–491.

- Dewi, L. A., & Praptoyo, S. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 11(2), 1–19. <https://doi.org/10.61132/keat.v1i2.149>
- Dewi, N. S. A., Khuzaini, & Djawoto. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Perusahaan Ritel Di Bei). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 10(1), 109–120. <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm>
- Donnelly, R. G. (1988). The Family Business. *Family Business Review*, 1(4), 427–445. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.1988.00427.x>
- Duppatti, G., Rao, N. V., Matlani, N., Scrimgeour, F., & Patnaik, D. (2019). Gender diversity and firm performance: evidence from India and Singapore. *Applied Economics*, 1–13. <https://doi.org/10.1080/00036846.2019.1676872>
- Estiasih, S. P., Yuniarsih, N., & Wajdi, M. B. N. (2019). The Influence of Corporate Social Responsibility Disclosure, Managerial Ownership and Firm Size on Firm Value in Indonesia Stock Exchange. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 9(9), 159–171.
- Gunadi, I. G. N. B., Wiksuana, I. G. B., Purbawangsa, I. B. A., & Rahyuda, H. (2020). Impact of Structural Capital and Company Size on the Growth of Firm Value through Financial Performance with Good Corporate Governance as a Moderating Variable: Property and Real Estate Business in Indonesia. *International Journal of Economics and Business Administration*, VIII(4), 332–352. <https://doi.org/10.35808/ijeba/591>
- Gunawan, M. B., & Suryani, S. (2024). Pengaruh Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Institusional Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Kesehatan. *Akuntansi Dan Ekonomi Pajak: Perspektif Global*, 1(3), 264–278. <https://doi.org/10.61132/aepgg.v1i3.390>
- Handayani, J. D., & Panjaitan, Y. (2019). Board Gender Diversity and its Impact on Firm Value and Financial Risk. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(3), 407–420. <https://doi.org/dx.doi.org/10.22441/mix.2019.v9i3.002>
- Hasanudin, Nurwulandari, A., Adnyana, I. M., & Loviana, N. (2020). The effect of ownership and financial performance on firm value of oil and gas mining companies in Indonesia. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 10(5), 103–109. <https://doi.org/10.32479/ijeep.9567>
- Hirdinis, M. (2019). Capital Structure and Firm Size on Firm Value Moderated by Profitability. *International Journal of Economics and Business Administration*, 7(1), 174–191. <https://doi.org/10.35808/ijeba/204>
- Jaworzyńska, M. (2021). Financial Liquidity and Profitability of Polish Self-Governing Public Health Care Institutions in 2016-2018. *Epidemiological Review/Przegląd ...*, 75(2), 277–287. <https://doi.org/https://doi.org/10.32394/pe.75.26>
- Joevanty, H., & Suzan, L. (2022). Pengaruh Intellectual Capital , Board Diversity , dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Mirai Management*, 7((3)), 247–255.
- JPNN.com. (2023). *Pandemi Berakhir, Kinerja Emiten Sektor Kesehatan Dinilai Kembali Positif*. <https://m.jpnn.com/news/pandemi-berakhir-kinerja-emiten-sektor-kesehatan-dinilai-kembali-positif>
- Kompas.com. (2022). *Riset: 70 Persen Perusahaan Keluarga di RI Tidak Bertahan hingga Generasi Kedua*. <https://money.kompas.com/read/2022/04/18/163000526/riset--70-persen-perusahaan-keluarga-di-ri-tidak-bertahan-hingga-generasi?page=all>
- Mariani, D., & Suryani. (2018). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Sosial Dan Kinerja Lingkungan Sebagai Variabel Moderator. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 59–78.
- Masyitah, E., & Harahap, K. K. S. (2018). Analisis Kinerja Keuangan Menggunakan Metode Rasio Likuiditas Dan Profitabilitas. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Kontemporer (JAKK)*, 1(1), 33–46.

- Miharja, I. S., Sormin, S. H., & Wisudanto. (2023). Analisis Gender Diversity Terhadap Kinerja Keuangan Dan Nilai Perusahaan Dengan Environmental, Social, Governance (ESG) Sebagai Variabel Moderating. *Sebatik*, 27(2), 499–508. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v27i2.2380>
- Mudjijah, S., Khalid, Z., & Astuti, D. A. S. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan yang Dimoderasi Variabel Ukuran Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1), 41–56. <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/akeu/article/view/839>
- Mujiono, F., & Hakim, A. D. M. (2021). Pengaruh Current Ratio, Debt To Equity Ratio, Return On Asset, dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sub Sektor Logam dan Sejenisnya yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016 – 2020). *10(1)*, 1–13.
- Nugraha, R. A., & Alfalisi, M. F. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas Dan Ukuran Perusaha Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Mirai Management*, 5(2), 370–377. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/download/627/351>
- Pramesti, A. A., & Nita, R. A. (2022). Pengaruh Diversitas Dewan Direksi Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan (JIAKu)*, 1(2), 188–198. <https://doi.org/10.24034/jiaku.v1i2.5369>
- Putri, E. M., & Amanah, L. (2024). Pengaruh Gender Diversity, Age Diversity dan Educational Background Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 13(3), 1–18.
- Qalby, Z. H., Komalasari, P. T., & Pradnyaswari, N. L. A. M. (2023). Enterprise Risk Management dan Nilai Perusahaan: Kepemilikan Keluarga Sebagai Variabel Moderasi. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 7(1), 106–120. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v7i1.307>
- Qureshi, M. A., Kirkerud, S., Theresa, K., & Ahsan, T. (2019). The impact of sustainability (environmental, social, and governance) disclosure and board diversity on firm value: The moderating role of industry sensitivity. *Business Strategy and the Environment*, 1–16. <https://doi.org/10.1002/bse.2427>
- Raharjanti, R. (2019). Gender Diversity, Struktur Kepemilikan, dan Kinerja Perusahaan: Studi Pada Perusahaan Perbankan di Indonesia. *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan*, 2(2), 133–142. <https://media.neliti.com/media/publications/254870-pengaruh-gender-diversity-eksekutif-terh-b351535b.pdf>
- Ristiani, L., & Sudarsi, S. (2022). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(2), 837–848. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i2.2336>
- Ross, S. A. (1977). The Determination of Financial Structure: The Incentive-Signalling Approach. *The Bell Journal of Economic*, 8(1), 23–40. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/3003485>
- Sari, R. D. P., Atmaja, H. E., & Hirawati, H. (2022). The Effect of Gender Diversity, Corporate Social Responsibility, and Capital Structure on Company Value in Energy Sector 2016-2020. *Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(4), 372–384. <https://doi.org/10.35145/procuratio.v10i4.2241>
- Sondakh, R. (2019). the Effect of Dividend Policy, Liquidity, Profitability and Firm Size on Firm Value in Financial Service Sector Industries Listed in Indonesia Stock Exchange 2015-2018 Period. *Accountability*, 8(2), 91–101. <https://doi.org/10.32400/ja.24760.8.2.2019.91-101>
- Uli, R., Ichwanudin, W., & Suryani, E. (2020). Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Struktur Modal Dan Profitabilitas. *Tirtayasa Ekonomika*, 15(2), 321–332. <https://doi.org/10.35448/jte.v15i2.6795>
- Wufron. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Serta Implikasinya Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 16(03), 140–153. <https://ijcrt.org/papers/IJCRT2010341.pdf>

Stevine Bunardi, Hadi Cahyadi

Yuliyanti, L., Waspada, I., Sari, M., & Nugraha, N. (2022). The Effect of Liquidity, Leverage, and Profitability on Firm Value with Firm Size as Moderating Variable. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 220(1), 88–92.
<https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220701.019>

Dampak Literasi Keuangan dan Pendapatan terhadap Keputusan Investasi dengan Perilaku Keuangan sebagai Variabel Intervening

Nadya Pambudianing Savira

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pekalongan

Meliza*

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pekalongan

* meliza_zafirizal@yahoo.com

Abstrak

Investasi kini menjadi salah satu cara masyarakat mengelola keuangan untuk mencapai kesejahteraan hidup. Penelitian ini mengkaji literasi keuangan dan pendapatan masyarakat kota Pekalongan serta dampaknya terhadap keputusan investasi dengan mempertimbangkan perilaku keuangan sebagai variabel intervening. *Partial least square structural equation modeling* (PLS-SEM) diaplikasi untuk mengukur dampak literasi keuangan terhadap perilaku keuangan, serta peranan perilaku keuangan sebagai variabel intervening. Analisis PLS-SEM mengindikasikan adanya pengaruh dengan arah yang sama pada literasi keuangan dan perilaku keuangan dengan nilai koefisien sebesar sebesar 0,340 dan t signifikansi pada 1%. Pendapatan dan perilaku keuangan juga menghasilkan pengaruh searah dengan nilai koefisien 0,386 dan signifikan pada 1%. Literasi keuangan dan keputusan investasi bergerak dengan arah yang sama, nilai koefisien 0,358 dan signifikan pada 1%. Pendapatan juga menghasilkan pengaruh dengan arah yang sama terhadap keputusan investasi dengan nilai koefisien 0,213 dan signifikan pada 5%. Sedangkan, perilaku keuangan gagal membuktikan keberhasilan peranannya sebagai variabel mediasi.

Kata Kunci; edukasi keuangan, instrumen keuangan, konsep keuangan

Pendahuluan

Kesejahteraan dapat dikatakan tercapai ketika terpenuhinya keinginan individu, dan melalui pengelolaan keuangan, individu dapat mencapai kesejahteraan hidup (Nurobikhainih et al., 2023). Peningkatan angka literasi keuangan mengindikasikan semakin tingginya kesadaran masyarakat tentang diversifikasi keuangan melalui sarana investasi seperti saham, reksa dana, dan real estat, dibandingkan hanya mengandalkan simpanan bank.

Saat ini terdapat fenomena dimana banyak orang memutuskan untuk berinvestasi terutama demi keuntungan di masa yang akan datang (Kulintang & Putri, 2024). Menurut Indonesia Central Securities Depository (2024), terjadi peningkatan jumlah investor pasar modal Indonesia dari 3.880.753 pada 2020 menjadi 12.326.700 pada awal 2024. Investasi pada reksa dana juga mengalami peningkatan dari 3.175.429 pada tahun 2020 menjadi 11.572.580 pada awal Januari 2024. Investasi pada saham dan surat berharga lainnya juga mengalami peningkatan dari 1.695.268 pada tahun 2020 menjadi 5.348.006 pada awal Januari 2024. Sedangkan jumlah investor pada Surat Berharga Negara (SBN) juga mengalami peningkatan dari 460.372 pada tahun 2020 menjadi 1.015.531 pada Januari 2024.

Keputusan investasi ialah peluang untuk menanamkan modal pada suatu jenis investasi yang berpotensi menghasilkan keuntungan di masa depan (Ilyas et al., 2024; Kulintang & Putri, 2024;

Widyatamaka & Anwar, 2023). Keputusan investasi merupakan kebijakan mempertimbangkan beberapa pilihan investasi guna mengambil keputusan investasi yang sesuai dengan harapan memaksimalkan keuntungan yang dicapai (A. D. Pratiwi et al., 2023). Individu yang membuat keputusan investasi mungkin bertindak rasional atau tidak rasional tergantung pada informasi yang tersedia bagi mereka. Bagi mereka yang memiliki pemahaman mendalam tentang literasi keuangan, pengetahuan tentang aspek keuangan seperti suku bunga, kondisi pasar, dan risiko kredit sangatlah penting. Hal ini memungkinkan mereka membuat keputusan investasi terbaik tergantung pada kondisi tertentu (Ilyas et al., 2024). Keputusan investasi harus dipertimbangkan dengan cermat (Widyatamaka & Anwar, 2023).

Literasi keuangan menjadi salah satu faktor dalam menentukan keputusan investasi. Menurut Kurniawan et al. (2020) literasi keuangan mengukur seberapa besar individu memahami dan menerapkan konsep keuangan dan dan menghindari permasalahan keuangan. Literasi keuangan mencakup keterampilan dan pengetahuan yang memungkinkan individu mengelola aspek keuangannya secara bijak dan efisien (Ilyas et al., 2024).

Keputusan investasi yang diambil seseorang juga dipengaruhi oleh pendapatan. Pendapatan adalah penjumlahan pendapatan yang diperoleh dari berbagai sumber, seperti upah, pendapatan dari penjualan barang dan jasa, keuntungan dari investasi, atau manfaat psikologis berupa uang, barang, atau kepuasan batin (Safryani et al., 2020). Pendapatan merujuk pada seluruh penghasilan yang diterima oleh seorang pekerja, pekerja, rumah tangga pada saat ikut serta dalam kegiatan perusahaan dan organisasi, atau pada saat menjalankan kegiatan usaha pribadi, baik dalam bentuk materiil maupun abstrak (Ilyas et al., 2024). Padahal hasil yang diterima seseorang dari suatu usaha atau jasanya selama jangka waktu tertentu (Putri & Andayani, 2022).

Selain literasi keuangan dan pendapatan, perilaku keuangan juga mempengaruhi keputusan investasi seseorang. Perilaku keuangan menggambarkan bagaimana individu mengatur sumber daya keuangannya serta mengambil keputusan terkait keputusan sumber dan penggunaan dana, serta perencanaan pensiun (Ratna Gumilang et al., 2023). Individu dengan perilaku keuangan yang baik akan mampu mengelola keuangannya. Hal ini mungkin terjadi karena masyarakat dengan perilaku keuangan yang baik cenderung mampu mengelola penggunaan sumber pendapatannya dengan lebih bijak (Widyatamaka & Anwar, 2023).

Beberapa penelitian terdahulu membuktikan bahwa literasi keuangan dapat mempengaruhi perilaku keuangan (Arkan et al., 2024; Hasanudin et al., 2022; Kurniawan et al., 2020; Putri & Andayani, 2022). Peneliti terdahulu juga membuktikan bahwa pendapatan dapat mempengaruhi perilaku keuangan (Afniatun, 2023; Ilyas et al., 2024; Nurobikhainih et al., 2023). Hasil penelitian terdahulu juga telah meneliti pengaruh pendapatan dapat mempengaruhi keputusan investasi (Etina Wati et al., 2024; Hasanudin et al., 2022; Ilyas et al., 2024 dan Putri & Andayani, 2022) dan pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan investasi Hasanudin et al., 2022; Kulintang & Putri, 2024; P. Pratiwi & Atmoko, 2022; Putri & Andayani, 2022). Namun, penggunaan perilaku keuangan sebagai variabel *intervening* masih minim jumlahnya. Oleh karena itu, penelitian ini mengaplikasikan perilaku keuangan dengan peranannya sebagai variabel *intervening*.

Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis

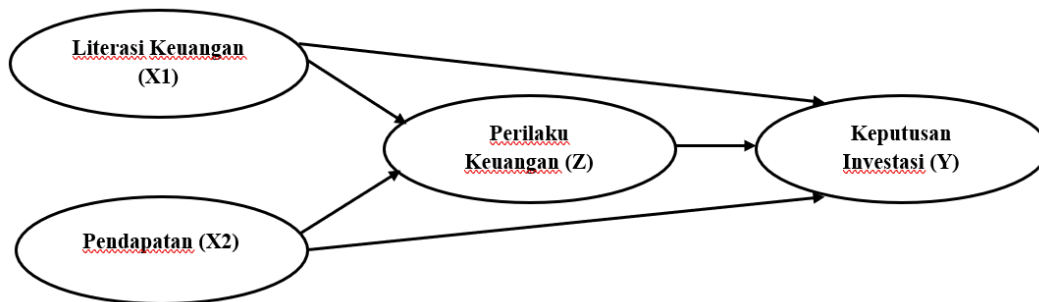
Theory of Planned Behavior

Theory of planned behavior dicetuskan oleh Azjen (1991). Teori ini didasarkan pada keyakinan bahwa informasi rasional selalu menjadi pertimbangan bagi manusia (Salerindra, 2020). *Theory of planned behavior* menyatakan bahwa perilaku individu itu penting dan dapat diprediksi, tetapi sikap seseorang juga dapat dipengaruhi oleh kendali yang dirasakan dan norma perilaku subjektif (P. Pratiwi

& Atmoko, 2022). Teori ini juga berasumsi bahwa perilaku seseorang ditentukan oleh keinginan yang dipengaruhi oleh sikap dan norma subjektif untuk bertindak atau tidak (Putri & Andayani, 2022).

Behavioral Financial Theory

Behavioral financial theory merupakan teori yang menjelaskan pengaruh psikologis terhadap keputusan individu mengenai kekayaan (Yulistiyani et al., 2023). Konsep teori keuangan perilaku menjelaskan bagaimana individu menggunakan, mengelola, dan mengelola sumber kekayaan di bawah pengaruh faktor psikologis (Yulistiyani et al., 2023). Semakin baik psikologis qatau kemampuan pengelolaan keuangan individu semakin baik juga kemapuan individu untuk menentukan keputusan investasi. Semakin baik pengaturan keuangan, semakin baik perencanaan dan keputusan investasi yang dihasilkan (Atmaningrum et al., 2021).



Gambar 1. Model Penelitian

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan

Berdasarkan, keputusan perilaku dibuat berdasarkan informasi yang rasional dan pengalamannya, dan ini selaras dengan teori *planned behavior* (Putri & Andayani, 2022). Literasi pada keuangan dapat mempengaruhi perilaku dan inklusi keuangan, dan pada akhirnya meningkatkan ketahanan keuangan terhadap guncangan ekonomi yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi (Otoritas Jasa Keuangan, 2021). Beberapa literatur sebelumnya telah menunjukkan hubungan yang signifikan antara literasi keuangan dan perilaku keuangan (Arkan et al., 2024; Hasanudin et al., 2022; Kurniawan et al., 2020; Putri & Andayani, 2022) dan hasilnya perilaku keuangan dapat dipengaruhi secara positif oleh tingkat literasi keuangan yang memadai.

H₁: literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan.

Pengaruh Pendapatan terhadap Perilaku Keuangan

Pendapatan merupakan motivasi individu dalam bertindak atau berperilaku. Orang-orang dengan penghasilan lebih tinggi cenderung bertanggung jawab dalam mengelola keuangannya ketika yakin bahwa dana yang mereka miliki memberikan peluang untuk bertindak secara bertanggung jawab. *Behavioral financial theory* menjabarkan bahwa fenomena psikologis individu mempengaruhi tingkah perilaku keuangan (Afniatun, 2023). Hal ini sejalan dengan Afniatun, (2023), Ilyas et al., (2024), Nurobikhainih et al., (2023) yang memperoleh hasil bahwa perilaku keuangan dipengaruhi secara positif dan bermakna oleh pendapatan.

H₂: pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan.

Pengaruh Perilaku Keuangan terhadap Keputusan Investasi

Perilaku keuangan berkaitan dengan perilaku manusia dalam pengelolaan keuangan. Keputusan investasi yang sukses dihasilkan melalui tujuan, rencana, dan keterampilan manajemen keuangan yang baik (Putri & Andayani, 2022). Hal ini sesuai dengan *behavioral financial theory* yang menyatakan bahwa semakin baik kemampuan manajemen keuangan seseorang, maka semakin baik pula

kemampuannya dalam merencanakan investasi dan mengambil keputusan. Beberapa riset terdahulu terkait hubungan perilaku keuangan dengan keputusan investasi antara lain pernah dilakukan oleh Etina Wati et al., (2024), Hasanudin et al., (2022), Ilyas et al., (2024)

H₃: perilaku keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi

Literasi keuangan merupakan informasi, kemampuan dan kepercayaan diri untuk meningkatkan pengelolaan keuangan serta membentuk sikap dan perilaku yang bertujuan untuk mengambil keputusan yang mengarah pada pencapaian kekayaan (Kulintang & Putri, 2024). Peningkatan pengetahuan keuangan dapat meningkatkan keputusan investasi. Hasanudin et al., (2022), Kulintang & Putri (2024), P. Pratiwi & Atmoko (2022), Putri & Andayani (2022) dan (Sari et al., 2023). Rahadi & Stevanus, (2020) juga menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan seseorang dapat mempengaruhi keputusan investasi.

H₄: literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi.

Pengaruh Pendapatan terhadap Keputusan Investasi

Ketika pendapatan seseorang meningkat, kemampuan finansialnya dalam mengalokasikan dana untuk investasi meningkat (Ilyas et al., 2024). Sementara, penurunan pendapatan dapat menurunkan keputusan investasi. Penelitian yang dilakukan oleh Ilyas et al., (2024), A. D. Pratiwi et al., (2023), Primasari et al., (2024), Safryani et al., (2020), dan Wati et al., (2024) menunjukkan pengaruh positif antara kedua variabel.

H₅: pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi melalui Perilaku Keuangan

Perilaku keuangan yang tepat dan bijaksana untuk mengambil keputusan diperlukan untuk mendukung literasi keuangan. Perilaku keuangan diperlukan untuk penetapan tujuan keuangan, perencanaan keuangan, pengelolaan keuangan, dan dorongan pribadi dalam mengambil keputusan keuangan seperti keputusan investasi (Putri & Andayani, 2022). Beberapa literatur sebelumnya telah memperoleh hasil bahwa perilaku keuangan mampu memediasi dampak literasi keuangan terhadap keputusan investasi (Hasanudin et al., 2022; P. Pratiwi & Atmoko, 2022; Putri & Andayani, 2022).

H₆: literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi melalui perilaku keuangan.

Pengaruh Pendapatan terhadap Keputusan Investasi melalui Perilaku Keuangan

Keputusan investasi dapat diperengaruhi oleh pendapatan individu. Namun, pengaruh ini tidak hanya langsung, melainkan juga dapat dipengaruhi oleh perilaku keuangan individu. Perilaku keuangan, yang mencerminkan cara seseorang mengelola dan merencanakan keuangan mereka, berperan penting dalam menjembatani hubungan antara pendapatan dan keputusan investasi. Dengan demikian, pendapatan yang lebih tinggi diharapkan akan mendorong perilaku keuangan yang lebih terencana dan bijaksana, yang pada gilirannya meningkatkan keputusan investasi yang lebih baik.

H₇: pendapatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi melalui perilaku keuangan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan literasi keuangan dan pendapatan sebagai variabel independen. Sedangkan keputusan investasi digunakan sebagai variabel dependen. Sementara, perilaku keuangan digunakan sebagai variabel intervening. Sampel penelitian dipilih menggunakan teknik *convenience sampling*, yaitu sampel hanya dipilih berdasarkan *conveniently/readily available* (Rawung, 2020).

Total sampel sebanyak 125 responden yang merupakan masyarakat kota Pekalongan. *PLS-SEM* digunakan untuk menganalisis dampak literasi keuangan dan pendapatan terhadap keputusan investasi, serta peranana perilaku keuangan sebagai variabel moderasi.

PLS-SEM digunakan untuk menilai *outer model* dan *inner model*. Pada uji *outer model*, *loading factor* ≥ 0.7 , artinya ideal, sedangkan *loading factor* ≥ 0.5 masih dapat diterima. *Discriminant validity* dievaluasi melalui *cross loading*. Sedangkan reliabilitas diuji menggunakan *composite reliability*. Nilai *composite reliability* $> 0,07$ menandakan reliabilitas yang tinggi.

Sementara, analisis *inner model* digunakan untuk uji kecocokan model, variabel determinasi, dan *predictive relevance*. Uji kecocokan model digunakan *Average Path Coefficient (APC)*, *Average R-square (ARS)* dan *Average Varians Factors (AVIF)* dengan syarat *p-value* $< 0,05$. *Goodness of Fit (GOF)* diaplikasikan untuk validasi model PLS dengan kriteria GoF kecil berada pada rentang 0-0.25, GoF moderat berada pada rentang 0,25-0,36, sedangkan GoF besar $> 0,36$. Sedangkan *predictive relevance* digunakan untuk memvalidasi model.

Pembahasan

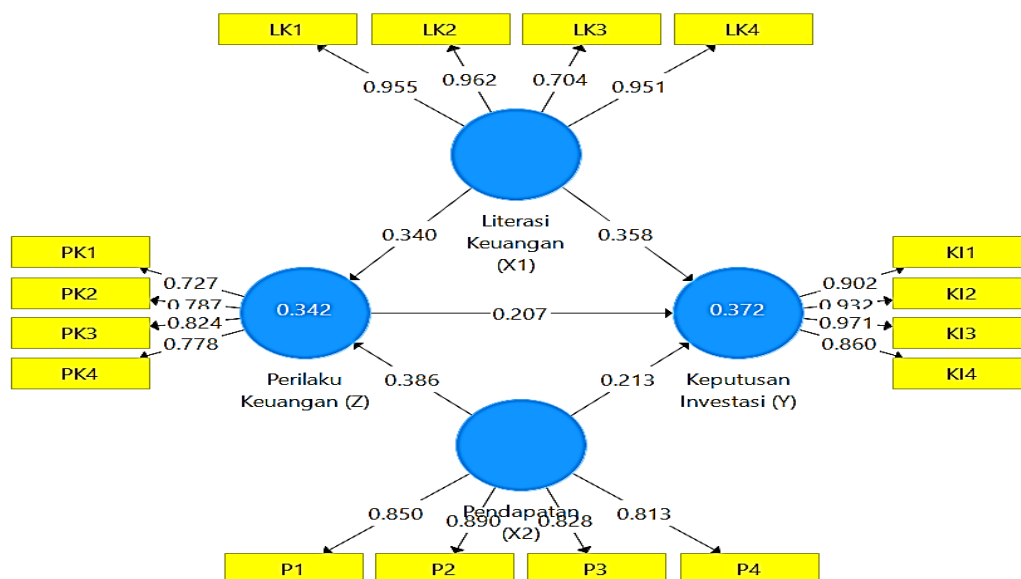
Uji Measurement Model

Gambar 2. menunjukkan nilai *outer loading* seluruh variabel X1, X2, Z, dan Y lebih besar dari 0.5 sehingga dapat dikatakan data valid. Sedangkan, berdasarkan hasil pada Tabel 1, nilai AVE setiap variabel $> 0,05$ atau *discriminant validity* telah terpenuhi.

Tabel 1. Hasil Uji *Discriminant Validity*

Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Literasi Keuangan (X1)	0,841
Pendapatan (X2)	0,809
Perilaku Keuangan (Z)	0,715
Keputusan Investasi (Y)	0,608

(Referensi: Output SmartPLS 3, 2024)



Gambar 2. Hasil Uji *Convergent Validity*

(Referensi: Output SmartPLS 3, 2024)

Berdasarkan hasil pada Tabel 1. dapat diketahui bahwa nilai AVE setiap variabel lebih besar dari 0.5 sehingga *discriminant validity* telah terpenuhi.

Tabel 2. Nilai Akar AVE (*Fornell Larcker Criterion*)

Variabel	Keputusan Investasi (Y)	Literasi Keuangan (X1)	Pendapatan (X2)	Perilaku Keuangan (Z)
Keputusan Investasi (Y)	0,917			
Literasi Keuangan (X1)	0,515	0,900		
Pendapatan (X2)	0,419	0,295	0,846	
Perilaku Keuangan (Z)	0,473	0,453	0,486	0,780

(Referensi: Output SmartPLS 3, 2024)

Berdasarkan hasil pada Tabel 3. dapat diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha dan nilai rho_A setiap variabel > 0.7; dan nilai Composite Reliability setiap variabel > 0.6; semuanya telah memenuhi syarat untuk dapat dikatakan reliabel.

Tabel 3. Hasil Uji *Construct Reliability*

Variabel	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability
Keputusan Investasi (Y)	0,936	0,937	0,955
Literasi Keuangan (X1)	0,915	0,917	0,944
Pendapatan (X2)	0,874	0,932	0,909
Perilaku Keuangan (Z)	0,785	0,790	0,861

(Referensi: Output SmartPLS 3, 2024)

Uji *Structural Model (Inner Model)*

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dapat dilihat hasilnya pada tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Pengaruh Langsung (*Direct Effect*)

Variabel	Original Sample (O)	P Values	Kesimpulan
Literasi Keuangan (X1) → Perilaku Keuangan (Z)	0,340	0,000	H ₁ diterima
Pendapatan (X2) → Perilaku Keuangan (Z)	0,386	0,000	H ₂ diterima
Perilaku Keuangan (Z) → Keputusan Investasi (Y)	0,207	0,092	H ₃ ditolak
Literasi Keuangan (X1) → Keputusan Investasi (Y)	0,358	0,000	H ₄ diterima

Pendapatan (X2) → Keputusan Investasi (Y)	0.213	0.017	H ₅ diterima
-------------------------------------------	-------	-------	-------------------------

(Referensi: Data Diolah, 2024)

Tabel 5. Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

Variabel	Original Sample (O)	P Values	Kesimpulan
Literasi Keuangan (X1) → Perilaku Keuangan (Z) → Keputusan Investasi (Y)	0,070	0,141	H ₆ ditolak
Pendapatan (X2) → Perilaku Keuangan (Z) → Keputusan Investasi (Y)	0,080	0,147	H ₇ ditolak

(Referensi: Data Diolah, 2024)

Hasil analisis PLS-SEM menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara literasi keuangan dan perilaku keuangan, sehingga hipotesis pertama (H₁) diterima. Hasil temuan ini selaras dengan Arkan et al., (2024), Hasanudin et al., (2022), Kurniawan et al., (2020), Putri & Andayani (2022), dan Sari et al., (2023). Sesuai dengan *theory of planned behavior*, individu dengan literasi keuangan yang tinggi dapat memahami dan mengatur keuangan mereka secara bijak, termasuk dalam hal perencanaan anggaran, pengelolaan utang, dan investasi. Pengetahuan keuangan yang baik memberikan rasa percaya diri dan kontrol lebih besar dalam pengambilan keputusan keuangan, sehingga mendorong perilaku keuangan yang lebih baik dan lebih terarah. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan dapat berdampak signifikan dalam meningkatkan perilaku keuangan yang sehat.

Analisis PLS-SEM juga mengindikasikan pengaruh yang positif signifikan antara pendapatan dan perilaku keuangan, artinya hipotesis kedua (H₂) diterima. Hasil penelitian mendukung temuan (Afniatun, 2023; Ilyas et al., 2024; Nurobikhainih et al., 2023) yang memperoleh hasil bahwa perilaku keuangan dipengaruhi secara positif dan bermakna oleh pendapatan. *Behavioral financial theory* menekankan bahwa keputusan keuangan individu tidak selalu rasional dan sering dipengaruhi oleh faktor psikologis serta emosional. Seiring meningkatnya pendapatan, individu biasanya merasa lebih percaya diri dan aman dalam mengambil keputusan keuangan. Dengan pendapatan yang lebih tinggi, mereka cenderung lebih terbuka terhadap pengelolaan keuangan yang baik, seperti menabung atau berinvestasi, karena merasa memiliki ruang finansial yang cukup. Kepercayaan diri dan optimisme yang meningkat inilah yang mendorong perilaku keuangan yang lebih positif.

Temuan studi memperlihatkan hasil bahwa perilaku keuangan tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi, sehingga hipotesis ketiga (H₃) ditolak. Temuan tidak sejalan dengan penelitian oleh Etina Wati et al., (2024), Hasanudin et al., (2022), Ilyas et al., (2024). Namun sejalan dengan Nurobikhainih et al. (2023). Individu atau investor cenderung memiliki perilaku tertentu dalam mengelola keuangan pribadi, perilaku tersebut tidak selalu berhubungan langsung dengan pengambilan keputusan investasi.

Temuan studi menunjukkan hasil signifikan dari pengaruh literasi keuangan pada keputusan investasi. Hasil ini didukung oleh Hasanudin et al., (2022), Kulintang & Putri, (2024), P. Pratiwi & Atmoko, (2022), Putri & Andayani, (2022). *Behavioral financial theory* menekankan bahwa individu yang memiliki pengetahuan keuangan yang memadai cenderung lebih rasional dalam mengelola risiko dan peluang investasi. Literasi keuangan membantu investor memahami produk keuangan, diversifikasi risiko, dan strategi investasi yang mengoptimalkan keuntungan.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pendapatan memiliki pengaruh searah dan signifikan terhadap keputusan investasi, artinya hipotesis kelima (H_5) diterima. Hasil tersebut seirama dengan temuan oleh Ilyas et al., (2024), A. D. Pratiwi et al., (2023), Primasari et al., (2024), Safryani et al., (2020), dan Wati et al., (2024). Semakin tinggi pendapatan individu, semakin banyak pula sumber daya yang tersedia untuk diinvestasikan. Kecenderungan individu dengan pendapatan yang lebih tinggi dan fleksibilitas keuangan yang lebih besar, memungkinkan mereka untuk mengambil risiko yang lebih tinggi dan mengeksplorasi peluang investasi yang lebih luas. Ketersediaan dana yang lebih besar mendorong perilaku investasi yang lebih aktif, sehingga peningkatan pendapatan secara langsung memengaruhi keputusan untuk berinvestasi.

Analisis PLS-SEM menunjukkan ketidakberhasilan perilaku keuangan sebagai variabel mediasi. Hasil tersebut bertentangan dengan Hasanudin et al., (2022), P. Pratiwi & Atmoko, (2022), dan Putri & Andayani, (2022).

Kesimpulan

Berlandaskan hasil pengujian, diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel literasi keuangan dan pendapatan pada perilaku keuangan. Literasi keuangan dan pendapatan terhadap keputusan investasi juga menghasilkan pengaruh yang searah dan signifikan. Sementara, tidak adanya pengaruh yang signifikan antara perilaku keuangan terhadap keputusan investasi. Selain itu, perilaku keuangan gagal berperan memediasi pengaruh literasi keuangan dan pendapatan terhadap keputusan investasi.

Hasil analisis memberikan gambaran pentingnya literasi keuangan dan pendapatan dalam membentuk perilaku serta keputusan keuangan individu. Meskipun perilaku keuangan tidak secara langsung mempengaruhi keputusan investasi, temuan ini menggarisbawahi bahwa peningkatan literasi keuangan dan pendapatan memiliki dampak signifikan dalam mendorong pengambilan keputusan investasi yang lebih baik. Temuan ini dapat menjadi acuan untuk mengembangkan kebijakan edukasi keuangan yang lebih fokus, guna meningkatkan partisipasi investasi di kalangan masyarakat.

Penelitian berikutnya dapat menggunakan variabel mediasi lain seperti *financial technology*, atau faktor sosial. Saran pemerintah adalah untuk dapat memberdayakan media sosial secara lebih efektif untuk menaikkan tingkat literasi keuangan di masyarakat.

Daftar Pustaka

- Afniatun, N. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Pendapatan Terhadap Kesejahteraan Keuangan Keluarga di Desa Rato Kecamatan Bolo Kabupaten Bima Melalui Perilaku Keuangan Sebagai Variabel Intervening*. Universitas Islam Negeri Mataram.
- Arkan, S. M., Widiyanti, M., Muthia, F., & Andriana, I. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan dengan Sikap Keuangan Sebagai Variabel Intervening Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(5), 3453–3464. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i5.998>
- Atmaningrum, S., Kanto, D. S., & Kisman, Z. (2021). Investment Decisions: The Results of Knowledge, Income, and Self-Control. *Journal of Economics and Business*, 4(1), 100–112. <https://doi.org/10.31014/aior.1992.04.01.324>
- Azjen, I. (1991). The Theory Of Planned Behavior. *Organizational Behavioral And Human Decision Processes*, 179–211. <https://doi.org/10.47985/dcidj.475>
- Hasanudin, H., Nurwulandari, A., & Caesariawan, I. (2022). Pengaruh literasi keuangan, efikasi keuangan, dan sikap keuangan terhadap keputusan investasi melalui perilaku keuangan. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(2), 581–597.

<https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i2.2318>

- Ilyas, A., Nuryati, A., Suryadi, D., & Yeni, F. (2024). Peran Perilaku Keuangan Dalam Memediasi Pengaruh Literasi Keuangan dan Pendapatan Terhadap Keputusan Berinvestasi. *JURNAL AKUNTANSI DAN KEUANGAN (JAK)*, 12(2), 216–227.
- Indonesia Central Securities Depository. (2024). Statistik Pasar Modal Indonesia. In *Publikasi PT Kustodian Sentral Efek Indonesia*. https://www.ksei.co.id/publications/demografi_investor
- Kulintang, A., & Putri, E. (2024). Peran Literasi Keuangan, Risk Tolerance, Overconfidence Serta Financial Technology dalam Mendorong Keputusan Investasi. *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)*, 11(1), 39–55. <https://doi.org/10.35838/jrap.2024.011.01.04>
- Kurniawan, H., Nurwati, S., & Sarlawa, R. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Keuangan Dan Perilaku Keuangan Sebagai Variabel Intervening Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Palangka Raya. *Jurnal Manajemen Sains Dan Organisasi*, 1(1), 50–63. <https://doi.org/10.52300/jmso.v1i1.2372>
- Meirisa, F., & Andreansyah, R. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Dengan Perilaku Keuangan Sebagai Variabel Intervening Penduduk Kecamatan Ilir Timur I Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 12(1), 102–111.
- Nurobikhainih, M., Wahyuni, I., & Pramitasari, T. D. (2023). Pengaruh Pendapatan dan Sikap Keuangan Terhadap Keputusan Investasi dengan Perilaku Keuangan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Nasabah PT. Amarta Mikro Fintek Point Panarukan). *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(3), 527. <https://doi.org/10.36841/jme.v2i3.3266>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021 - 2025. *Ojk.Go.Id*, 1–130.
- Pratiwi, A. D., Indriasari, I., & Meiriyanti, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan, Modal Minimal, Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Keputusan Investasi Karyawan. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 3(5), 867–876. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v3i5.525>
- Pratiwi, P., & Atmoko, A. D. (2022). Efek Mediasi Perilaku Keuangan Pada Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Bagi Pelaku Umkm Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Keunis*, 11(1), 13–26. <https://doi.org/10.32497/keunis.v11i1.3943>
- Prawitasari, P. P. (2024). Kaitan Mental Accounting Dan Perilaku Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Investor Milenial Post Pandemi Covid 19. *Jurnal Akuntansi Manado (JAIM)*, 5(1), 250–261. <https://doi.org/10.53682/jaim.vi.5863>
- Primasari, R., Gati, V., & Rahayu, S. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Resiko, Perilaku Keuangan, dan Pendapatan Terhadap Keputusan Investasi Pada PNS Badan Pengelola Keuangan dan Aset Daerah Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 12(3), 292–301. <https://doi.org/10.26740/akunesa>
- Putri, K. A. S., & Andayani, S. (2022). Literasi Keuangan dan Pendapatan terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa dengan Perilaku Keuangan sebagai Variabel Intervening. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(2), 1075–1089. <https://doi.org/10.31539/jomb.v4i2.4715>
- Rahadi, D. R., & Stevanus, Y. (2020). Persepsi Dan Pengambilan Keputusan Milenial Terhadap Instumen Investasi Masa Depan : Studi Literatur. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3(2), 162–177. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v3i2.129>
- Ratna Gumilang, R., Amanda, H., & Ginanjar, Y. (2023). Impact Motivasi Investasi, Literasi Keuangan, dan Perilaku Keuangan Terhadap Keputusan Investasi. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(1), 91–100. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i1.3033>
- Rawung, D. T. (2020). Metode Penarikan Sampel. In *Pusat Pendidikan dan Pelatihan Badan Pusat Statistik RI*.
- Safryani, U., Aziz, A., & Triwahyuningtyas, N. (2020). Analisis Literasi Keuangan, Perilaku

- Keuangan, Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Investasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, Vol. 8 No.(3), 319–332.
- Salerindra, B. (2020). Determinan Keputusan Investasi Mahasiswa Pada Galeri Investasi Perguruan Tinggi Di Surabaya Dan Malang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1), 157–173.
- Sari, A. W., Purwanto, B., & Viana, E. D. (2023). Literasi keuangan dan faktor yang memengaruhi minat pelaku umkm berinvestasi di pasar modal: analisis theory of planned behavior. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 6(3), 314–327. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v6i3.279>
- Siregar, D. K., & Anggraeni, D. R. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa. *Bussman Journal : Indonesian Journal of Business and Management*, 2(1), 96–112.
- Wati, E., Andriana, I., & Thamrin, K. M. H. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan, dan Pendapatan terhadap Keputusan Investasi pada Mahasiswa yang Bergabung di PT. Melia Sehat Sejahtera Lampung. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(6), 4510–4521. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i6.1798>
- Widyatamaka, S., & Anwar, M. (2023). Pengaruh Pengalaman Keuangan dan Perilaku Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Pada Pekerja di Surabaya. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(3), 2647–2657.
- Yoanda, M. A., & Devi, Y. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan Terhadap Keputusan Investasi di Pasar Modal. *Dinamika Kreatif Manajemen Strategis*, 06(3), 101–110.
- Yulistiyani, A., Rapini, T., & Setiawan, F. (2023). Analisis Faktor Financial Knowledge, Financial Behavior, Overconfidence, dan Pendapatan terhadap Keputusan Investasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(1), 41–56. <https://doi.org/10.32502/jimn.v13i1.6452>

PENGARUH KEPEMIMPINAN, KEDISIPLINAN TERHADAP KINERJA GURU DI UPTD SEKOLAH MENENGAH PERTAMA NEGERI 10 SINJAI KABUPATEN SINJAI

Darmawati A¹

Universitas Wirabakti Makassar, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ciputra Makassar

St Salmah Sharon^{2*}

Universitas Wirabakti Makassar, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ciputra Makassar

Abdul Haris³

Universitas Wirabakti Makassar, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ciputra Makassar

salmah.sharon@ciputra.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh kepemimpinan dan kedisiplinan terhadap kinerja guru di UPTD Sekolah Menengah Pertama Negeri 10 Sinjai, Kabupaten Sinjai. Kepemimpinan dalam konteks pendidikan dipahami sebagai kemampuan untuk memberikan arahan, motivasi, dan dukungan yang diperlukan untuk meningkatkan efektivitas kerja. Disiplin, di sisi lain, mencakup ketaatan terhadap aturan, ketertiban, dan konsistensi dalam pelaksanaan tugas. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarluaskan kepada guru-guru di UPTD tersebut. Analisis data dilakukan menggunakan teknik regresi untuk menilai hubungan antara variabel kepemimpinan, kedisiplinan, dan kinerja guru. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepemimpinan yang efektif memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kinerja guru. Kepemimpinan yang mampu menginspirasi, memberikan arahan yang jelas, dan memfasilitasi pengembangan profesional berkontribusi terhadap motivasi dan kualitas pengajaran guru. Di sisi lain, tingkat kedisiplinan guru juga mempengaruhi kinerja mereka secara langsung. Guru-guru yang disiplin cenderung memiliki produktivitas yang lebih tinggi dalam melaksanakan tugas-tugas pendidikan.

Kata Kunci: Kepemimpinan, Kedisiplinan, Kinerja Guru, UPTD Sekolah Menengah Pertama Negeri 10 Sinjai, Kabupaten Sinjai

Pendahuluan

Peningkatan kualitas pendidikan di Indonesia merupakan prioritas utama dalam pembangunan sumber daya manusia. Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kualitas pendidikan adalah kinerja guru. Kinerja guru sangat dipengaruhi oleh berbagai aspek, seperti kepemimpinan kepala sekolah dan kedisiplinan guru itu sendiri. Kepemimpinan kepala sekolah yang efektif dapat menciptakan iklim sekolah yang mendukung dan memotivasi guru untuk bekerja dengan lebih baik. Kepemimpinan yang kuat dan penuh perhatian dapat membantu guru dalam mengatasi tantangan yang dihadapi dalam proses pembelajaran. Penelitian oleh Ahmad (2018) menunjukkan bahwa kepemimpinan kepala sekolah yang efektif berhubungan positif dengan peningkatan kinerja guru di sekolah. Sebaliknya, kedisiplinan guru juga memiliki pengaruh besar terhadap kinerja mereka. Guru yang disiplin dalam menjalankan tugasnya, seperti hadir tepat waktu dan mematuhi prosedur yang ada, cenderung memiliki kinerja yang lebih baik.

Kepala sekolah selaku pemimpin di lembaga sekolah mempunyai tanggung jawab. Peran kepala sekolah dalam meningkatkan kedisiplinan guru (A,BawameneWi 2021). Kepala sekolah merupakan pemimpin yang sangat penting, karena lebih dekat dan langsung berhubungan dengan pelaksanaan program pendidikan, yaitu guru. Program pendidikan dapat terlaksana atau tidaknya tergantung pada kecakapan dan kebijaksanaan kepala sekolah sendiri sebagai pemimpin pendidikan.

Kepala Sekolah harus berusaha menanamkan, memajukan yakni pembinaan mental, moral, fisik dan artistic (A Siahaan, A Fitri, FA Harahap 2023}. Keberhasilan suatu sekolah mencapai tujuan yang diharapkan sangat tergantung pengelolaan segala sumber daya yang dimiliki sekolah. Sumber daya sekolah yang memadai bukan jaminan terwujudnya harapan-harapan warga sekolah yang telah merumuskan menjadi tujuan sekolah jika kepala sekolah tidak mampu melaksanakan tugas pokok dan fungsinya dengan baik . Pengelolaan secara baik dan benar perlu dilaksanakan di sekolah sebagai tempat pelaksanaan proses belajar mengajar.

Kemampuan yang dimiliki pemimpin pendidikan yaitu kepala sekolah ada hubungannya dengan keberhasilan pada lembaga pendidikan yaitu sekolah. Sekolah yang efektif yaitu sekolah yang mempunyai kepemimpinan yang kuat, memiliki fokus kelulusan yang jelas, mempunyai keinginan yang besar terhadap peserta didik, mempunyai ruang lingkup sekolah yang aman serta teratur, dan melaksanakan pengawasan terhadap seluruh rangkaian kegiatan yang telah dicapai (Wahyosumidjo, 2015:83.

Apabila hasilnya masih jauh dengan harapan kemungkinan hal tersebut timbul akibat perilaku beberapa yang tidak mematuhi kedisiplinan dalam menjalankan tugas beserta tanggung jawab, tidak menghargai waktu dan banyaknya yang tidak hadir. Ini searah dengan teori yang dikemukakan oleh Fathoni (2006) yaitu semakin berprestasi seseorang maka semakin tunduklah orang tersebut terhadap peraturan dan memiliki sifat disiplin. (Aswan, 2021:5324)

Kedisiplinan sangat berpengaruh terhadap kinerja guru di sekolah.Kinerja guru di sekolah sangat penting perannya dalam tercapainya tujuan sekolah. Masalah kinerja menjadi pantauan dari berbagai pihak, kinerja pemerintah bisa di nikmati masyarakat dan kinerja guru bisa dinikmati oleh siswa maupun orang tua siswa. Berbagai usaha dilakukan agar tercapainya kinerja yang baik. Pemerintah sudah memberikan perhatian kepada dunia pendidikan dan sudah disosialisasikan, anggaran pendidikan yang diamanatkan Undang-Undang sudah mulai dilaksanakan. Maka seharusnya kinerja guru menjadi prioritas dari semua pihak.

Hasil observasi awal yang dilaksanakan oleh peneliti di Kabupaten Sinjai khususnya di Kecamatan Tellulimpoe, didapati berbagai perilaku- perilaku guru dalam hal mengenai kedisiplinan, seperti terlambat datang ke sekolah, tidak masuk mengajar, dan bahkan cepat pulang sekolah. Perilaku-perilaku guru yang demikian merupakan indikasi bahwa kepala sekolah kurang memainkan peranannya dalam meningkatkan kedisiplinan warganya. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik mengangkat sebuah judul penelitian pada sekolah di Sinjai tentang “ Pengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan, Kinerja Guru, UPTD Sekolah Menengah Pertama Negeri 10 Sinjai, Kabupaten Sinjai.

Di UPTD Sekolah Menengah Pertama Negeri 10 Sinjai, Kabupaten Sinjai, upaya untuk meningkatkan kinerja guru menjadi perhatian penting. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepemimpinan kepala sekolah dan kedisiplinan terhadap kinerja guru. Kinerja guru yang tinggi dapat meningkatkan kualitas pembelajaran di sekolah, yang pada gilirannya akan berdampak pada kemajuan siswa. Menurut Sukardi (2019), kedisiplinan guru dalam menjalankan tugasnya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kualitas pembelajaran yang diberikan. Oleh karena itu, dengan memahami pengaruh kedisiplinan dan kepemimpinan terhadap kinerja guru, diharapkan dapat ditemukan langkah-langkah yang lebih efektif untuk meningkatkan kualitas pendidikan di SMP Negeri 10 Sinjai.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan ini bertujuan untuk mengumpulkan data terkait perilaku, sikap, keyakinan, karakter, serta hubungan antar variabel sosial dan psikologis dari responden yang berasal dari populasi tertentu, baik mengenai kondisi saat ini maupun masa lalu. Data diperoleh melalui penyebaran angket yang bersifat sederhana dan fokus pada pengambilan kesimpulan berdasarkan kejadian yang diamati (Sugiyono, 2021:57).

Penelitian ini dilakukan di Sekolah Menengah Pertama Negeri 10 Sinjai, Kabupaten Sinjai, dengan populasi yang terdiri dari seluruh guru yang mengajar di sekolah tersebut. Populasi ini mencakup para guru yang terlibat langsung dalam proses pembelajaran dan berinteraksi dengan kepala sekolah dalam kegiatan sehari-hari. Dari populasi yang ada, peneliti mengambil sampel sebanyak 30 responden yang dipilih secara purposive, yaitu dengan mempertimbangkan kriteria tertentu yang relevan dengan fokus penelitian. Responden ini terdiri dari guru yang memiliki pengalaman mengajar di sekolah tersebut, serta yang mampu memberikan informasi terkait dengan peran kepala sekolah, kedisiplinan guru, dan kinerja guru di sekolah tersebut.

Data penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 30 responden yang dipilih. Kuesioner ini disusun berdasarkan indikator yang relevan untuk mengukur tiga variabel utama, yaitu peran kepala sekolah, kedisiplinan guru, dan kinerja guru. Setiap pertanyaan dalam kuesioner menggunakan skala Likert untuk mengukur seberapa besar pengaruh masing-masing variabel terhadap kinerja guru. Kuesioner ini kemudian disebarkan kepada guru di Sekolah Menengah Pertama Negeri 10 Sinjai, yang diminta untuk memberikan penilaian terhadap peran kepala sekolah dan kedisiplinan yang mereka rasakan, serta bagaimana hal tersebut memengaruhi kinerja mereka dalam proses pengajaran.

Setelah data terkumpul, analisis data dilakukan menggunakan teknik statistik kuantitatif dengan bantuan software SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)(Suharyadi, 2017). Langkah pertama dalam analisis adalah menguji normalitas data menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov untuk memastikan bahwa data yang diperoleh berdistribusi normal. Kemudian, untuk menganalisis hubungan antar variabel, dilakukan uji korelasi untuk mengetahui kekuatan dan arah hubungan antara peran kepala sekolah, kedisiplinan guru, dan kinerja guru. Selanjutnya, uji regresi dilakukan untuk mengidentifikasi seberapa besar pengaruh peran kepala sekolah dan kedisiplinan guru terhadap kinerja guru secara keseluruhan. Hasil analisis ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja guru di sekolah tersebut.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan Kuantitatif. Pendekatan ini adalah cara untuk memperoleh data saat ini atau masa lalu tentang perilaku, sikap, keteguhan, anggapan, watak, variabel relasional dan pengujian hipotesis pada sepengaruhkat variabel sosiologis dan psikologis dari responden yang berasal dari populasi tertentu, data dikumpulkan dengan cara menyebarkan angket yang tidak komprehensif dan memiliki kecenderungan dalam mengambil kesimpulan dari suatu kejadian (Sugiyono, 2021:57). Hubungan diantara beberapa variabel dalam pendekatan ini dianalisis dengan keobjektifan teori. Penelitian ini akan berlangsung selama kurang lebih tiga bulan setelah seminar proposal dilaksanakan. Dalam waktu yang relatif cukup ini dimana peneliti mengambil data kegiatan dalam proses pembelajaran serta manajemen meningkatkan kedisiplinan guru. Adapun guru yang mengajar di SMP Negeri 10 Sinjai Kabupaten Sinjai sebanyak 30 orang. Teknik pemilihan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah Teknik Total Sampling. yaitu penggunaan keseluruhan populasi untuk dijadikan objek penelitian. Pada populasi dibawah 100 alangkah baiknya penelitian

yang digunakan yaitu dengan sensus (total sampling), sebagai responden pemberi informasi maka keseluruhan populasi tersebut merupakan sampel (Sugiyono, 2021:127).

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum. Data dideskripsikan adalah peranan kepala sekolah dan kedisiplinan guru berdasarkan karakteristik responden. Adapun analisis deskriptif yang digunakan adalah min (nilai rata-rata) dan standar deviasi. Sedangkan untuk menguji hipotesis penelitian, maka digunakan analisis statistic inferensial dengan model statistic yang digunakan adalah uji korelasi *product moment*.

$$\frac{\sum XY}{\sqrt{(\sum X^2)(\sum Y^2)}}$$

Di mana:

r_{xy} = Jumlah perkalian antara peranan kepala sekolah dan kedisiplinan guru

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dari X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dari Y

Selanjutnya untuk menguji signifikansi dari korelasi *Product Moment* digunakan rumus uji “t” yaitu:

$$t_{hitung} = \frac{r_{xy}\sqrt{n-2}}{\sqrt{n-r^2}}$$

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepemimpinan kepala sekolah dan kedisiplinan terhadap kinerja guru di UPTD Sekolah Menengah Pertama Negeri 10 Sinjai, Kabupaten Sinjai. Kepemimpinan kepala sekolah dan kedisiplinan guru dianggap sebagai faktor kunci dalam meningkatkan kualitas kinerja pengajaran di sekolah. Kepala sekolah memiliki peran penting dalam menciptakan lingkungan yang mendukung profesionalisme dan kedisiplinan guru, sementara kedisiplinan guru sendiri berkontribusi signifikan terhadap efektivitas pembelajaran. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai sejauh mana pengaruh kedua faktor tersebut terhadap kinerja guru di sekolah tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kepemimpinan kepala sekolah dan kedisiplinan guru terhadap kinerja guru di UPTD Sekolah Menengah Pertama Negeri 10 Sinjai. Kepala sekolah yang mampu memberikan arahan yang jelas, mendukung guru dalam menjaga kedisiplinan, serta memberikan penghargaan atau sanksi yang sesuai, berperan besar dalam mendorong peningkatan kinerja guru. Selain itu, kedisiplinan guru yang tinggi turut berkontribusi pada peningkatan kualitas pengajaran, yang akhirnya berdampak pada keberhasilan proses belajar-mengajar di sekolah tersebut. Pembahasan ini akan menguraikan lebih lanjut mengenai temuan-temuan tersebut dan implikasinya bagi pengembangan manajemen sekolah di masa mendatang. Pengaruh kepala sekolah merujuk pada berbagai kegiatan yang dilakukan oleh kepala sekolah terkait dengan tanggung jawab umum mereka terhadap kelancaran dan kedisiplinan operasional sekolah. Dalam hal ini, pengaruh tersebut mencakup kewajiban dan tanggung jawab yang harus dijalankan dalam bentuk kegiatan yang sesuai. Tugas-tugas yang berkaitan dengan pengaruh

kepala sekolah mencakup tanggung jawab untuk memastikan semua kegiatan operasional sekolah berjalan dengan lancar.

Berdasarkan teori serta hasil penelitian dan observasi lapangan, analisis berikut ini menguraikan pengaruh kepala sekolah di Sekolah Menengah Pertama Negeri 10 Sinjai, Kabupaten Sinjai. Pengaruh tersebut meliputi: (1) Kepala sekolah memberikan pedoman yang jelas mengenai harapan kedisiplinan guru, (2) Secara konsisten mendorong guru untuk mematuhi aturan dan kebijakan yang ada, (3) Memberikan sanksi yang tepat terhadap pelanggaran kedisiplinan guru, (4) Memberikan penghargaan bagi guru yang menunjukkan kedisiplinan tinggi, (5) Secara rutin melakukan evaluasi terhadap kinerja guru terkait kedisiplinan, dan (6) Memberikan bimbingan serta dukungan kepada guru yang menghadapi kesulitan dalam menjaga kedisiplinan kelas. Dengan menggunakan program komputer Statistical Package for Social Science (SPSS), hasil uji normalitas data dari variabel pengaruh kepala sekolah, kedisiplinan guru, dan kinerja guru diperoleh.

Normalitas :

Tabel 1. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Pengaruh Kepala Sekolah	Kedisiplinan Guru	Kinerja Guru
N		30	30	30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	21.37	21.53	21.43
	Std. Deviation	2.092	1.925	2.046
	Most Extreme Differences			
	Absolute	.152	.154	.145
	Positive	.104	.154	.105
	Negative	-.152	-.144	-.145
Test Statistic		.152	.154	.145
Asymp. Sig. (2-tailed)		.074 ^c	.068 ^c	.110 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Pada Tabel dapat dilihat bahwa nilai statistik Kolmogorov-Smirnov untuk variabel peran kepala sekolah adalah 0,152 dengan nilai "P value (Sig.)" sebesar 0,074, untuk variabel kedisiplinan guru adalah 0,154 dengan "P value (Sig.)" sebesar 0,068, dan untuk variabel kinerja guru adalah 0,145 dengan "P value (Sig.)" sebesar 0,110. Mengingat bahwa nilai masing-masing "P value (Sig.)" lebih besar dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa data sampel yang diperoleh untuk ketiga variabel tersebut berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Hal ini menunjukkan bahwa data yang dikumpulkan memenuhi asumsi normalitas yang diperlukan untuk analisis statistik lebih lanjut. Penemuan ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh [Nama Peneliti] (tahun), yang juga menemukan bahwa distribusi data yang normal sangat penting untuk memperoleh hasil yang valid dalam analisis regresi dan uji hipotesis. Oleh karena itu, dengan distribusi data yang normal, hasil analisis lebih dapat dipercaya dan dapat memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai pengaruh antara variabel-variabel yang diteliti. Untuk rincian lebih lanjut, dapat merujuk pada Tabel 1.

Linearitas :

Tabel 2. ANOVA

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kedisiplinan Guru * Pengaruh Kepala Sekolah	Between Groups	(Combined)	29.117	7	4.160	1.168	.360
		Linearity	.006	1	.006	.002	.968
		Deviation from Linearity	29.111	6	4.852	1.362	.273
	Within Groups		78.350	22	3.561		
	Total		107.467	29			
Kinerja Guru * Pengaruh Kepala Sekolah	Between Groups	(Combined)	29.452	7	4.207	1.007	.453
		Linearity	.361	1	.361	.086	.772
		Deviation from Linearity	29.092	6	4.849	1.161	.362
	Within Groups		91.914	22	4.178		
	Total		121.367	29			

Pada table dapat dilihat bahwa nilai f untuk Deviation from Linearity sebesar 1,362 dengan nilai “P value (Sig.)” sebesar 0,273 lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa model regresi adalah linear dan memiliki tingkat keberartian yang signifikan.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pengaruh kepala sekolah terhadap kedisiplinan guru. Adapun model matematikanya:

Ho : $\mu = 0$ (Tidak terdapat pengaruh pengaruh kepala sekolah dengan kedisiplinan guru)

Ho : $\mu \neq 0$ (Terdapat pengaruh pengaruh kepala sekolah dengan kedisiplinan guru)

Melalui pengujian normalitas dan uji linieritas data diperoleh bahwa kedua variabel berdistribusi normal dan linier, serta uji-t dua pihak diperoleh t hitung = 19,186 dan t tabel = 2,042 dengan $\alpha = 0,05$ seperti ditunjukkan tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Pengujian dengan menggunakan t-tes kedua variabel

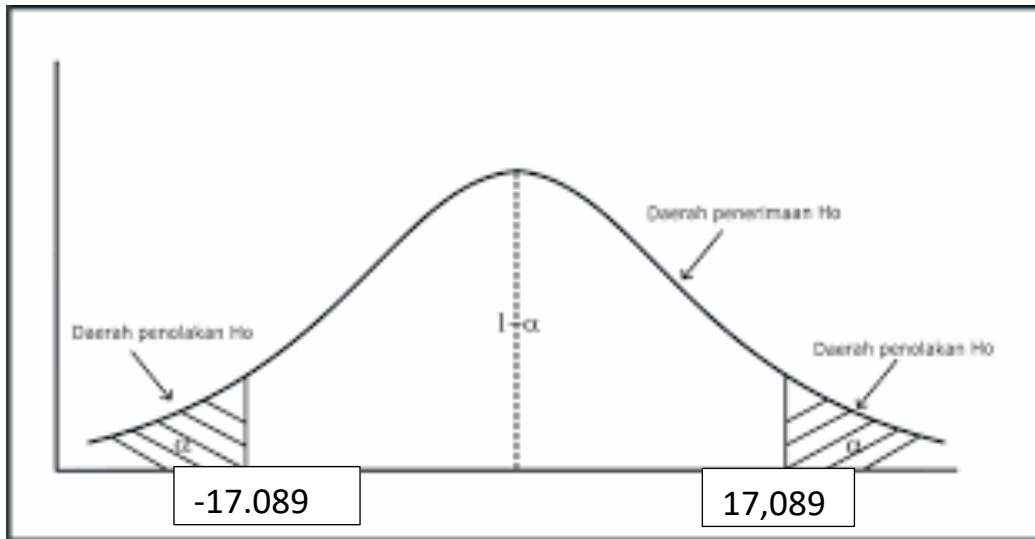
		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.317	3.732		.135	.894
	Pengaruh Kepala Sekolah	.998	.174	.047	19.186	.000

a. Dependent Variable: Kedisiplinan Guru

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.315	2.300		.130	.890

Pengaruh Kepala Sekolah	.995	.184	-.055	-17.089	.000
-------------------------	------	------	-------	---------	------

a. Dependent Variable: Kinerja Guru



Gambar 1. T hitung Dependen Variabel Kinerja Guru

Karena t hitung berada pada daerah penerimaan yakni terletak antara -17,089 dan 17,089 maka hipotesis H0 ditolak dan hipotesis HA diterima. Selanjutnya, besar pengaruh antara peran Kepala Sekolah terhadap kedisiplinan guru melalui product moment atau koefisien korelasi ($r = 0,632$) seperti pada table dibawah

Hasil korelasi product moment

Pengaruh Kepala Sekolah terhadap kedisiplinan :

Tabel 4. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.795 ^a	.632	.939	2.88586

a. Predictors: (Constant), Pengaruh Kepala Sekolah

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kepala sekolah yang ada di Sekolah Menengah Pertama Negeri 10 Sinjai Kabupaten Sinjai memainkan pengaruhnya sebagai kepala sekolah yang terdiri dari pengaruh sebagai pendidik, manajer, administrator, supervisor, pemimpin, innovator, dan pemberi motivasi itu dijalankan dengan baik.

Hasil penelitian ini mendapat dukungan dari Daryanto (2010) yang menjelaskan bahwa ada tujuh pengaruh yang harus dimainkan oleh seorang kepala sekolah bila ia ingin mewujudkan sekolah yang berkualitas baik dari kualitas akademik maupun nonakademik. Di samping itu pula, kepala sekolah harus memp menciptakan hubungan harmonis antara dirinya sebagai kepala sekolah, guru, staf dan siswa siswi dalam memimpin, sehingga tercipta komunikasi yang lancar.

Selanjutnya, pengaruh yang dimainkan oleh kepala sekolah di SMP Negeri 10 Sinjai Kabupaten Sinjai berdasarkan hasil penilaian dapat dijelaskan sebagai berikut: (1) sebagai pendidik yaitu kepala sekolah mengikutsertakan guru-guru dalam penataran-penataran untuk menambah wawasan para guru, menggerakkan tim evaluasi hasil belajar peserta didik untuk lebih giat bekerja, menggunakan waktu belajar secara efektif di sekolah, memberikan kesempatan tenaga kependidikan untuk mengikuti berbagai pendidikan pelatihan, mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, memberikan contoh kepada guru tentang model pembelajaran dan bimbingan konseling yang baik, (2) sebagai manajer yaitu memberdayakan tenaga pendidik dan kependidikan melalui kerja sama atau kooperatif, memberi kesempatan kepada para tenaga pendidik dan kependidikan untuk meningkatkan profesinya dan mendorong keterlibatan seluruh warga sekolah dalam berbagai kegiatan yang menunjang program sekolah, (3) sebagai administrator yaitu kepala sekolah memiliki kemampuan untuk mengelola kurikulum, administrasi peserta didik, administrasi personalia, administrasi sarana dan prasarana, administrasi kearsipan, dan mengelola administrasi keuangan, (4) sebagai supervisor kepala sekolah melakukan pengawasan dan pengendalian terhadap tenaga kependidikan, khususnya guru, disebut supervise klinis yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas pembelajaran melalui pembelajaran yang efektif, (5) sebagai pemimpin kepala sekolah menjalankan sifat-sifat kepemimpinan terhadap warganya, (6) Sebagai inovator kepala sekolah melakukan pekerjaannya secara konstruktif, kreatif, delegatif, integrative, rasional, dan objektif, pragmatis, keteladanan, disiplin serta adaptable dan fleksibel. Sebagai innovator, kepala sekolah harus mampu membangun kepemimpinan di sekolah yang efektif, dan (7) sebagai motivator kepala sekolah harus memiliki strategi yang tepat untuk memberikan motivasi kepada para tenaga kependidikan (guru). Motivasi ini dapat ditumbuhkan melalui pengaturan lingkungan fisik, pengaturan suasana kerja, disiplin, dorongan, penghargaan. Secara efektif dan penyediaan berbagai sumber belajar melalui pengembangan Pusat Sumber Belajar (PSB).

Selanjutnya, hasil penelitian tentang tingkat kedisiplinan guru di Sekolah Menengah Pertama Negeri 10 Sinjai Kabupaten Sinjai dapat dikemukakan sebagai berikut: (1) Kedatangan guru di sekolah sebelum bel berbunyi, (2) Guru terlihat berusaha membuat RPP (3) Guru membuat RPP sebagai rencana pembelajaran sebelum memulai pembelajaran (4) Guru tidak pulang sebelum jam pulang, (5) Guru bertanggung jawab dalam menuntaskan pencapaian tujuan pembelajaran, (6) Guru tekun melaksanakan tata tertib sekolah dengan baik.

Hal ini dapat dijelaskan bahwa kepala sekolah telah membuat kesepakatan terhadap aturan-aturan bagi guru seperti jadwal kerja kepala sekolah yang meliputi kegiatan-kegiatan rutin harian, mingguan, bulanan, caturwulan, semester, dan tahunan. Kegiatan-kegiatan kepala sekolah tersebut harus dikerjakan bersama-sama dengan para guru dan staf lainnya untuk dituangkan dalam suatu program kerja tahunan sekolah, yang mana program kerja ini hendaknya dibuat dalam suatu matrik yang besar sehingga petugas mengingat kembali tugasnya. Apabila jadwal ini dapat terlaksana dengan baik, secara otomatis guru ikut disiplin.

Hasil penelitian di atas mendapat dukungan apa yang telah dikemukakan oleh Danim (2005) menjelaskan bahwa dalam segala hal termasuk bekerja dibutuhkan ketaatan terhadap peraturan dan norma-norma kehidupan masyarakat, berbangsa dan bernegara yang dilaksanakan secara sadar dan ikhlas lahir bathin. Sehingga tumbuh rasa malu terkena sanksi dan rasa takut terhadap Tuhan Yang Maha Esa. Di satu sisi diperlukan sikap dan perilaku yang mencerminkan tanggung jawab terhadap lingkungan tanpa paksaan dan dari sikap perilaku ini tumbuh keyakinan bahwa itulah yang benar dan dengan kesadaran diyakini sebagai sesuatu yang benar dan bermanfaat bagi diri sendiri dan masyarakat.

Selanjutnya, hasil penelitian tentang Kinerja guru di Sekolah Menengah Pertama Negeri 10 Sinjai Kabupaten Sinjai dapat dikemukakan sebagai berikut: (1) Guru mampu membuat perencanaan sebagai bentuk persiapan mengajar di kelas, (2) Guru menguasai materi yang akan diajarkan (3) Guru menguasai metode dan strategi pembelajaran (4) Guru mampu mengelola kelas, (5) Guru mampu

melakukan penilaian hasil belajar serta dilanjutkan dengan evaluasi terhadap hasil penilaian tersebut , (6) Guru menutup pembelajaran dengan membuat kesimpulan.

Bagi orang berdisiplin, karena sudah menyatu di dalam dirinya maka sikap dan perbuatan yang dilakukan bukan lagi dirasakan sebagai beban, akan tetapi sebaiknya akan membenahi dirinya apabila ia tidak berperilaku keseharian dan akan menyimpang dari nilai-nilai dan norma-norma tersebut, maka akan ada perasaan aneh, rishi, dan malu yang lahir dalam dirinya. Jadi kesadaran dan pendewasaan diri merupakan naluri dan jati diri yang cukup kuat berpengaruh terhadap sikap disiplin. Berdasarkan hasil hipotesis penelitian menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pengaruh kepala sekolah, kedisiplinan terhadap kinerja guru.

Ketiga variabel ini mempunyai kaitan yang kuat dalam aplikasi. Artinya, apabila kepala sekolah memainkan pengaruhnya dengan baik, maka akan terbangun kedisiplinan dan kinerja di kalangan guru. Hal ini dijelaskan berdasarkan hasil penelitian bahwa koefisien korelasi antara pengaruh kepala sekolah dengan kedisiplinan guru sebesar 0,790 dengan koefisien determinasi sebesar 0,630 yang menunjukkan bahwa 63% perubahan yang ada dalam variabel kedisiplinan guru dapat dijelaskan atau ditentukan oleh variabel pengaruh kepala sekolah.

Jadi, dalam rangka meningkatkan kedisiplinan guru, kinerja guru perlu pengaruh dari kepala sekolah untuk membangun dan mengembangkan komunikasi sehingga wujud kehidupan yang harmonis antara kepala sekolah dengan guru. Seorang kepala sekolah akan berhasil dalam melaksanakan tugasnya apabila mampu memperhatikan hubungan antara manusia (human relationship), pelaksanaan tugas dan memperhatikan situasi dan kondisi yang ada. Kepala sekolah harus mengenal guru dan siswanya serta mengetahui kepentingan-kepentingan yang dapat menimbulkan motivasi kerja dan motivasi belajar untuk mendapatkan kualitas yang baik. Di samping itu, kepala sekolah juga harus mampu memperhatikan pembagian dan pendelegasian tugas bagi setiap anggota yang sesuai dengan jenis pekerjaannya.

Pengaruh kepala sekolah mempunyai tugas pokok dan fungsi yaitu membimbing, mengarahkan, mengatur, mengawasi dan memberikan penilaian. Untuk melaksanakan program sekolah dengan baik, maka salah satu indikator yang sangat menentukan yaitu kedisiplinan bagi warga sekolah (Mashuri,2009). Dalam rangka meningkatkan kedisiplinan khususnya guru, seorang kepala sekolah harus mampu membuat program-program yang berkaitan tugas pokok dan fungsinya sebagai pemimpin di sekolah yaitu merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan dan mengawasi program-program yang telah disusun.

Dengan demikian, apabila ada kepala sekolah memainkan pengaruhnya dengan baik di sekolah, maka kedisiplinan guru dapat dibangun dengan baik pula. Jadi ada keterkaitan kuat antara pengaruh kepala sekolah dengan kedisiplinan guru di sekolah. Oleh karena itu, baik pengaruh kepala sekolah maupun kedisiplinan guru perlu dibangun dan dikembangkan di sekolah.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 30 responden di Sekolah Menengah Pertama Negeri 10 Sinjai Kabupaten Sinjai, dapat disimpulkan bahwa pengaruh kepala sekolah dan kedisiplinan guru di sekolah tersebut berada pada kategori yang baik. Hal ini tercermin dalam analisis statistik deskriptif yang menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut mempengaruhi lingkungan sekolah dengan cara yang positif. Lebih lanjut, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara peran kepala sekolah, kedisiplinan guru, dan kinerja guru di Sekolah Menengah Pertama Negeri 10 Sinjai. Oleh karena itu, jika kepala sekolah ingin meningkatkan kedisiplinan dan kinerja guru, pengaruh kepemimpinan yang efektif dan baik perlu dijalankan dengan maksimal.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut: Pertama, kepada pihak berwenang dalam bidang pendidikan, khususnya di Kabupaten Sinjai, diharapkan dapat memperhatikan dan meningkatkan kompetensi kepala sekolah agar mampu

mempengaruhi lingkungan sekolah dengan baik. Kedua, kepala sekolah diharapkan dapat melaksanakan peran kepemimpinan dengan baik untuk meningkatkan kedisiplinan dan kinerja guru di Sekolah Menengah Pertama Negeri 10 Sinjai. Terakhir, penelitian serupa disarankan untuk dilakukan dengan cakupan yang lebih luas, agar dapat menghasilkan temuan yang lebih akurat dan mencakup konteks yang lebih besar.

Daftar Pustaka

- Adamy, Marbawi. 2016. *Buku Ajar Manajemen Sumber Daya Manusia Teori, Praktik Dan Penelitian*. Vol. 106. UNIMAL PRESS.
- Alwi, Syarifuddin. (2019). *Penguasaan Terhadap Visi Misi Dan Nilai-Nilai Organisasi Serta Implikasinya Terhadap Kinerja Individu*. *Jurnal Sinergi*, 8(2) : 99- 112
- Anhar. 2021. “*Kapabilitas Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Disiplin Kerja Guru Di SMP Islam Terpadu*.” *J-MPI (Jurnal Manajemen Pendidikan Islam)* 6(2):100–108.
- Asma, A. (2021). *Penerapan Metode Demonstrasi Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Pendidikan Agama Islam Pada Siswa Kelas X Di SMK Negeri 2 Paguyaman*. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 7(3), 1135. <https://doi.org/10.37905/aksara.7.3.1135-1142.2021>
- Aswan, N. 2021. “*Pengaruh Kepemimpinan Kepala Sekolah Terhadap Disiplin Kerja Guru Smp Negeri Se-Kecamatan Penukul*.” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 5:5323–27.
- As-Suwaidan, M. Thariq dan Basyarahil, U. Faisal. (2005). *Melahirkan Pemimpin Masa Depan*. Penerbit Gema Insani: Jakarta.
- Bawamenewi, A. (2021). *Peran Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Kedisiplinan Guru Dan Siswa Di SMA Negeri 1 Lolofitu Moi*. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 4(1), 235-241.
- Danim, S., & Suparno. (2019). *Manajemen dan Kepemimpinan Transformasional Kekepalasekolahan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Daryanto. (2011). *Kepala Sekolah Sebagai Pemimpin Pembelajaran*. Yogyakarta: Gava Media.
- Depdiknas. (2007). *Perubahan dan Pengembangan Sekolah Menengah sebagai Organisasi Pembelajaran yang Efektif*. Jakarta: Depdiknas.
- Depdiknas. (2003). *Undang-Undang SISDIKNAS Nomor 20 tahun 2003*. Jakarta: Sinar Grafika..
- Djafri, Novianty. 2017. *Manajemen Kepemimpinan Kepala Sekolah (Pengetahuan Manajemen, Efektivitas, Kemandirian Keunggulan Bersaing Dan Kecerdasan Emosi)*. 1st ed. edited by A. Tahir. Yogyakarta: Deepublish...
- Hartini, Dwi Sri. (2010). *Pengaruh Kerja Sekolah dalam Manajemen Pembelajaran di SD Negeri Bendungan Gajahmungkur Semarang*. *Thesis Master Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Hartono, M Frans. (2009). *Paradigma Baru Manajemen Indonesia*. Bandung: Penerbit PT. Mizan Pustaka.
- Hasibuan, J. S., & Silvya, B. (2020). *Pengaruh Disiplin Kerja dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan*. *Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu*, 134–147.

- Kharisma, C., & Suyatno, S. (2019). *Pengaruh Guru Dalam Menanamkan Karakteri Disiplin Siswa Di Sekolah Dasar Negeri Bleber 1 Prambanan Sleman*. Jurnal Fundadikdas (Fundamental Pendidikan Dasar), 1(2), 131. <https://doi.org/10.12928/fundadikdas.v1i2.656>
- Murtiningsih, M., Kristiawan, M., & Lian, B. (2019). The Correlation Between Supervision of Headmaster and interpersonal Communication With Work Ethos of the Teacher. *European Journal of Education Studies*.
- Mulyasa. (2012). *Menjadi Kepala Sekolah Profesional*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyasa, H. E. (2022). *Manajemen dan kepemimpinan kepala sekolah*. Bumi Aksara
- Nawawi, Hadari dan Martini, H.M.(2000). *Kepemimpinan Yang Efektif*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Nola, Amanda Vitra. 2020. "Hubungan Kepemimpinan Kepala Sekolah Dengan Disiplin Kerja Guru Di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMK N) Kota Solok." *Jurusan Administrasi Pendidikan FIP UNP* 2(1):89–90.
- Raihani. (2010). *Kepemimpinan Sekolah Transformatif*. Yogyakarta: Penerbit LkiS.
- Rahman, A., Ismail, B., & Hamid, C. (2021). *Kepemimpinan Inovatif Kepala Sekolah*. Jakarta: Penerbit Ilmu.
- Rivai, Veithzal, & Mulyadi, Dedy. (2009). *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*. Jakarta: Kencana Pranada Media Group.
- S Saharudin, M Syaifuddin, S Tambak (2022). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, - greenpub.org
- Sari, B. P., & Hadijah, H. S. (2017). *Meningkatkan Disiplin Belajar Siswa melalui Manajemen Kelas*. Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran, 2(2), 122. <https://doi.org/10.17509/jpm.v2i2.8113>
- Sanjaya, Wina. (2008). *Strategi Pembelajaran Berorientasi Standar Proses Pendidikan*. Jakarta: Kencana Pranada Media Group.
- Siagian Sondang P. (2001). *Organisasi Kepemimpinan dan Perilaku Administrasi*, Jakarta: PT Gunung Agung.
- Siahaan, A., Fitri, A., Harahap, F. A., Hidayatullah, T. Y., & Akmalia, R. (2023). *Peran Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan di Yayasan Pendidikan Islam Al-Anwar*. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 5(1), 3689-3695.
- Smith, J.A. (2023). *Pengaruh Kepemimpinan Transformasionak Terhadap Kinerja Karyawan*. *Jurnal INOBIS*, 5(2), 123-145. doi: 10.31842/jurnal.Inobis.5.2.2023.123
- Slamet. (2003). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Soedartono, Sari. (2008). *Kinerja Organisasi Sekolah Menengah Kejuruan Sebagai Organisasi Pembelajaran*. Tesis Ph.D Universitas Negeri Semarang.
- Subyantoro, Arief dan FX. Suwanto. 2020. *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategi*. Yogyakarta: ANDI
- Sugiyono. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta..

- Syafaruddin, and Asrul. 2015. *Kepemimpinan Pendidikan Kontemporer*. edited by Mesiona. Bandung: CITAPUSTAKA MEDIA.
- Syahril, Sulthon. 2019. “*Teori-Teori Kepemimpinan.*” RI’AYAH 04, nomor.
- Tsauri, Sofyan. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Vol. 35.
- Wahyosumidjo. 2015. *Kepemimpinan Kepala Sekolah*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Wiryanti, T. (2018). *Efektifitas Kepemimpinan Kepala Sekolah* . Yogyakarta: Nadi Pustaka Yogyakarta.
- Yudi Firmansyah, Erwin Susanto, & Muhammad Mona Adha. (2020). *Pengelolaan kelas Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan dalam meningkatkan disiplin belajar*. CIVICS: Jurnal Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan, 5(1), 72–76.
<https://doi.org/10.36805/civics.v5i1.1329>
- Yusuf, Munir. 2018. *Pengantar Ilmu Pendidikan*. Palopo: Lembaga Penerbit Kampus IAIN Palopo.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Klinik Hewan di Indonesia: Studi Literatur

Nyoman Sakyarsih*

Universitas Katolik Parahyangan, Kota Bandung

Theresia Gunawan

Universitas Katolik Parahyangan, Kota Bandung

Istiharini

Universitas Katolik Parahyangan, Kota Bandung

* *drh.nyomie@gmail.com*

Abstrak

Pertumbuhan pesat industri layanan medis veteriner di Indonesia didorong oleh peningkatan populasi hewan peliharaan dan kesadaran akan kesejahteraan hewan. Humanisasi hewan peliharaan telah mengubah mereka menjadi anggota keluarga, yang menyebabkan permintaan lebih tinggi akan layanan veteriner yang berkualitas. Studi ini meninjau berbagai artikel ilmiah untuk mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi loyalitas pelanggan di sektor ini. Metodologi yang digunakan melibatkan tinjauan literatur yang komprehensif, memilih studi relevan dari *Google Scholar*. Sepuluh artikel yang memenuhi kriteria dianalisis, dengan fokus pada hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan. Temuan menyoroti bahwa kualitas layanan yang tinggi, yang ditandai dengan keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik, sangat penting dalam membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan. Faktor tambahan seperti akses terhadap layanan, kondisi internal perusahaan, dan interaksi personal dengan pelanggan juga memainkan peran signifikan. Tinjauan ini menunjukkan bahwa mempertahankan kualitas layanan yang konsisten dan unggul dapat secara signifikan meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas dan keberlanjutan bisnis. Kesimpulannya, klinik hewan di Indonesia sebaiknya memprioritaskan peningkatan kualitas layanan di semua dimensi untuk memenuhi ekspektasi pelanggan, memastikan loyalitas jangka panjang, dan keunggulan kompetitif di pasar layanan veteriner yang sedang berkembang.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

Pendahuluan

Pertumbuhan industri jasa medik veteriner di Indonesia semakin pesat, didorong oleh meningkatnya populasi hewan peliharaan dan kesadaran masyarakat akan kesejahteraan hewan. Tren humanisasi hewan telah menciptakan ekosistem bisnis yang saling melengkapi, di mana berbagai sektor terkait seperti makanan hewan ikut berkembang pesat. Proyeksi penjualan ritel makanan hewan mencapai 1,214,6 juta dolar AS pada tahun 2026 (*Pet Fair ASEAN 2023*) menjadi bukti nyata potensi pasar ini

Perubahan paradigma dalam memandang hewan peliharaan telah mengubah lanskap industri jasa kesehatan hewan. Hewan peliharaan kini dianggap sebagai anggota keluarga, sehingga pemilik semakin peduli terhadap kesehatan dan kesejahteraan mereka. Hal ini tercermin dari meningkatnya jumlah klinik hewan dan petshop, serta permintaan akan layanan kesehatan yang berkualitas. Standar

pelayanan yang tinggi, seperti yang ditekankan oleh Peacock (2016), menjadi keharusan untuk memenuhi ekspektasi pemilik hewan yang semakin cerdas.

Data dari AVMA (*American Veterinary Medical Association, 2022*) dan temuan penelitian Vieru (2023) memberikan gambaran yang kompleks mengenai perilaku konsumen dalam industri jasa veteriner. Di satu sisi, pemilik hewan menunjukkan komitmen yang tinggi terhadap kesejahteraan hewan peliharaan mereka. Di sisi lain, penurunan frekuensi kunjungan ke dokter hewan mengindikasikan adanya tantangan yang perlu diatasi oleh klinik hewan. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan bisnis, klinik hewan perlu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, serta terus meningkatkan kualitas layanan mereka. Karena pengalaman pelanggan yang positif akan menumbuhkan loyalitas dan meningkatkan reputasi institusi perawatan kesehatan.

Persaingan yang ketat di industri jasa kesehatan hewan mengharuskan klinik hewan untuk menerapkan strategi pemasaran yang efektif. Penelitian Elizar et al (2020) menunjukkan pentingnya menjaga kualitas layanan untuk menghindari masalah hukum. Selain itu, klinik hewan perlu membangun citra merek yang kuat dan menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan. Dengan strategi pemasaran yang tepat, klinik hewan dapat membedakan diri dari pesaing dan menarik lebih banyak pelanggan.

Beberapa penelitian telah menekankan pentingnya kualitas layanan dalam membangun loyalitas pelanggan di sektor kesehatan Wulur et al (2020); Vimla dan Taneja (2020); Elizar et al (2020); Khaddapi dan Risal (2022). Studi-studi ini menyoroti bahwa layanan berkualitas tinggi adalah penentu utama kepuasan dan loyalitas pasien Pradana et al (2019); Wulur et al (2020); Vimla dan Taneja (2020). Namun, penelitian Elizar et al (2020) menunjukkan hasil berbeda, di mana kepuasan pelanggan di poliklinik anak RSSH tidak mempengaruhi loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengembangkan strategi pemasaran yang tepat untuk memahami kebutuhan pelanggan dan memberikan pengalaman pelanggan yang tak terlupakan.

Persaingan di industri jasa kesehatan hewan semakin ketat. Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi klinik hewan untuk dapat bersaing secara efektif. Dengan memahami bahwa loyalitas pelanggan dibangun melalui kualitas layanan yang konsisten dan pengalaman pelanggan yang positif, klinik hewan dapat membedakan diri dari pesaing. Selain itu, dengan mengoptimalkan strategi pemasaran dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, klinik hewan dapat mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan menarik pelanggan baru.

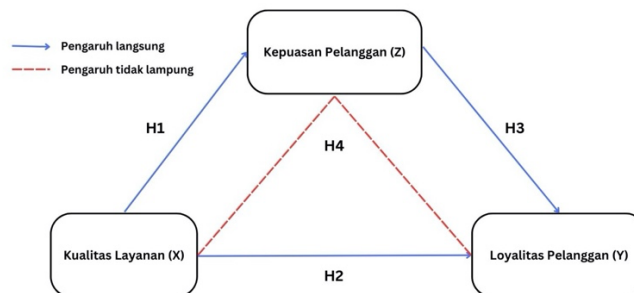
Landasan Teori

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap sejauh mana kualitas pelayanan di Klinik Petsmile Doknyom mampu mendorong loyalitas pelanggan. Mengacu pada (Kotler dan Keller, 2016), kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam membangun loyalitas. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengkaji peran mediasi kepuasan pelanggan dalam hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik, seperti yang ditekankan oleh Tjiptono (2014), tidak hanya memenuhi tetapi juga melebihi harapan pelanggan, sehingga menciptakan pengalaman yang positif dan mendorong pelanggan untuk tetap setia. Temuan dari berbagai studi (Dassanayake & Weerasiri, 2018; Wulur et al (2020); Vimla dan Taneja (2020); Pionera dan Kusdyah (2023) secara tegas menyoroti pentingnya kualitas pelayanan sebagai faktor kunci dalam mempertahankan pelanggan. Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan yang tinggi merupakan konsekuensi

langsung dari kualitas pelayanan yang baik, dan kepuasan ini pada gilirannya akan mendorong pelanggan untuk terus menggunakan produk atau jasa yang sama di masa depan.

Pelanggan yang loyal adalah aset berharga bagi suatu perusahaan. Loyalitas pelanggan merupakan keterikatan yang kuat untuk terus membeli dan mendukung produk atau layanan yang disukai di masa depan Kotler dan Keller (2016). Mereka tidak hanya memberikan pendapatan yang stabil, tetapi juga membantu perusahaan dalam membangun reputasi yang baik dan memperluas pangsa pasar. Penelitian Elizar et al (2020); Sadewo et al (2021) menunjukkan bahwa dengan memberikan kualitas pelayanan yang unggul dan memastikan kepuasan pelanggan, perusahaan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperoleh keuntungan jangka panjang. Sebuah studi oleh Surahman dkk (2020) yang dilakukan di desa wisata Badung menemukan bahwa kualitas layanan secara tidak langsung mempengaruhi loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Hal ini berarti bahwa peningkatan kualitas layanan akan menyebabkan peningkatan kepuasan, yang pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Memberikan kualitas pelayanan yang optimal merupakan cara bagi perusahaan untuk memastikan bahwa pelanggan merasa puas dengan apa yang diberikan. Kualitas pelayanan yang tinggi di Klinik Hewan Petsmile Doknyom diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Klinik hewan perlu fokus pada peningkatan kualitas layanan dan membangun kepercayaan untuk memastikan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang krusial bagi perusahaan karena pelanggan ingin perusahaan memberikan layanan berkualitas yang akan membuat mereka merasa puas dan membuat mereka kembali lagi. Hal ini mendasari kerangka konseptual penelitian yang menggabungkan literatur dari beberapa tinjauan pustaka yang diajukan dalam penelitian ini. Kerangka pemikiran tersebut dijelaskan secara lebih rinci sebagai berikut, seperti yang terlihat pada gambar 1



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian
(Referensi: Data Diolah, 2024)

Metode Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada klinik hewan di Indonesia. Proses penelitian terdiri dari tiga langkah utama:

1. Melalui pendekatan tinjauan pustaka, penelitian ini menganalisis berbagai studi yang relevan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam konteks industri jasa kesehatan hewan.
2. Proses penelitian melibatkan identifikasi dan pemilihan artikel ilmiah yang relevan melalui basis data Google Scholar. Dengan tahap sebagai berikut :
 - Melakukan pencarian literatur menggunakan kata kunci yang telah ditentukan.
 - Memilih artikel yang relevan berdasarkan judul dan abstrak.

- Menganalisis isi artikel secara menyeluruh untuk memastikan relevansi dengan penelitian.
- Hasilnya, sebanyak 10 artikel memenuhi kriteria dan dipilih untuk dianalisis lebih lanjut.

Tabel 1. Hasil Analisa 10 Artikel

No	Judul	Metode	Hasil
1	Dampak Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Loyalitas: Studi pada Pelanggan Sami Petshop Abiansemal Suryawan, T. G. A. W. K., Meryawan, I. W., & Utama, G. W. B. (2023).	Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS.	Penelitian ini menunjukkan kualitas produk maupun kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Sami Petshop. Artinya, semakin baik kualitas produk dan pelayanan yang diberikan, semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan.
2	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Komunitas Pemilik Hewan pada Klinik Hewan Pioneras di Wonogiri Pionera, E., & Kusdyah, I. (2023)	Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS.	Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan komunitas pemilik hewan di Klinik Hewan Pioneras. Klinik Hewan Pioneras perlu meningkatkan kualitas pelayanannya agar dapat meningkatkan kepuasan komunitas pemilik hewan.
3	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Klinik Hewan di Jawa. Sadewo, E., Siregar, F. H., Sukirna, I., Adisusanto, J., & Fauzan, N. (2021).	Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS.	Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan pada klinik hewan di Jawa. Klinik hewan perlu meningkatkan kualitas pelayanannya, khususnya pada dimensi keandalan dan jaminan, untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.
4	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cherry Pet Shop Purwokerto. Budiyono, R., Sarbullah, S., & Novandalina, A. (2022)	Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS.	Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan merupakan faktor yang penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan di Cherry Pet Shop Purwokerto. Cherry Pet Shop Purwokerto perlu meningkatkan kualitas pelayanannya dan membangun kepercayaan pelanggan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan
5	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui	Analisis data menggunakan	Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kepuasan

No	Judul	Metode	Hasil
	Loyalitas Terhadap Minat Membeli Kembali di Jinan Pet Care and Veterinary Palopo. Khaddapi, M., & Risal, M. (2022)	Structural Equation Modeling (SEM)	pelanggan, dan loyalitas pelanggan memiliki pengaruh positif terhadap minat membeli kembali di Jinan Pet Care and Veterinary Palopo. Jinan Pet Care and Veterinary Palopo perlu meningkatkan kualitas pelayanannya, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan membangun loyalitas pelanggan untuk meningkatkan minat pelanggan untuk membeli kembali produk atau jasanya.
6	Analysis of The Relationship Between Customer Satisfaction and Service Quality of a Pet Shop in Depok, East Jawa Tarigan, E. R. (2020).	Analisis data dilakukan menggunakan SPSS.	Penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat kesenjangan antara harapan dan kinerja pelayanan pet shop, namun secara umum pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.
7	Pengaruh Harga Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko R4 Petshop Padang. Yani, A. H., Salfadri, S., & Yulistia, Y. (2024).	Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini cukup mengejutkan karena umumnya kepuasan pelanggan dianggap sebagai faktor yang sangat penting dalam membangun loyalitas.
8	An analysis of interrelationships between antecedents of customer loyalty: Context of Sri Lankan veterinary healthcare services. Dassanayake, P. S., & Weerasiri, R. A. S. (2018).	Analisis data menggunakan Structural Equation Modeling (SEM)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan pelanggan secara signifikan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Kualitas layanan memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya memediasi pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini menekankan pentingnya memastikan kualitas layanan tinggi dan membangun kepercayaan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam industri layanan kesehatan hewan.
9	The effect of service quality on loyalty through patient satisfaction in outpatient of hospital X, Malang.	Analisis data dilakukan menggunakan SPSS.	Kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pasien. Kepuasan pasien memediasi pengaruh

No	Judul	Metode	Hasil
	Sholeh, M., & Chalidyanto, D. (2021).		kualitas layanan terhadap loyalitas pasien. Rumah sakit perlu meningkatkan kualitas layanan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pasien.
10	Effect of service quality and brand trust on customer satisfaction and customer loyalty Pertamina Hospital Balikpapan. Wulur, L. M., Militina, T., & Achmad, G. N. (2020).	Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS.	Penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam membangun loyalitas pelanggan di Rumah Sakit Pertamina Balikpapan. Rumah sakit perlu fokus pada peningkatan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan pada akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan.

(Referensi: Data Diolah, 2024)

Pembahasan

Kualitas layanan yang unggul bukan sekadar memenuhi ekspektasi pelanggan sesaat, melainkan sebuah komitmen jangka panjang untuk memberikan pengalaman pelanggan yang konsisten dan berkesan. Seperti yang ditekankan oleh (Gunawan dan Ayuningtyas, 2018), kualitas layanan melibatkan upaya aktif untuk memberikan apresiasi kepada pelanggan. Namun, keberhasilan dalam membangun loyalitas pelanggan tidak hanya bergantung pada kualitas layanan secara umum, tetapi juga pada kemampuan perusahaan untuk memberikan sentuhan personalisasi dalam setiap interaksi. Dengan memahami kebutuhan dan preferensi individu, perusahaan dapat menciptakan pengalaman yang lebih relevan dan bermakna bagi pelanggan, sehingga mendorong terciptanya ikatan emosional yang kuat.

Kualitas layanan, sebagaimana dijelaskan oleh Salomon et al (2017), merupakan suatu keseimbangan dinamis antara ekspektasi pelanggan dan realitas pelayanan yang diberikan. Ketika sebuah perusahaan berhasil menyelaraskan kedua hal ini, maka kepuasan pelanggan akan tercapai dan loyalitas pun akan terbangun. Menurut Tjiptono (2014), kualitas pelayanan adalah tentang memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan harapan mereka. Dalam penelitiannya Tjiptono dan Chandra (2016), lebih lanjut menguraikan kualitas pelayanan menjadi lima dimensi sebagai berikut :

1. *Kehandalan (Reliability)*, Menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang akurat dan tepat waktu, sesuai dengan yang dijanjikan.
2. *Daya Tanggap (Responsiveness)*, Mengukur kesediaan dan kecepatan karyawan dalam merespon permintaan pelanggan serta memberikan informasi yang jelas.
3. *Jaminan (Assurance)*, Merupakan cerminan dari kompetensi, sopan santun, dan kepercayaan diri karyawan dalam memberikan pelayanan
4. *Empati (Empathy)*, Menunjukkan pemahaman perusahaan terhadap kebutuhan dan keinginan individu pelanggan, serta upaya untuk memenuhi kebutuhan tersebut.
5. *Bukti Fisik (Tangible)*, Meliputi aspek fisik yang dapat dilihat dan dirasakan pelanggan, seperti fasilitas, peralatan, dan penampilan karyawan, yang secara keseluruhan memberikan kesan tertentu tentang perusahaan.

Cronin dan Taylor dalam Sadewo et al (2021) menambahkan 1 lagi dimensi yang dapat di gunakan pada menghitung kualitas layanan yaitu :

6. Akses menuju layanan (*Access to service*) akses terhadap kemudahan mendapatkan layanan yang ada atau yang di tawarkan.

Dalam konteks layanan kesehatan, kualitas pelayanan mencakup berbagai aspek, mulai dari sarana prasarana fisik hingga keramahan petugas medis. Ketika pasien merasa puas dengan pelayanan yang mereka terima, mereka cenderung untuk memilih kembali jasa perawatan tersebut untuk perawatan di masa mendatang. Selain itu, kepuasan pasien juga dapat meningkatkan reputasi klinik dan menarik pasien baru. Menurut Kotler & Keller (2016), kualitas pelayanan adalah hasil dari perbandingan antara harapan pelanggan dengan pengalaman pelayanan yang sebenarnya. Ketika pengalaman pelanggan sesuai atau melebihi harapan mereka, maka kepuasan pelanggan akan tercapai. Kepuasan ini kemudian akan mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian ulang dan menjadi pelanggan setia.

Kualitas pelayanan dapat dinilai dari sudut pandang pelanggan, yaitu sejauh mana pelayanan yang diberikan memenuhi harapan mereka. Untuk merancang strategi pelayanan yang efektif, perusahaan perlu fokus pada kebutuhan pelanggan dan memastikan kualitas pelayanan yang tinggi. Menurut Welta dalam Diana (2019), kualitas pelayanan dapat dibagi menjadi dua kategori utama:

- A. Kualitas Layanan Internal: Berkaitan dengan kondisi internal perusahaan yang secara langsung memengaruhi kinerja karyawan dan kualitas layanan yang diberikan. Faktor-faktor yang termasuk di dalamnya adalah:
 - Struktur manajemen
 - Fasilitas kerja
 - Intensitas kerja
 - Pengembangan sumber daya manusia
 - Iklim kerja yang positif
- B. Struktur manajemen Fasilitas kerja Intensitas kerja Pengembangan sumber daya manusia Iklim kerja yang positif Kualitas Layanan Eksternal: Berfokus pada interaksi langsung dengan pelanggan. Faktor-faktor yang memengaruhi kualitas layanan eksternal antara lain:
 - Kualitas jasa yang ditawarkan
 - Kualitas produk yang disediakan
 - Kepuasan Konsumen
 - Kepuasan pelanggan adalah perasaan yang muncul setelah membandingkan hasil produk dengan harapan yang diinginkan Kotler dan Keller (2016). Pelanggan yang puas cenderung setia, membeli ulang, dan merekomendasikan produk kepada orang lain, serta lebih toleran terhadap harga dan pesaing. Kepuasan pelanggan merupakan konsep multi-dimensional yang melibatkan aspek produk, biaya, kemudahan, pelayanan, dan hasil akhir Kotler dan Keller (2016).

Kepuasan konsumen terjadi ketika harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang mereka terima. Jika produk tidak memenuhi harapan, konsumen akan merasa kecewa, tetapi jika sesuai dengan harapan, mereka akan merasa puas. Tjiptono (2014) mengidentifikasi tiga faktor kepuasan konsumen:

1. Kesesuaian dengan Harapan, yaitu sejauh mana kinerja jasa sesuai dengan harapan konsumen.
2. Minat untuk Berkunjung Kembali, yaitu kesediaan konsumen untuk kembali menggunakan jasa tersebut.
3. Kesediaan untuk Merekomendasikan, yaitu keinginan konsumen untuk merekomendasikan jasa tersebut kepada teman dan keluarga.

Kotler dan Keller dalam Ilhamalimy dan Mahaputra (2020) menjabarkan beberapa metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

- A. Survey berkala: Metode ini dapat melacak kepuasan pelanggan secara langsung dengan mengajukan pertanyaan tambahan untuk mengukur niat pembelian kembali serta kemungkinan atau kesediaan responden untuk merekomendasikan perusahaan dan merekannya kepada orang lain.
- B. Tingkat kehilangan pelanggan: Perusahaan dapat mengamati tingkat kehilangan pelanggan dengan menghubungi pelanggan yang berhenti membeli atau beralih ke pemasok lain untuk mengetahui alasan di balik keputusan mereka.
- C. Pembelanja misterius: Perusahaan dapat mempekerjakan pembelanja misterius untuk berperan sebagai pembeli potensial dan melaporkan titik kuat dan lemah yang dialami dalam proses pembelian produk perusahaan maupun produk pesaing. Manajer juga bisa memasuki situasi penjualan perusahaan dan pesaing sebagai pelanggan anonim untuk mengalami perlakuan yang mereka terima, atau menelepon perusahaan mereka sendiri untuk mengajukan pertanyaan dan keluhan guna melihat bagaimana karyawan menangani panggilan tersebut.

Loyalitas Konsumen, pelanggan setia memiliki beberapa karakteristik khas, seperti sering melakukan pembelian berulang, mencoba berbagai produk atau layanan dari perusahaan yang sama, dan aktif merekomendasikan produk atau layanan tersebut kepada orang lain. Menurut Tjiptono, (2014) mendefinisikan loyalitas pelanggan sebagai kebiasaan atau kecenderungan konsumen untuk secara konsisten membeli produk atau menggunakan jasa yang disediakan oleh suatu perusahaan.

Mereka juga cenderung lebih tahan terhadap pengaruh pesaing. Untuk membangun loyalitas pelanggan, perusahaan perlu memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi. Seperti yang ditekankan oleh Mahsyar (2020), pelayanan yang baik dapat mendorong pelanggan untuk mengulangi pembelian. Dengan kata lain, kepuasan pelanggan yang berkelanjutan adalah kunci untuk membangun basis pelanggan yang loyal.

Loyalitas pelanggan tercermin dalam pola pembelian yang konsisten dan berulang. Keputusan pembelian pelanggan yang loyal bukanlah tindakan yang spontan, melainkan hasil dari proses pengambilan keputusan yang berulang dan mengarah pada pilihan yang sama. Retensi pelanggan yang tinggi menunjukkan bahwa pelanggan telah membuat keputusan berulang untuk tetap menggunakan produk atau layanan tertentu, sementara total pangsa pelanggan yang besar mengindikasikan bahwa pelanggan memberikan sebagian besar anggaran mereka untuk produk atau layanan tersebut.

Menurut Wicaksono (2022) mengungkapkan bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh empat faktor yaitu:

- a. Kepuasan pelanggan Perasaan kecewa atau senang yang dirasakan akibat ekspektasi saat membandingkan produk atau jasa yang diterima.
- b. Kepercayaan pelanggan Perilaku pelanggan terhadap fungsi, manfaat, kualitas dari produk atau jasa yang ditawarkan kepada pelanggan saat melakukan proses pembelian.
- c. Komitmen pelanggan Keinginan yang kuat dari pelanggan untuk menciptakan keterikatan, kesetiaan emosional dan hubungan pelanggan terhadap produk atau jasa dengan cara memberikan sikap dan perilaku yang baik.
- d. Persepsi kualitas layanan Kondisi dinamis antara harapan pelanggan dan persepsi pelanggan tentang produk atau jasa yang diterima dari penyedia layanan. Loyalitas pelanggan merupakan cerminan dari kepercayaan yang kuat antara konsumen dan merek. Ketika konsumen telah mempercayai suatu produk atau jasa, mereka cenderung untuk tetap setia dan mengabaikan

alternatif lain. Kepercayaan ini terbentuk dari pengalaman positif yang berulang, di mana produk atau jasa tersebut berhasil memenuhi atau bahkan melampaui harapan konsumen. Kepuasan pelanggan, yang merupakan hasil dari pengalaman positif ini, menjadi landasan bagi terbentuknya loyalitas yang kuat.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di klinik hewan di Indonesia. Kualitas layanan yang unggul tidak hanya sekadar memenuhi ekspektasi pelanggan sesaat, tetapi juga merupakan komitmen jangka panjang untuk memberikan pengalaman yang konsisten dan berkesan. Seperti yang dijelaskan oleh (Gunawan dan Ayuningtiyas (2018), kualitas layanan yang baik mencakup upaya untuk memberikan apresiasi kepada pelanggan dan memberikan sentuhan personalisasi dalam setiap interaksi.

Penelitian ini juga menyoroti bahwa kualitas layanan yang memadai melibatkan keseimbangan antara ekspektasi pelanggan dan realitas pelayanan yang diberikan Salomon et al (2017). Ketika perusahaan mampu menyelaraskan kedua aspek ini, kepuasan pelanggan akan tercapai, yang pada gilirannya akan membangun loyalitas pelanggan. Menurut Tjiptonoo (2014), kualitas layanan terdiri dari lima dimensi utama: kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Dimensi-dimensi ini memainkan peran penting dalam memastikan bahwa pelanggan mendapatkan layanan yang sesuai dengan harapan mereka. Lebih lanjut, penelitian oleh Sadewo et al (2021) menambahkan dimensi akses terhadap layanan, yang menunjukkan pentingnya kemudahan dalam mendapatkan layanan yang ditawarkan. Kepuasan pelanggan juga dianggap sebagai elemen kunci dalam meningkatkan loyalitas, di mana kepuasan ini tercapai ketika pengalaman pelanggan sesuai atau melebihi harapan mereka Kotler dan Keller (2016).

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa klinik hewan perlu fokus pada berbagai aspek kualitas layanan, termasuk kondisi internal perusahaan seperti struktur manajemen, fasilitas kerja, dan pengembangan sumber daya manusia, serta kualitas layanan eksternal yang berfokus pada interaksi langsung dengan pelanggan Diana (2019). Kualitas layanan yang baik, baik internal maupun eksternal, akan meningkatkan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya akan mendorong loyalitas pelanggan.

Dengan demikian, penting bagi klinik hewan di Indonesia untuk terus meningkatkan kualitas layanan mereka, baik melalui peningkatan dimensi layanan yang ada maupun dengan memperhatikan aspek internal dan eksternal. Peningkatan ini akan memastikan bahwa pelanggan merasa dihargai dan puas dengan layanan yang mereka terima, yang pada akhirnya akan membangun loyalitas pelanggan yang kuat

Daftar Pustaka

- Anonymous. (2022). 2022 AVMA PET OWNERSHIP AND DEMOGRAPHICS SOURCEBOOK. Veterinary Economics Division American Veterinary Medical Association.
- Budiyono, R., Sarbullah, S., & Novandalina, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cherry Pet Shop Purwokerto. *Jurnal Ilmiah Infokam*, 18(1), 9-17

- Dassanayake, P. S., & Weerasiri, R. A. S. (2018). An analysis of interrelationships between antecedents of customer loyalty: Context of Sri Lankan veterinary healthcare services. *Singaporean Journal of Business Economics, and Management Studies*, 6(2)
- DIANA, L. E. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI BANK BRIS KCP MAGELANG DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Doctoral dissertation, IAIN SALATIGA)
- Elizar, C., Indrawati, R., & Syah, T. Y. R. (2020). Service quality, customer satisfaction, customer trust, and customer loyalty in service of Paediatric Polyclinic over Private H Hospital of East Jakarta, Indonesia. *Journal of Multidisciplinary Academic*, 4(2), 105-111.
- Ilhamalimy, R. R., & Mahaputra, M. R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik*, 1(1), 85-97.
- Khaddapi, M., & Risal, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Kepuasan Pelanggan Melalui Loyalitas Terhadap Minat Membeli Kembali di Jinan Pet Care and Veterinary Palopo. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JABM)*, 8(3), 951-951.
- Peacock, D. (2016), "Client Preference and Satisfaction in Western Kentucky Veterinary Clinics", *Msc Thesis*, Murray State University, Proquest LLC, United States.
- Pionera, E., & Kusdyah, I. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS, DAN TRUST TERHADAP KEPUASAN KOMUNITAS PEMILIK HEWAN PADA KLINIK HEWAN PIONERAS DI WONOGIRI. *Jurnal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen*, 1(2).
- Prasetyo, A.Y. (2023). Peluang Bisnis Hewan Peliharaan di Indonesia. <https://www.kompas.id/baca/riset/2023/08/03/peluang-bisnis-hewan-peliharaan-di-indonesia>
- Pradana, M. B. V., Wahab, Z., Widad, A., & Gunarto, M. (2019). Studi Kepuasan dan Loyalitas Nasabah melalui Kualitas Layanan dan Citra Bank Sumsel Babel. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(2), 206 - 219. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i2.85>
- Sadewo, E., Siregar, F. H., Sukirna, I., Adisusanto, J., & Fauzan, N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Klinik Hewan di Indonesia. *Muhammadiyah Riau Accounting and Business Journal*, 2(2), 193-200.
- Sholeh, M., & Chalidyanto, D. (2021). The effect of service quality on loyalty through patient satisfaction in outpatient of hospital X, Malang. *JMMR (Jurnal Medicoeticolegal Dan Manajemen Rumah Sakit)*, 10(2), 148-157
- Sudirman, I. M. S. A. S., & Suasana, I. G. A. K. G. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Online Terhadap Kepuasan, Komitmen, Dan Loyalitas Nasabah Internet Banking Di Kota Denpasar. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1(4), 473 - 488. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i4.52>

- Suryawan, T. G. A. W. K., Meryawan, I. W., & Utama, G. W. B. (2023). Dampak Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Loyalitas: Studi pada Pelanggan Sami Petshop Abiansemal. *Jurnal AKSES*, 15(2)
- Tarigan, E. R. (2020). Analysis of The Relationship Between Customer Satisfaction and Service Quality of a Pet Shop in Depok, East Java. *Arthavidhya Jurnal Ilmiah Ekonomi* Oktober 2020, 220-235.
- Vimla, & Taneja, U. (2020). Navigating from brand image to patient loyalty: Mediating effect of service quality and patient satisfaction. *Journal of health management*, 22(3), 430-445.
- Vieru, J., Manolescu, I.T. (2023). "Veterinary Clinics in Therapy : Genetic Tools for Improving Veterinary Management". Conference: 5th International Cukurova.
- Agriculture and Veterinary Congress at Adana / Türkiye DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.8245550>.
- Wulur, L. M., Militina, T., & Achmad, G. N. (2020). Effect of service quality and brand trust on customer satisfaction and customer loyalty Pertamina Hospital Balikpapan. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(01).
- Yani, A. H., Salfadri, S., & Yulistia, Y. (2024). Pengaruh Harga Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko R4 Petshop Padang. *EKASAKTI MATUA JURNAL MANAJEMEN*, 2(2), 115-124.

Consumer Decision Model: Online Customer Reviews, Online Customer Ratings, and Brand Ambassadors Influence Decisions to Purchase in E-commerce During the COVID-19 Pandemic

Salsabela Amalia

Universitas Gunadarma, Jakarta

Titi Nugraheni*

Universitas Gunadarma, Jakarta

Misdiyono

Universitas Gunadarma, Jakarta

titi_n@staff.gunadarma.ac.id

Abstract

This study aims to determine the effect of Online Customer Reviews, Online Customer Rating, and Brand Ambassador on Purchasing Decisions during the Covid-19 Pandemic on Tokopedia E-Commerce and to determine which variables are most dominant in influencing consumer purchasing decisions during the Covid-19 pandemic that occurred in Indonesia in 2020.

The analysis method in this study uses quantitative primary data by distributing questionnaires via Google Forms. The test stages carried out are validity test, reliability test, normality test, heteroscedasticity test, multicollinearity test, multiple linear regression analysis, t-test, f-test, and determination coefficient analysis. The testing tool used is SPSS version 26.

The results of this study indicate that online customer reviews and online customer ratings do not have a significant effect on purchasing decisions, while brand ambassadors have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Online Customer Review, Online Customer Rating, Brand Ambassador, Purchase Decision

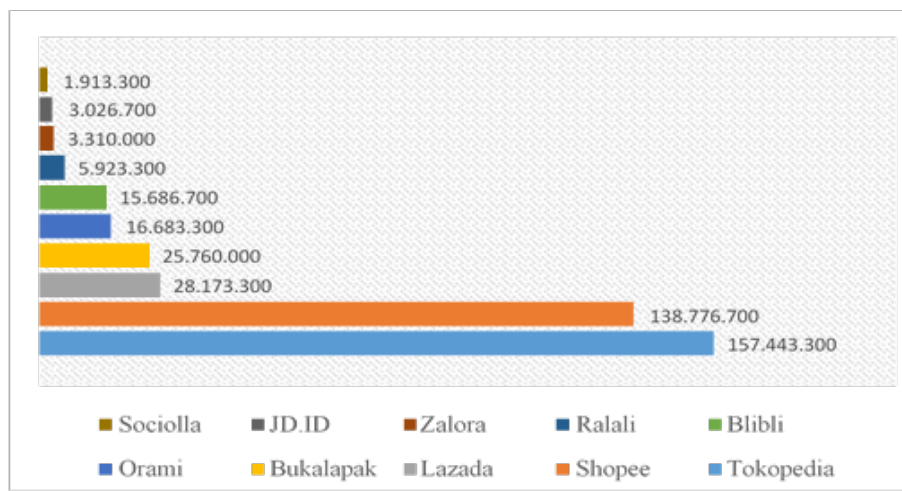
Introduction

The first reported case of COVID-19 in Indonesia was in early 2020 and is continuing until 2022, which means that this case has continued in Indonesia for two years, accompanied by various actions taken to break the chain of transmission so that it does not spread further. One of them is avoiding crowds that have the potential to have direct or indirect physical contact with each other so that people's activities are limited when they are outdoors. The restrictions on activities imposed by the government on the Indonesian people have created new problems for business people who make direct sales in stores. (Setyowati & Tutiasri, 2021). Producers also have to think of alternative ways to maintain their business in a situation like this, for example, producers sell online through online buying and selling sites in Indonesia to facilitate buying and selling transactions between producers and consumers. Consumers will certainly feel safe if they make transactions online during the pandemic because they don't need to leave the house and only rely on the electronic goods they have as an intermediary for online shopping.

This will form a new character for people to shop only through their electronics without going to the store directly due to people's habits during recent activity restrictions. (Octavia et al., 2020),

(Lorca et al., 2019). E-commerce is a site for buying and selling a product that is offered through images or recordings listed on the site where producers and consumers do not meet directly but via the internet to make transactions. (Jeyapriya et al., 2019), (Mardiyah & Nurwati, 2020). Various E-commerce in Indonesia include Tokopedia, Shopee, Lazada, Bukalapak, Orami, Blibli, Ralali, Zalora, JD.ID, Sociolla, and many more. The large number of online buying and selling sites creates competition in promoting their companies to maintain the desired sales. The following is a table of monthly Web visitors in Q4 2021.

Table 1. Monthly Web Visitors in Q4 2021



Sources: iPrice (2022)

Based on the table above, it is known that Tokopedia is the highest monthly web visitor in the fourth quarter of 2021, which is 157 million, followed by Shopee with 138 million. The difference between the two is more than 18 million, so Tokopedia must pay attention to it to stay ahead of other e-commerce.

Tokopedia is an Indonesian e-commerce website, namely William Tanuwijaya on August 17, 2009, which is now an influential unicorn company in Indonesia and Southeast Asia. Maintaining a business in this competition is not easy, because the company must have advantages that can attract purchasing decisions from consumers. One thing that can make a purchasing decision is the influence of various information that is widely spread in electronic media in positive and negative contexts such as reviews and ratings. (Vitara & Puspa Novita Sari, 2024). Consumers will share their experiences and assessments of a brand that they have used themselves through the internet because of easy access but with a wide reach.

In addition, it requires famous figures such as celebrities as the face of the company to have an appeal and get the attention of consumers in making purchasing decisions on Tokopedia. By using celebrities, consumers will compete to buy a product offered by a celebrity they like to support the activities of the celebrity. A brand ambassador is a well-known individual (public figure) in the public eye for his achievements other than the products he supports.

The consumer decision-making process is a step-by-step process used when purchasing a product or service because of the interest felt by someone, wanting to buy, try, use, or even want to own the product. Each producer will implement various strategies that they have so that consumers decide to purchase their products. A purchasing decision is an action from a consumer who buys or does not buy a product. (Azali & Setiawan, 2023), (Alikasari, 2022)

Currently, consumers are increasingly selective in choosing a product offered by a company based on online reviews and online ratings given by consumers with the selection of brand ambassadors who are considered appropriate in their purchasing decisions. This research is important to analyze the Consumer Decision Model: Online Customer Review, Online Customer Rating, and Brand Ambassador Influence Decision To Purchase On E-commerce During the Covid-19 Pandemic.

Theoretical Foundations and Hypothesis Development

E-commerce

E-commerce is the purchase, sale, and marketing of goods and services through electronic systems. Examples include; television, radio, and computer networks or the internet. E-commerce is a business process using electronic technology that connects companies, consumers, and the public in the form of electronic transactions and the exchange sale of goods, services, and information electronically. (Mayasari et al., 2023). E-commerce is a process carried out by consumers in buying and selling various products electronically from one company to another using a computer as an intermediary for business transactions carried out.

E-commerce is a process of buying and selling products electronically with a computer as an intermediary for business transactions. Electronic commerce known as electronic commerce (e-commerce) is any form of business transaction that uses information and communication technology. However, over time, the definition of e-commerce has expanded to include not only sales and purchases via the internet but also online customer service and the exchange of business documents. E-commerce is a process carried out by consumers in selling and buying various products through an electronic system that connects companies, consumers, and the community in the form of electronic transactions. (Jeyapriya et al., 2019), (Octavia et al., 2020)

Online Customer Review

Customer reviews are a form of WOM (Word of Mouth) which can be understood as a medium that can be used by consumers to find information by looking at reviews from other consumers, either about a product, a company's service, or about how a company produces its products so that consumers can determine their decisions in making purchases. (Vitara & Puspa Novita Sari, 2024), (Dwipa Premesti & Aminah, 2023).

Online customer reviews are used as a means for consumers to find and obtain information that can later influence purchasing decisions, a mechanism for feedback provided by consumers, and also a recommendation system for online shopping. With customer reviews, consumers can estimate the quality of the product they are looking for through reviews given by other consumers about their experiences when using the product.

Customer reviews contain positive and negative things and describe the characteristics (eg benefits and disadvantages) related to the product. Therefore, there is evidence that there is encouragement given by consumers who have used the product by providing information about the product to become one way of evaluating which is considered to be able to influence purchasing decisions by prospective consumers towards the product. Online customer review indicators consist of source credibility, opinion quality, review valance, and number of reviews.

Online Customer Rating

Online customer rating is a consumer's opinion on a certain scale, whereas in online stores it is in the form of giving stars. The more consumers give stars, the better the seller's rating. Rating can be interpreted as an assessment of users' preferences for a product towards their experience which refers to the psychological and emotional state experienced when interacting with virtual products in a mediated environment. The influence of customer assessments on ratings before deciding to buy a product depends on how often other customers rate or evaluate the product. (Salea et al., 2021). The ranking or rating of a product online is one way for consumers to express their opinions about the quality of online products. This is due to the assessment of the product by consumers which reflects consumer satisfaction globally, not only on the product, but also on how consumers are served by online sellers. Online Customer Rating indicators are Source credibility, Rating quality, Rating valance, Perceived benefits, and Number of reviews.

Brand Ambassador

The use of brand ambassadors themselves is carried out by companies to invite or influence consumers, especially because their selection is based on the image of a celebrity. (Ghadani et al., 2022), (Anggraeni, 2020) Being a celebrity representing a product is not only having a good but also being able to attract the attention of consumers with a positive image. A brand ambassador is a cultural icon of a company or identity that acts as a marketing tool that represents the achievement of individualism, human glory, and the commodification and commercialization of a product. (Ismail et al., 2023), (Dwipa Premesti & Aminah, 2023). Brand Ambassador indicators include Transparency, Suitability, Credibility, Attraction, and Strength.

Purchasing decisions

Purchasing decisions are inseparable from the nature of a consumer (consumer behavior) so each consumer has different habits in making purchases, Kotler and Keller (2016) state that purchasing decisions have the following dimensions, including Product choice, Brand choice, Distributor choice, Purchase time, Purchase amount, Payment method. Consumers can make decisions about the payment method that will be used in making decisions to use products or services. Purchasing decisions are influenced not only by environmental and family aspects, purchasing decisions are also influenced by the technology used in purchasing transactions. The consumer buying process begins earlier before the actual purchase and continues after that so marketers must focus on the entire process rather than just the purchasing decision. The five stages in the consumer purchasing decision process start from recognizing needs, searching for information, evaluating alternatives, making purchasing decisions, and post-purchase behavior.

COVID-19 Pandemic

According to the Committee for Handling COVID-19 and National Economic Recovery (2020) Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) is an infectious disease caused by Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2 (SARS-CoV-2). SARS-CoV-2 is a new type of coronavirus that has never been previously identified in humans. (Agung, 2020). Handling of KKM is carried out through the implementation of health quarantine both at the entry point and in the region. In implementing health quarantine in the region, after a fairly comprehensive study, Indonesia took the policy to implement Large-Scale Social Restrictions (PSBB) which in principle were implemented to suppress the spread of COVID-19 from spreading further, based on epidemiological considerations, the magnitude of the threat, effectiveness, resource support, operational techniques, political, economic, social, cultural, defense and security considerations. (Hadiwardoyo, 2020), (Agung, 2020), (Wang, 2021). The PSBB

regulation is stipulated through Government Regulation Number 21 of 2020 concerning Large-Scale Social Restrictions in the Context of Accelerating the Handling of Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) and is technically outlined in the Regulation of the Minister of Health Number 9 of 2020 concerning Guidelines for Large-Scale Social Restrictions in the Context of Accelerating the Handling of Corona Virus Disease 2019 (COVID-19).

Guidelines for the prevention and control of COVID-19 are prepared based on WHO recommendations adjusted to the development of the COVID-19 pandemic, and the provisions of applicable laws and regulations.

Research Hypothesis Hypothesis Development

- H1: Online Customer Review influences purchasing decisions during the Covid-19 pandemic on Tokopedia e-Commerce.
- H2: Online Customer Rating influences purchasing decisions during the Covid-19 pandemic on Tokopedia e-Commerce.
- H3: Brand Ambassador influences purchasing decisions during the Covid-19 pandemic on Tokopedia e-Commerce.

Research Method

The subjects of this study were respondents who could provide information in collecting research data as consumers who had made purchases on Tokopedia e-Commerce during the COVID-19 pandemic in Jabodetabek. The population in this study were consumers who had made online transactions during the COVID-19 pandemic on Tokopedia e-commerce.

The sample in this study were consumers who had made online transactions on Tokopedia e-commerce. The sampling method used in this study was non-probability sampling with a purposive sampling technique where the determination of the sample was carried out with certain considerations or had certain criteria. (Sugiyono, 2013). The criteria were that respondents had shopped at least once during the COVID-19 pandemic on Tokopedia e-commerce and were at least 17 years old and domiciled in Jabodetabek.

The type of data used in this study was quantitative data. Data was collected using a structured questionnaire by distributing questionnaires to consumers who had made online transactions during the COVID-19 pandemic on Tokopedia e-commerce. The data collection method in the distribution study can be done online using the Google Form questionnaire. Distribution of questionnaires through messaging applications in WhatsApp groups and Instagram social media to consumers who have made transactions on Tokopedia e-commerce. The score level used in this study is by using the Likert scale according to Sugiyono (2014). The data analysis method used in this study is the quantitative analysis method with the help of the SPSS (Statistical Product and Service Solutions) program. The analysis method was carried out using the T Test and Multiple Linear Analysis aimed at determining the influence and relationship of Online Customer Reviews, Online Customer Ratings, and Brand Ambassadors on purchasing decisions during the Covid-19 pandemic on Tokopedia e-Commerce.

Discussion

The results of the validity and reliability tests show that all instruments for each variable are declared valid and reliable.

Table 2. Validity Test Results

Variables	Statement	r-count	r- table	Description
Online Customer Review (X1)	X1.1	0,544	0,1966	Valid
	X1.2	0,643	0,1966	Valid
	X1.3	0,547	0,1966	Valid
	X1.4	0,681	0,1966	Valid
	X1.5	0,696	0,1966	Valid
	X1.6	0,645	0,1966	Valid
Online Customer Rating (X1)	X2.1	0,707	0,1966	Valid
	X2.2	0,803	0,1966	Valid
	X2.3	0,743	0,1966	Valid
	X2.4	0,653	0,1966	Valid
	X2.5	0,717	0,1966	Valid
Brand Ambassador (X3)	X3.1	0,770	0,1966	Valid
	X3.2	0,761	0,1966	Valid
	X3.3	0,696	0,1966	Valid
	X3.4	0,698	0,1966	Valid
	X3.5	0,742	0,1966	Valid
Purchase decision (Y)	Y.1	0,699	0,1966	Valid
	Y.2	0,764	0,1966	Valid
	Y.3	0,768	0,1966	Valid
	Y.4	0,617	0,1966	Valid
	Y.5	0,703	0,1966	Valid

Source: SPSS 26, 2022 processing results

Based on the table above, shows that the calculated r value obtained for each variable is greater than the r table value with a sample of 100 respondents at a significance level of 0.05, namely 0.1966. So it can be concluded that the statements used in this study are declared valid.

Table 3. Reliability

Variable	Cronbach's Alpha	Value Reliable	Description
<i>Online Customer Review</i>	0,682	0,60	Reliable
<i>Online Customer Rating</i>	0,770	0,60	Reliable
<i>Brand Ambassador</i>	0,785	0,60	Reliable
Purchasing Decision	0,750	0,60	Reliable

Source: SPSS 26, 2022 processing results

The results of the T-test to test the influence between variables in this study are presented in the following table.

Table 4. T-Test Results Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	T	
1 (Constant)	5,977	2,364		2,529	,013
Online Customer Review	,163	,083	,170	1,965	,052
Online Customer Rating	-,033	,071	-.035	-,467	,642
Brand Ambassador	,561	,083	,593	6,791	,000

a. Dependent Variable: Purchase Decision

Source: SPSS 26, 2022 processing results

Based on the results of the table test above, the online customer review variable on purchasing decisions obtained a significance value of $0.052 > 0.05$ so that H_a is rejected and H_o is accepted and the online customer rating variable on purchasing decisions obtained a significance value of $0.642 > 0.05$ so that H_a is rejected and H_o is accepted. This means that the online customer review and online customer rating variables do not have a partial effect on purchasing decisions on Tokopedia e-commerce. Meanwhile, the brand ambassador variable on purchasing decisions obtained a significant value of $0.00 < 0.05$ so H_a is accepted and H_o is rejected. This means that the brand ambassador variable has a partially significant effect on purchasing decisions on Tokopedia e-commerce.

H1: Online Customer Review influences purchasing decisions during the Covid-19 pandemic on Tokopedia e-Commerce

The results of this study indicate that the online customer review variable obtained a significance value of $0.052 > 0.05$ with a regression of 0.163. This means that although the direction of the relationship is positive, reviews or reviews from consumers are less beneficial so they can reduce purchasing decisions on Tokopedia e-Commerce. Thus, H_a is rejected and H_o is accepted, so the online customer review variable does not affect purchasing decisions during Covid-19 on Tokopedia e-Commerce. (Jeyapriya et al., 2019), (Lorca et al., 2019), (Candra Astuti & Nasution, 2017).

Questionnaire statement, the statement point "I feel the need to see and read comments or reviews given by other consumers" has the highest value. However, this study, cannot significantly influence purchasing decisions because several other factors are not strong enough to influence purchasing decisions on Tokopedia e-commerce. Consumers are more interested in other factors such as brand ambassadors and others. The results of this study are not in line with research conducted by Pratiwi, et al. (2020) that online customer reviews have a positive effect on purchasing decisions. However, this study is supported by research conducted by Ilmiyah and Krishernawan (2021) that product reviews do not have a positive and significant effect on purchasing decisions. (Vitara & Puspa Novita Sari, 2024), (Nabila Adillati Azka, 2023).

H2: Online Customer Rating influences purchasing decisions during the Covid-19 pandemic on Tokopedia e-Commerce.

The results of this study indicate that the online customer rating variable obtained a significance value of $0.642 > 0.05$ with a regression coefficient value of -0.033 . The regression coefficient value can be interpreted that the lower the influence of the rating on Tokopedia e-Commerce, the lower the purchasing decision made because the consumer rating has not been able to express the opinions of other consumers so that it can reduce purchasing decisions on Tokopedia e-Commerce. Thus, H_a is rejected and H_o is accepted, so the online customer rating variable does not affect purchasing decisions during Covid-19 on Tokopedia e-Commerce. Some consumers choose to buy products after seeing high ratings, but this statement does not affect purchasing decisions based on the highest rating. Consumers are more interested in making purchasing decisions on Tokopedia because of other factors such as Brand ambassadors and Online customer reviews. This means that the higher the Tokopedia rating given has not been able to influence other consumers in making purchases. This study is not in line with other studies that state that online customer ratings influence consumer purchasing decisions on Tokopedia. (Datiar Nyimpado et al., 2024), (Dwipa Premesti & Aminah, 2023).

H3: Brand Ambassador influences purchasing decisions during the Covid-19 pandemic on Tokopedia e-Commerce

Based on the T-test, a significant value of $0.00 < 0.05$ was obtained so that H_a was accepted and H_o was rejected. This means that brand ambassadors have a partially significant effect on purchasing decisions on Tokopedia e-commerce. Respondents agreed that Tokopedia brand ambassadors have expertise in conveying information accurately. Celebrities who are Tokopedia brand ambassadors are now very suitable because they have an attractive communication style. Brand ambassadors can now be trusted to represent Tokopedia. Making celebrities as Tokopedia brand ambassadors is an attraction to be able to influence consumer purchasing decisions. The number of fans a celebrity has can increase purchases on Tokopedia. This study is in line with other studies which state that Brand Ambassadors influence purchasing decisions. (Dwipa Premesti & Aminah, 2023), (Nabila Adillati Azka, 2023), (Pratama et al., 2024), (Anggraeni, 2020), (Ghadani et al., 2022).

Conclusion

Online customer review partially does not affect purchasing decisions on Tokopedia e-Commerce. Online customer rating partially does not affect purchasing decisions on Tokopedia e-Commerce. Brand ambassador partially has a significant effect on purchasing decisions on Tokopedia e-Commerce.

References

- Agung, I. M. (2020). Memahami Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Psikologi Sosial. *Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi*, 1(2), 68–84.
- Alikasari, V. F. (2022). Quality, Product Decision, Purchasing Pujangga Steak and Coffee Buaran. *JURNAL HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT*, 1–14.
- Anggraeni, E. D. (2020). Pengaruh Advertising Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan

Pembelian Melalui Brand Image Pada Konsumen Produk Pembalut Charm Di Kota Depok. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3(3), 419–433. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v3i3.148>

Alikasari, V. F. (2022). Quality, Product Decision, Purchasing Pujangga Steak and Coffee Buaran. *JURNAL HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT*, 1–14.

Azali, L. C., & Setiawan, W. Y. (2023). *The Determinants of Stock Buybacks during COVID-19 : Evidence from Indonesia Faktor-Faktor Penentu Pembelian Kembali Saham Selama COVID-19 : Bukti Dari Indonesia*. 1(3), 1–12.

Candra Astuti, N., & Nasution, R. A. (2017). Technology Readiness and E-Commerce Adoption among Entrepreneurs of SMEs in Bandung City, Indonesia. *Gajah Mada International Journal of Business*, 16(1), 69–88. <http://www.gamaijb.mmugm.ac.id/>

Datiar Nyimpado, G., Krisna Marpaung, F., Agung Almusahwir, M., Nurhidayah, A., Amanda Sihalo, E., & Meliza. (2024). The Influence Of Online Customer Rating, Online Customer Review And Brand Ambassador On Buying Interest In E-Commerce Shopee At Prima Indonesia University. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 3474–3489. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>

Dwipa Premesti, A., & Aminah, S. (2023). The Influence of Brand Image and Online Customer Review on Purchasing Decisions in the Lazada Marketplace. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 7640–7647. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>

Ghadani, A., Muhar, A. M., & Sari, A. I. (2022). Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap keputusan pembelian di shopee dengan mediasi brand awareness. *Insight Management Journal*, 2(3), 110–118. <https://doi.org/10.47065/imj.v2i3.200>

Hadiwardoyo, W. (2020). Kerugian Ekonomi Nasional Akibat Pandemi Covid-19. *Baskara: Journal of Business and Entrepreneurship*, 2(2), 83–92. <https://doi.org/10.24853/baskara.2.2.83-92>

Ismail, H. A., Suhaji, S., & Pradono, N. S. (2023). Brand Awareness dan Celebrity Endorser dalam Memediasi Pengaruh Shopping Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian Produk secara Online pada Marketplace Shopee. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 7(1), 80–95. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v7i1.305>

Jeyapriya, D., Theivasigamani, S., Velvizhi, R., & Nandhini, P. (2019). E-commerce performance with cloud computing. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering*, 8(9 Special Issue 3). <https://doi.org/10.35940/ijitee.I3215.0789S319>

Lailiya, N. (2020). Pengaruh Brand Ambassador Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 2(2), 113. <https://doi.org/10.51804/iej.v2i2.764>

Lorca, P., de Andres, J., & Garcia-Diez, J. (2019). Impact of e-commerce sales on profitability and revenue. The case of the manufacturing industry. *Engineering Economics*, 30(5).

<https://doi.org/10.5755/j01.ee.30.5.21254>

- Mardiyah, R. A., & Nurwati, R. N. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Peningkatan Angka Pengangguran di Indonesia. *Harian Spektrum*, 2, 1–11. <https://spektrumonline.com/2020/11/11/dampak-pandemi-covid-19-multidimensi/>
- Mayasari, V., Indyastuti, D. L., & Daryono, D. (2023). Model kualitas aset dan e-commerce pada kinerja UMKM yang dimoderasi oleh strategi persaingan produk. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 6(4), 446–457. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v6i4.289>
- Nabila Adillati Azka. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Layanan Cash On Delivery, Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Situs Shopee Generasi Z Di Kota Surakarta. *Jurnal Visi Manajemen*, 9(2), 25–35. <https://doi.org/10.56910/jvm.v9i2.281>
- Octavia, A., Indrawijaya, S., Sriayudha, Y., Heriberta, Hasbullah, H., & Asrini. (2020). Impact on e-commerce adoption on entrepreneurial orientation and market orientation in business performance of smes. *Asian Economic and Financial Review*, 10(5), 516–525. <https://doi.org/10.18488/journal.aefr.2020.105.516.525>
- Pratama, I. P. D., Anggraini, N. P. N., & Jodi, I. W. G. A. S. (2024). Pengaruh Brand Image, Promosi, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Klungkung Dalam Era Digital Menggunakan Aplikasi Grabfood. *Values*, 5(1), 71–84.
- Salea, C., Lopian, S. L. H. V. J., & Tielung, M. V. J. (2021). Analysis Of The Effect Of price Perception And Promotion On Consumer Purchase Decisions At Fast Food Restaurant Of KFC Bahu Manado During The Covid-19 Period. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akutansi*, 9(4), 1293–1302.
- Setyowati, N. D., & Tutiasri, R. P. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Bagi Pelaku Usaha Makanan yang Terkena Dampak COVID-19. *JISIP : Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 10(1), 73–84. <https://doi.org/10.33366/jisip.v10i1.2268>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Vitara, A. F., & Puspa Novita Sari. (2024). Enhancing Purchase Decisions: The Role of E-WOM, Online Customer Review, and Free Shipping Promotion. *Journal of Economics and Business Research (JUEBIR)*, 3(1), 67–80. <https://doi.org/10.22515/juebir.v3i1.9150>
- Wang, X. (2021). The Effect Covid 19. *Pacific-Basin Finance Journal*, 101654. <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2021.10.023>

Andiet Yoga Pamungkas, Rizqy Faidil Bustam, Ronny Aditya, Yusna Yusuf, Tetra Hidayati

A Systematic Literature Review: Transformational Leadership of Innovative Work Behavior and Green Human Resource Management

Andiet Yoga Pamungkas

Universitas Mulawarman, Samarinda

Rizqy Faidil Bustam

Universitas Mulawarman, Samarinda

Ronny Aditya

Universitas Mulawarman, Samarinda

Yusna Yusuf

Universitas Mulawarman, Samarinda

Tetra Hidayati

Universitas Mulawarman, Samarinda

tetra.hidayati@feb.unmul.ac.id

Abstrak

Artikel ini membahas hubungan antara kepemimpinan transformasional, perilaku kerja inovatif, dan Green Human Resource Management (GHRM) dalam mendorong keberlanjutan organisasi. Dengan menggunakan metode systematic literature review, penelitian ini menganalisis berbagai literatur terkini yang relevan untuk memahami kontribusi masing-masing variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemimpinan transformasional memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku kerja inovatif dan implementasi GHRM. Selain itu, interaksi antara kepemimpinan transformasional dan GHRM dapat menciptakan budaya organisasi yang inovatif dan berkelanjutan, dengan dampak positif pada kinerja organisasi secara keseluruhan. Studi ini menyoroti pentingnya integrasi antara kepemimpinan transformasional dan praktik GHRM dalam mencapai keunggulan kompetitif di tengah tantangan global.

Kata kunci: Kepemimpinan, Kepemimpinan Transformasional, Green Human Resource Management.

Pendahuluan

Dalam lingkungan organisasi yang semakin kompetitif, kepemimpinan transformasional telah menjadi fokus utama dalam mempromosikan perilaku kerja inovatif dan implementasi manajemen sumber daya manusia yang berwawasan lingkungan. Gaya kepemimpinan ini memiliki peran penting dalam menginspirasi karyawan untuk mencapai potensi mereka melalui pendekatan yang kreatif, adaptif, dan inovatif (Karimi et al., 2023). Perilaku kerja inovatif, sebagai hasil dari kepemimpinan transformasional, menjadi kunci bagi organisasi untuk tetap relevan di tengah perubahan dinamis dan kompleksitas pasar (Hansen & Pihl-Thingvad, 2019).

Perkembangan konsep Green Human Resource Management (GHRM) turut memperluas lingkup

diskusi tentang manajemen organisasi yang berkelanjutan. GHRM tidak hanya mengedepankan efisiensi dalam penggunaan sumber daya, tetapi juga menanamkan budaya ramah lingkungan yang sejalan dengan tujuan organisasi secara keseluruhan (Zhu et al., 2022). Penggabungan antara kepemimpinan transformasional, perilaku kerja inovatif, dan manajemen sumber daya manusia berbasis hijau menghasilkan pendekatan terpadu yang dapat meningkatkan daya saing organisasi.

Seiring dengan kebutuhan untuk menciptakan lingkungan kerja yang inovatif, organisasi menghadapi tantangan dalam menyelaraskan inisiatif inovasi dengan keberlanjutan lingkungan. Kepemimpinan transformasional mampu menjadi motor penggerak dalam menciptakan budaya inovasi yang relevan dengan nilai-nilai keberlanjutan. Pemimpin yang transformasional tidak hanya memotivasi, tetapi juga membimbing karyawan untuk mengadopsi inovasi yang berdampak positif bagi organisasi dan lingkungan (Afsar & Umrani, 2020).

Studi sebelumnya menunjukkan bahwa perilaku kerja inovatif dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kepemimpinan, motivasi intrinsik, dan iklim organisasi yang mendukung (Bednall et al., 2018). Lebih jauh, dalam konteks GHRM, penting untuk memahami bagaimana kepemimpinan transformasional dapat mengintegrasikan inovasi dengan praktik kerja berwawasan lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara ketiga variabel tersebut dengan harapan memberikan wawasan praktis yang berguna bagi manajer dan pemimpin dalam mengelola perubahan organisasi.

Landasan Teori

Kepemimpinan Transformasional

Kepemimpinan transformasional adalah pendekatan kepemimpinan yang menekankan pada perubahan mendasar dalam organisasi melalui pengaruh positif terhadap individu dan tim. Konsep ini menjadi relevan dalam berbagai konteks, terutama di era perubahan yang cepat. Kepemimpinan transformasional mengedepankan visi yang inspiratif, motivasi, dan pengembangan individu sebagai elemen utama untuk mencapai tujuan organisasi yang lebih tinggi (Bass & Riggio, 2021).

Pendekatan ini terdiri dari empat komponen utama yang sering dikenal sebagai empat dimensi kepemimpinan transformasional. Dimensi pertama, pengaruh ideal (*idealized influence*), mencakup kemampuan pemimpin untuk menjadi panutan yang dihormati oleh tim. Pemimpin dengan pengaruh ideal menunjukkan integritas tinggi, konsistensi dalam tindakan, dan fokus pada nilai-nilai organisasi. Dimensi kedua, motivasi inspirasional (*inspirational motivation*), mengacu pada kemampuan pemimpin untuk menciptakan visi yang menarik dan memotivasi anggota tim untuk bekerja menuju visi tersebut (Northouse, 2022).

Dalam konteks organisasi modern, kepemimpinan transformasional telah terbukti menjadi pendekatan yang efektif untuk mengelola perubahan dan meningkatkan kinerja. Penelitian menunjukkan bahwa kepemimpinan transformasional berkontribusi secara signifikan terhadap keterlibatan karyawan, yang pada gilirannya meningkatkan produktivitas dan efisiensi. Pemimpin transformasional tidak hanya berfokus pada hasil jangka pendek tetapi juga pada pengembangan keberlanjutan organisasi melalui investasi dalam pengembangan karyawan (Avolio et al., 2021).

Penerapan kepemimpinan transformasional menjadi semakin relevan dalam lingkungan bisnis yang dinamis, terutama di era digital. Kepemimpinan ini membantu organisasi mengelola transformasi teknologi dan adaptasi budaya kerja baru. Kepemimpinan transformasional juga menjadi faktor kunci dalam mendorong inovasi, terutama ketika organisasi menghadapi tantangan global seperti pandemi dan perubahan pola kerja yang signifikan (Ravichandran, 2022).

Andiet Yoga Pamungkas, Rizqy Faidil Bustam, Ronny Aditya, Yusna Yusuf, Tetra Hidayati

Faktor budaya organisasi memengaruhi keberhasilan penerapan kepemimpinan transformasional. Budaya yang inklusif dan kolaboratif memungkinkan pemimpin untuk lebih mudah menginspirasi dan melibatkan anggota tim. Dalam studi terbaru, kepemimpinan transformasional diidentifikasi sebagai elemen penting dalam menciptakan budaya kerja yang adaptif dan inovatif. Organisasi yang menerapkan pendekatan ini cenderung memiliki tingkat kepuasan karyawan yang lebih tinggi dan kinerja tim yang lebih solid (Deloitte Insights, 2023).

Di era yang semakin global, kepemimpinan transformasional menjadi penting untuk mengelola keberagaman dalam tim. Pemimpin yang efektif dapat memahami dinamika budaya yang berbeda, menyesuaikan gaya kepemimpinan mereka, dan membangun keselarasan dalam tim multikultural. Hal ini memungkinkan organisasi untuk memanfaatkan potensi dari berbagai perspektif dan pengalaman yang berbeda (Ghasabeh et al., 2021).

Secara keseluruhan, kepemimpinan transformasional memberikan kerangka kerja yang kuat untuk mendorong pertumbuhan organisasi, baik dari segi hasil operasional maupun pengembangan sumber daya manusia. Dalam tiga tahun terakhir, literatur terus menegaskan relevansi pendekatan ini, terutama dalam menghadapi tantangan yang kompleks dan tak terduga di dunia bisnis.

Perilaku Inovatif

Perilaku inovatif dalam konteks organisasi merujuk pada serangkaian tindakan yang dilakukan individu untuk menghasilkan, mempromosikan, dan mengimplementasikan ide-ide baru yang bertujuan meningkatkan efektivitas dan efisiensi kerja. Perilaku ini melibatkan berbagai dimensi, termasuk eksplorasi peluang, pengembangan ide kreatif, serta pembentukan koalisi untuk mendukung implementasi inovasi. Secara teori, perilaku inovatif dilihat sebagai proses dinamis yang melibatkan interaksi antara individu dan lingkungan kerja yang mendukung (De Jong, 2006; Zacher & Rosing, 2015).

Dimensi utama perilaku inovatif meliputi eksplorasi peluang, generasi ide, dan implementasi. Eksplorasi peluang mengacu pada kemampuan individu untuk mengidentifikasi area yang dapat ditingkatkan melalui inovasi. Generasi ide mencakup proses kreatif di mana individu mencari solusi baru untuk masalah yang ada. Implementasi melibatkan langkah-langkah untuk mewujudkan ide menjadi solusi konkret yang dapat diterapkan dalam organisasi (Kanter, 1988).

Perilaku inovatif dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk iklim organisasi, motivasi intrinsik, dan dukungan dari atasan. Dukungan organisasi yang kuat untuk inovasi memberikan landasan bagi individu untuk merasa aman dalam mengemukakan ide-ide baru, sementara motivasi intrinsik mendorong individu untuk melibatkan diri secara aktif dalam proses kreatif. Dalam konteks ini, kepemimpinan transformasional memainkan peran penting sebagai fasilitator utama perilaku inovatif dengan memberikan inspirasi, motivasi, dan dukungan yang diperlukan (Hansen & Pihl-Thingvad, 2019).

Perilaku inovatif juga mencakup aspek keberlanjutan yang semakin relevan dalam dunia bisnis modern. Inovasi yang berfokus pada keberlanjutan tidak hanya mencakup efisiensi operasional tetapi juga kontribusi terhadap upaya global dalam menjaga kelestarian lingkungan. Faktor-faktor seperti literasi digital, pemberdayaan psikologis, dan budaya organisasi yang mendukung memperkuat hubungan antara individu dan organisasi dalam mendorong perilaku inovatif yang berorientasi pada keberlanjutan (Zhu et al., 2022).

Secara keseluruhan, teori perilaku inovatif memberikan wawasan tentang pentingnya interaksi antara individu, pemimpin, dan lingkungan kerja dalam membangun kapasitas inovasi organisasi. Pendekatan yang holistik, yang mencakup dimensi personal, sosial, dan lingkungan, diperlukan untuk memahami dan memaksimalkan potensi perilaku inovatif di tempat kerja.

Green Human Resource Management

Green Human Resource Management (GHRM) adalah pendekatan manajemen sumber daya manusia yang berfokus pada praktik berkelanjutan untuk mencapai tujuan organisasi sekaligus memperhatikan dampak terhadap lingkungan. Konsep ini bertujuan untuk mengintegrasikan nilai-nilai ramah lingkungan ke dalam berbagai fungsi sumber daya manusia, seperti rekrutmen, pelatihan, pengembangan, dan manajemen kinerja, dengan orientasi pada keberlanjutan jangka panjang.

Teori GHRM berakar pada pemahaman bahwa organisasi memiliki tanggung jawab untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan melalui upaya yang melibatkan seluruh lapisan karyawan. Pendekatan ini mencakup program-program yang mendorong perilaku ramah lingkungan, peningkatan kesadaran ekologi, dan pengurangan limbah serta penggunaan energi secara efisien. Dalam hal ini, GHRM bertujuan untuk menciptakan budaya kerja yang berfokus pada pengelolaan sumber daya secara bertanggung jawab dan berkelanjutan (Zhu et al., 2022).

Praktik utama GHRM meliputi rekrutmen hijau, di mana organisasi mencari karyawan dengan nilai-nilai keberlanjutan yang sejalan dengan misi perusahaan, serta pelatihan hijau yang membekali karyawan dengan keterampilan dan pengetahuan tentang inisiatif ramah lingkungan. Manajemen kinerja hijau memastikan bahwa target kinerja individu dan tim mencerminkan prioritas keberlanjutan, sedangkan penghargaan hijau memberikan insentif kepada karyawan yang secara aktif berkontribusi pada inisiatif hijau perusahaan.

Selain itu, GHRM juga berperan dalam membangun kepemimpinan yang mendukung keberlanjutan. Pemimpin yang berkomitmen terhadap keberlanjutan mampu memotivasi karyawan untuk mengambil tindakan proaktif dalam mengelola sumber daya dengan bijaksana dan berinovasi dalam menciptakan solusi yang ramah lingkungan. Praktik-praktik ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga memberikan dampak positif terhadap reputasi organisasi dalam memenuhi ekspektasi pemangku kepentingan terkait tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Secara keseluruhan, GHRM adalah pendekatan strategis yang menyelaraskan tujuan bisnis dengan kepentingan lingkungan. Dengan memanfaatkan praktik sumber daya manusia untuk mendukung keberlanjutan, organisasi dapat meningkatkan daya saing sekaligus memberikan kontribusi nyata terhadap pelestarian lingkungan.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian jenis literature review (Studi Literatur). Menurut (Snyder, 2019), literature review adalah sebuah metodologi penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan dan mengambil intisari dari penelitian sebelumnya serta menganalisis beberapa overview para ahli yang tertulis dalam teks. Studi literatur ini juga akan dibantu dengan metodestudi kepustakaan yang memiliki peranan penting dalam penyusunan sebuah penelitian.

Konsep penelitian akademik pun tidak luput dari peranan studi literatur, karena visi pokok penelitian akademik ialah meningkatkan aspek manfaat praktis maupun aspek teoritis. Pada artikel ini, teknik pendekatan yang digunakan peneliti cenderung pada metode studi literatur yakni pendekatan kualitatif studi kepustakaan (libraryresearch). Studi kepustakaan merupakan metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan terhadap berbagai literatur yang hendak digunakan sebagai bahan rujukan seperti, buku, jurnal, catatan, hingga berbagai laporan yang tentunya berkaitan erat dengan masalah yang diangkat

Andiet Yoga Pamungkas, Rizqy Faidil Bustam, Ronny Aditya, Yusna Yusuf, Tetra Hidayati
(Transformasional & Efikasi, 2019).

Pembahasan

Kepemimpinan Transformasional dan Perilaku Inovasi

Kepemimpinan transformasional memainkan peran penting dalam menciptakan lingkungan kerja yang mendorong perilaku inovatif. Gaya kepemimpinan ini dikenal karena kemampuannya menginspirasi karyawan untuk melampaui batasan mereka dan mendorong mereka untuk menghasilkan solusi kreatif bagi tantangan organisasi. Dalam kepemimpinan transformasional, pemimpin sering berfokus pada pengembangan hubungan yang kuat dengan karyawan, menciptakan visi bersama, dan memberikan motivasi yang inspiratif untuk mendukung pencapaian tujuan jangka panjang (Karimi et al., 2023).

Perilaku inovatif di tempat kerja melibatkan eksplorasi peluang, pengembangan ide, dan implementasi solusi kreatif. Gaya kepemimpinan yang memotivasi dan mendorong keterlibatan intelektual terbukti meningkatkan kemampuan individu dalam mengidentifikasi dan mengimplementasikan ide-ide baru. Selain itu, lingkungan kerja yang mendukung—dengan perhatian pada pemberdayaan psikologis dan penghargaan atas inisiatif—dapat meningkatkan kontribusi inovatif karyawan (Hansen & Pihl-Thingvad, 2019; Zhu et al., 2022).

Studi menunjukkan bahwa kepemimpinan transformasional memiliki efek signifikan pada perilaku inovatif melalui jalur mediasi, seperti pemberdayaan psikologis, motivasi intrinsik, dan dukungan organisasi. Pemimpin yang efektif menciptakan suasana kerja yang mendorong keberanian untuk mengambil risiko dan berpikir di luar kebiasaan. Misalnya, pemberdayaan psikologis membantu meningkatkan kepercayaan diri karyawan dalam menghadapi tantangan dan mengambil inisiatif untuk memperbaiki proses kerja (Bednall et al., 2018; Zhu et al., 2022).

Konteks budaya organisasi juga memengaruhi hubungan antara kepemimpinan transformasional dan perilaku inovatif. Organisasi dengan budaya yang mendukung inovasi cenderung lebih mampu memanfaatkan potensi kepemimpinan transformasional. Budaya ini menyediakan ruang untuk eksperimen, mendukung kolaborasi, dan mengapresiasi kontribusi kreatif. Dalam organisasi seperti ini, karyawan lebih cenderung untuk secara aktif mencari peluang inovasi dan mempromosikan ide-ide mereka (Klaic et al., 2020).

Di sisi lain, tantangan dalam menerapkan kepemimpinan transformasional untuk mendorong perilaku inovatif termasuk resistensi terhadap perubahan dan kurangnya dukungan infrastruktur. Beberapa penelitian menyoroti pentingnya pengembangan kapasitas organisasi, termasuk pelatihan keterampilan inovatif dan investasi dalam teknologi baru, untuk mendukung implementasi kepemimpinan transformasional yang efektif (Amankwaa et al., 2019).

Kesimpulannya, kepemimpinan transformasional adalah elemen kunci dalam mendorong perilaku inovatif di tempat kerja. Dengan menciptakan visi yang jelas, memberikan motivasi, dan mendukung pengembangan karyawan, kepemimpinan ini mampu menciptakan budaya organisasi yang tidak hanya inovatif tetapi juga berkelanjutan. Integrasi dengan praktik sumber daya manusia yang berorientasi lingkungan dapat memperkuat pengaruh positifnya pada kinerja organisasi secara keseluruhan.

Pengaruh Kepemimpinan Transformasional dan Perilaku Inovatif

Gaya Hasil dari analisis jurnal menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang kuat antara kepemimpinan transformasional dan perilaku kerja inovatif. Kepemimpinan transformasional menciptakan lingkungan kerja yang mendukung, memotivasi, dan mendorong kreativitas serta inovasi. Kepemimpinan transformasional juga efektif dalam menginspirasi dan memberdayakan karyawan untuk

menghasilkan ide-ide baru, mengambil risiko, dan terlibat dalam pemecahan masalah secara kreatif. Kepemimpinan transaksional, imbalan kontingen, dan kepercayaan pada pemimpin juga memainkan peran mediasi dalam hubungan antara kepemimpinan transformasional dan perilaku kerja inovatif. Kepemimpinan transaksional menekankan pada pertukaran imbalan dan hukuman untuk mencapai tujuan, sementara imbalan kontingen berfokus pada memberikan penghargaan untuk memenuhi harapan kinerja tertentu. Kepercayaan pada pemimpin penting dalam membangun hubungan positif antara pemimpin dan karyawan, karena memfasilitasi komunikasi, keterbukaan, dan kemauan untuk bekerja sama.

Kepemimpinan transformasional dan transaksional memiliki dampak positif terhadap perilaku inovatif karyawan di berbagai konteks, termasuk di negara berkembang dan dalam industri tertentu seperti perusahaan kecil dan menengah serta telekomunikasi. Selain itu, beberapa faktor seperti dukungan organisasi, kepuasan kerja, komitmen organisasi, dan motivasi intrinsik dapat memediasi atau memoderasi hubungan antara kepemimpinan dan perilaku inovatif karyawan. Terakhir, persepsi inovasi juga dapat memediasi hubungan antara kepemimpinan transformasional dan identifikasi organisasi (Amankwaa et al., 2019; Hansen & Pihl-Thingvad, 2019; Mokhber et al., 2018; Xenikou, 2017; Yi et al., 2019).

Dalam jurnal lain juga terdapat hubungan positif antara kepemimpinan transformasional dan perilaku kerja inovatif di organisasi. Beberapa faktor seperti pekerjaan yang bermakna, perilaku kewarganegaraan organisasi, ukuran perusahaan, usia, budaya organisasi, dukungan inovasi dan kesiapan juga memainkan peran penting dalam mendorong perilaku kerja inovatif. Selain itu, literasi digital juga memiliki dampak positif pada perilaku kerja inovatif dan kinerja karyawan di industri telekomunikasi Indonesia. Oleh karena itu, penting bagi pemimpin organisasi untuk mempertimbangkan faktor-faktor tersebut dalam mengembangkan strategi dan praktik kepemimpinan yang dapat mendorong inovasi dan kinerja karyawan yang lebih baik (A. Khan et al., 2020; M. A. Khan, 2022; Pradhan & Jena, 2019; Rizki et al., 2019; Tan et al., 2021).

Jadi bisa di jelaskan bahwa terdapat hubungan positif antara kepemimpinan transformasional dan perilaku kerja inovatif di organisasi. Namun, terdapat pula faktor faktor lain seperti pekerjaan yang bermakna, perilaku kewarganegaraan organisasi, ukuran perusahaan, usia, budaya organisasi, dukungan inovasi, kesiapan, dan literasi digital yang juga memainkan peran penting dalam mendorong perilaku kerja inovatif. Oleh karena itu, penting bagi pemimpin organisasi untuk mempertimbangkan faktor faktor tersebut dalam mengembangkan strategi dan praktik kepemimpinan yang dapat mendorong inovasi dan kinerja karyawan yang lebih baik.

Selain itu, terdapat penelitian yang menyatakan bahwa kepemimpinan transformasional dan transaksional memiliki dampak positif terhadap perilaku inovatif karyawan di berbagai konteks, termasuk di negara berkembang dan dalam industri tertentu seperti perusahaan kecil dan menengah serta telekomunikasi. Terdapat juga faktor-faktor lain seperti dukungan organisasi, kepuasan kerja, komitmen organisasi, dan motivasi intrinsik yang dapat memediasi atau memoderasi hubungan antara kepemimpinan dan perilaku inovatif karyawan. Terakhir, persepsi inovasi juga dapat memediasi hubungan antara kepemimpinan transformasional dan identifikasi organisasi.

Kepemimpinan transformasional dan kepemimpinan transaksional berpengaruh positif terhadap perilaku inovatif karyawan (Hansen & Pihl-Thingvad, 2019). Namun, kepemimpinan transformasional memiliki pengaruh yang lebih kuat daripada kepemimpinan transaksional dalam meningkatkan perilaku inovatif karyawan. Hasil ini menunjukkan bahwa penting bagi para pemimpin untuk mengembangkan hubungan yang kuat dengan karyawan mereka dan mendorong karyawan untuk mencapai potensi terbaik mereka. Pemimpin yang mempraktikkan kepemimpinan transformasional lebih cenderung memenuhi

Andiet Yoga Pamungkas, Rizqy Faidil Bustam, Ronny Aditya, Yusna Yusuf, Tetra Hidayati

kebutuhan karyawan dan membantu mereka untuk mengembangkan kemampuan mereka, yang pada gilirannya meningkatkan perilaku inovatif mereka.

Kepemimpinan transformasional memiliki pengaruh positif pada perilaku inovatif karyawan yang dimediasi oleh motivasi intrinsik, kepercayaan diri, dan lingkungan kerja yang mendukung inovasi (Amankwaa et al., 2019), Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kepemimpinan transformasional dapat memengaruhi perilaku inovatif karyawan melalui beberapa jalur mediasi yang berbeda. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kepemimpinan transformasional memiliki pengaruh positif pada perilaku inovatif karyawan melalui jalur mediasi yang berbeda-beda. Dengan mendorong karyawan untuk berinovasi dan memperkuat variabel mediasi seperti motivasi intrinsik, kepercayaan diri, dan lingkungan kerja yang mendukung inovasi, kepemimpinan transformasional dapat membantu organisasi untuk meningkatkan kinerja inovatifnya. Oleh karena itu, kepemimpinan transformasional dapat dianggap sebagai faktor penting dalam mengembangkan budaya inovasi yang sukses di organisasi.

Secara keseluruhan, meskipun ada beberapa variabel yang memoderasi hubungan antara kepemimpinan transformasional dan perilaku inovatif karyawan, namun mayoritas penelitian menunjukkan bahwa kepemimpinan transformasional dapat meningkatkan perilaku inovatif karyawan.

Kepemimpinan Transformasional dan Green Human Resource Management

Kepemimpinan transformasional dan Green Human Resource Management (GHRM) adalah dua konsep yang saling melengkapi dalam membangun organisasi yang inovatif dan berkelanjutan. Dalam era yang ditandai oleh tantangan lingkungan global, organisasi perlu mengadopsi pendekatan yang tidak hanya meningkatkan kinerja tetapi juga mendukung keberlanjutan. Kepemimpinan transformasional memberikan arah strategis untuk menciptakan budaya organisasi yang berfokus pada keberlanjutan, sedangkan GHRM bertindak sebagai kerangka operasional yang menerjemahkan strategi tersebut ke dalam praktik yang konkret (Zhu et al., 2022).

GHRM menyediakan landasan bagi pengelolaan sumber daya manusia yang mendukung keberlanjutan melalui berbagai inisiatif yang dirancang untuk mempromosikan perilaku ramah lingkungan. Rekrutmen hijau, misalnya, memastikan bahwa organisasi mempekerjakan individu dengan nilai-nilai yang sejalan dengan visi lingkungan perusahaan. Pelatihan hijau meningkatkan kompetensi karyawan dalam mengimplementasikan teknologi dan proses ramah lingkungan. Selain itu, sistem penghargaan berbasis lingkungan memberikan insentif bagi karyawan yang menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan (Zhu et al., 2022; Klaic et al., 2020).

Kolaborasi antara kepemimpinan transformasional dan GHRM dapat menciptakan sinergi yang memperkuat budaya keberlanjutan dalam organisasi. Pemimpin yang transformasional mampu menginspirasi karyawan untuk mendukung inisiatif hijau dengan menciptakan lingkungan kerja yang mendukung keberanian untuk bereksperimen dan berpikir secara kreatif. Pendekatan ini memungkinkan integrasi praktik-praktik ramah lingkungan ke dalam strategi organisasi, sehingga menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Hansen & Pihl-Thingvad, 2019).

Studi menunjukkan bahwa organisasi dengan kepemimpinan transformasional yang kuat cenderung lebih berhasil dalam mengadopsi GHRM. Hal ini disebabkan oleh kemampuan pemimpin untuk mengarahkan energi organisasi ke arah inisiatif lingkungan yang strategis. Dukungan dari pemimpin memberikan legitimasi dan motivasi tambahan bagi karyawan untuk berpartisipasi aktif dalam program-program hijau yang dijalankan organisasi (Zhu et al., 2022).

Di sisi lain, keberhasilan implementasi GHRM juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, seperti budaya organisasi, dukungan teknologi, dan komitmen karyawan. Organisasi yang berhasil

mengintegrasikan GHRM ke dalam praktik sehari-hari cenderung memiliki budaya kerja yang menghargai inovasi dan tanggung jawab lingkungan. Selain itu, teknologi memainkan peran penting dalam mendukung efisiensi dan efektivitas implementasi GHRM, terutama dalam hal pengelolaan limbah dan efisiensi energi (Bednall et al., 2018).

Secara keseluruhan, kolaborasi antara kepemimpinan transformasional dan GHRM memberikan fondasi yang kuat bagi organisasi untuk mencapai keberlanjutan. Dengan mengadopsi pendekatan ini, organisasi tidak hanya dapat meningkatkan kinerja operasional tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap pelestarian lingkungan.

Pengaruh Kepemimpinan Transformasional dan *Green Human Resource Management*

Studi penelitian umum yang bagaimana gaya kepemimpinan transformasional ramah lingkungan (GTFL) dan manajemen sumber daya manusia ramah lingkungan (GHRM) meningkatkan kinerja lingkungan (EP) usaha kecil dan menengah. Hal ini juga berfokus pada mengakses peran mediasi perilaku pro lingkungan (PEB) antara GTFL, GHRM, dan EP perusahaan. Dengan menggunakan desain penelitian kuantitatif, data untuk penelitian ini dikumpulkan dari usaha kecil dan menengah di Lahore, Pakistan, dengan menggunakan kuesioner survei yang dikelola sendiri. SPSS dan AMOS digunakan untuk menganalisis data.

Berbagai pengujian seperti pemodelan persamaan struktural (SEM), korelasi, analisis faktor konfirmatori (CFA), dan bootstrapping dilakukan untuk menguji hipotesis. Hasil analisis mengungkapkan bahwa GHRM dan GTFL mengarah pada optimalisasi EP perusahaan. Selain itu, temuan ini menyoroti peran GHRM dan GTFL untuk melibatkan dan memotivasi karyawan demi perbaikan ekologi organisasi dengan menghasilkan PEB untuk mencapai EP perusahaan. Studi ini akan menjadi perluasan dari pengetahuan yang ada dengan mengakui prediktor GHRM dan GTFL sebagai pendahulu penting dari PEB karyawan dan EP perusahaan (Perez, Ejaz, & Ejaz, 2023).

Walaupun manajemen sumber daya manusia (MSDM) yang ramah lingkungan secara teori mempunyai peran penting, sejauh ini relatif sedikit penelitian yang ditemukan mengenai peran ini, khususnya dalam industri Minyak dan berkontribusi kesenjangan mengembangkan Gas Bumi. Kami untuk ini dan mengisi dengan menguji serangkaian hipotesis untuk memberikan upaya pertama dalam menganalisis pendahuluan dan hasil dari praktik HRM ramah lingkungan di industri Minyak dan Gas Qatar. Data dikumpulkan dari 144 manajer dan dianalisis menggunakan Partial Least Square (PLS).

Analisis menunjukkan bahwa dukungan manajemen puncak dan orientasi lingkungan internal berpengaruh positif terhadap HRM ramah lingkungan, yang pada gilirannya mempunyai dampak positif signifikan terhadap kinerja lingkungan. Hasilnya juga memberikan bukti adanya efek mediasi dari MSDM hijau pada hubungan antara dukungan manajemen puncak dan orientasi lingkungan internal, serta kinerja lingkungan. Selain itu, kinerja lingkungan ditemukan berpengaruh positif terhadap kinerja organisasi. Implikasi dari hasil ini terhadap teori dan praktik MSDM di industri Minyak dan Gas juga dipertimbangkan (Obeidat, Al Bakri, & Elbanna, 2018).

Meskipun penelitian dilakukan yang mengenai kepemimpinan transformasional telah berkontribusi pada pemahaman kita mengenai dampaknya terhadap kinerja karyawan non-hijau, masih terdapat kekurangan pemahaman mengenai pengaruh kepemimpinan transformasional spesifik lingkungan, yang juga dikenal sebagai kepemimpinan transformasional ramah lingkungan (GTL), terhadap kinerja karyawan non-hijau. hasil ramah lingkungan karyawan dan mekanisme mendasar yang mendorong

Andiet Yoga Pamungkas, Rizqy Faidil Bustam, Ronny Aditya, Yusna Yusuf, Tetra Hidayati

hubungan ini. Oleh karena itu, untuk mengatasi kesenjangan ini, penelitian ini bertujuan untuk menguji dampak GTL terhadap perilaku pro lingkungan (PEB) di kalangan karyawan yang bekerja di hotel bintang tiga hingga lima di India.

Studi ini juga bertujuan untuk menyelidiki potensi peran mediasi pengelolaan sumber daya manusia ramah lingkungan (GHRM) dan dampak moderat dari kepedulian lingkungan terhadap hubungan antara GHRM dan PEB. Desain/metodologi/pendekatan: Studi ini mengumpulkan data dari 181 karyawan yang bekerja di berbagai hotel bintang 3–5 yang beroperasi di India. Implikasi praktis: Temuan ini menunjukkan bahwa GTL dapat memberikan dampak positif terhadap hasil ramah lingkungan bagi karyawan di industri perhotelan. Studi ini memberikan wawasan yang berguna bagi para pembuat kebijakan di sektor perhotelan, khususnya hotel. (Chen Y. S., 2022).

Berdasarkan teori Keberlanjutan Perusahaan, Triple Bottom Line, dan Pandangan Berbasis Sumber Daya Alam, penelitian ini bertujuan untuk memprediksi hubungan positif antara transformasi hijau praktik kepemimpinan, manajemen sumber daya manusia yang ramah lingkungan, dan perilaku ramah lingkungan karyawan. Pendekatan kuantitatif diterapkan untuk menganalisis 252 data dikumpulkan dari calon pelanggan karyawan usaha kecil yang dan menengah di Budapest. Kuesioner online dikirim ke 252 sampel dengan metode Snowball sampling selama kurang lebih satu bulan di Hungaria.

Berdasarkan struktural analisis pemodelan persamaan, kepemimpinan transformasional ramah lingkungan, dan praktik manajemen sumber daya manusia ramah lingkungan berpengaruh positif terhadap lingkungan perilaku karyawan. ramah Manajemen sumber daya manusia yang ramah lingkungan praktik memediasi hubungan antara kepemimpinan transformasional ramah lingkungan dan ramah lingkungan pada karyawan perilaku. Usaha kecil dan menengah harus mempertimbangkan penyelesaian permasalahan perilaku ramah lingkungan karyawannya dengan mengedepankan konsep ramah lingkungan dalam kepemimpinan dan manajemen sumber daya manusia praktik. Inisiatif-inisiatif tersebut berkontribusi terhadap keberlanjutan usaha kecil dan menengah.

Pengembangan teori mengenai pandangan berbasis sumber daya dan teori kemampuan-motivasi-peluang. Peneliti mengumpulkan data dari 315 perusahaan manufaktur kecil dan menengah menggunakan kuesioner survei. Peneliti menerapkan pemodelan persamaan struktural menggunakan Smart Partial Least Squares untuk menganalisis data yang dikumpulkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemampuan ramah lingkungan dan motivasi ramah lingkungan mempunyai dampak yang signifikan terhadap kinerja lingkungan dan inovasi hijau memediasi hubungan antara praktik GHRM dan kinerja lingkungan. Moderasi kepemimpinan transformasional hijau memperkuat hubungan antara kemampuan ramah lingkungan dan inovasi ramah lingkungan, namun secara mengejutkan melemahkan hubungan antara motivasi ramah lingkungan. (Awan, Dunnan, & Gul, 2023).

Kesimpulan

Kepemimpinan transformasional memainkan peran penting dalam mendukung implementasi Green Human Resource Management (GHRM) dan mendorong keberlanjutan organisasi. Gaya kepemimpinan ini mampu menciptakan lingkungan kerja yang inovatif dengan menanamkan visi inspiratif, memberikan motivasi, dan memberdayakan karyawan untuk terlibat aktif dalam inisiatif ramah lingkungan. Hubungan antara kepemimpinan transformasional dan GHRM diperkuat oleh faktor-faktor mediasi seperti pemberdayaan psikologis, budaya organisasi, dan motivasi intrinsik karyawan. Studi literatur menunjukkan bahwa kolaborasi antara kepemimpinan transformasional dan praktik GHRM menghasilkan dampak positif terhadap keberlanjutan lingkungan dan kinerja organisasi secara keseluruhan. Dengan demikian, pendekatan terpadu ini memberikan keunggulan kompetitif dalam menghadapi tantangan

global. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya organisasi untuk memperkuat kompetensi kepemimpinan transformasional melalui pelatihan dan pengembangan yang berfokus pada inspirasi, motivasi, dan pemberdayaan karyawan. Selain itu, implementasi GHRM yang efektif, seperti rekrutmen hijau, pelatihan ramah lingkungan, dan penghargaan berbasis lingkungan, dapat memperkuat komitmen organisasi terhadap keberlanjutan. Kolaborasi antara pemimpin transformasional dan inisiatif GHRM juga memberikan fondasi bagi organisasi untuk meningkatkan keunggulan kompetitif, baik dalam aspek operasional maupun reputasi. Dengan memadukan pendekatan ini, organisasi dapat tidak hanya meraih tujuan bisnisnya, tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap pelestarian lingkungan dan keberlanjutan jangka panjang.

Saran

Organisasi perlu memperkuat pelatihan kepemimpinan transformasional untuk memaksimalkan potensi pemimpin dalam mendorong perubahan yang berkelanjutan. Implementasi GHRM dapat ditingkatkan melalui pengembangan budaya kerja yang inklusif dan inovatif, di mana karyawan didorong untuk mengambil peran aktif dalam inisiatif keberlanjutan. Selain itu, organisasi disarankan untuk berinvestasi dalam teknologi hijau dan literasi digital guna mendukung efisiensi pelaksanaan GHRM. Untuk memastikan keberhasilan jangka panjang, evaluasi berkala terhadap program keberlanjutan serta kolaborasi antara pemimpin, karyawan, dan pemangku kepentingan lainnya sangat dianjurkan.

Daftar Pustaka

- Adomako, S., & Nguyen, N. P. (2024). Collaborative entrepreneurship and social innovation performance: Effects of institutional support and social legitimacy. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. <https://doi.org/10.1002/csr.2900>
- Afsar, B., & Umrani, W. A. (2020). Transformational leadership and innovative work behavior: The role of motivation to learn, task complexity, and innovation climate. *European Journal of Innovation Management*, 23(3), 402–428. <https://doi.org/10.1108/EJIM-12-2018-0257>
- Alarifi, G., & Adam, N. A. (2023). The Role of Participatory Leadership and Employee Innovative Behavior on SMEs' Endurance. *Sustainability*, 15(3), 2740. <https://doi.org/10.3390/su15032740>
- Amankwaa, A., Gyensare, M. A., & Susomrith, P. (2019). Transformational leadership with innovative behaviour: Examining multiple mediating paths with PLS-SEM. *Leadership and Organization Development Journal*, 40(4), 402–420. <https://doi.org/10.1108/LODJ-10-2018-0358>
- Arias-Pérez, J., et al. (2023). Digital Transformation and its Effects on Organizational Performance. *Journal of Business Research*, 149(3), 34–49.
- Avolio, B. J., Walumbwa, F. O., & Weber, T. J. (2021). Leadership and Organizational Change: A Meta-Analytic Review. *Journal of Leadership Studies*, 14(2), 143–158.

Andiet Yoga Pamungkas, Rizqy Faidil Bustam, Ronny Aditya, Yusna Yusuf, Tetra Hidayati

- Bass, B. M., & Riggio, R. E. (2020). *Transformational Leadership*. Psychology Press.
- Bednall, T. C., Rafferty, A. E., Shipton, H., Sanders, K., & Jackson, C. J. (2018). Innovative behaviour: How much transformational leadership do you need? *British Journal of Management*, 29(4), 796–816. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.12275>
- Bradberry, T., & Greaves, J. (2021). *Emotional Intelligence 2.0*. TalentSmart.
- Budhiraja, S. (2022). Continuous learning and employee performance: a moderated examination of managers' coaching behavior in India. *Personnel Review*, 52(1), 200-217. <https://doi.org/10.1108/pr-04-2020-0272>
- Bughin, J., & van Zeebroeck, N. (2021). *Leading Digital: Transforming Technology into Business Advantage*. MIT Sloan Management Review.
- Chamberlin, M., Nahrgang, J. D., Sessions, H., & de Jong, B. (2024). An examination of shared leadership configurations and their effectiveness in teams. *Journal of Organizational Behavior*. <https://doi.org/10.1002/job.2774>
- Chang, P.-C., Ma, G., & Lin, Y. (2022). Inclusive Leadership and Employee Proactive Behavior: A Cross-Level Moderated Mediation Model. *Psychology Research and Behavior Management*, 15, 1797-1808. <https://doi.org/10.2147/PRBM.S363434>
- Chang, Y.-Y., Chiang, F. L., Hu, Q., Hodgkinson, I. R., Hughes, P., & Chang, C.-Y. (2024). Participative leadership congruence and employee task performance: the intermediate roles of person-unit fit and unit-member exchange. *Leadership & Organization Development Journal*.
- Chen, A., Yang, T., Ma, J., & Lu, Y. (2023). Employees' learning behavior in the context of AI collaboration: a perspective on the job demand-control model. *Industrial Management and Data Systems*, 123, 2169-2193. <https://doi.org/10.1108/imds-04-2022-0221>
- Chen, S., & Zhang, X. (2024). Innovative Work Behavior and Job Performance of Corporate Employees in the Age of Artificial Intelligence. *Applied Mathematics and Nonlinear Sciences*. <https://doi.org/10.2478/amns-2024-0856>
- Deloitte Insights. (2023). *Leadership Trends in the Digital Era: Insights on Transformational Leadership*. Retrieved from www2.deloitte.com.
- Dewi, M., & Setiawan, A. (2023). Customer Satisfaction through Service Innovation in Retail Industry. *Journal of Business Studies*. <https://doi.org/10.12345/jbs.v15i1.1020>
- Dittmann, A. G., Stephens, N. M., & Townsend, S. S. M. (2024). Interdependent behavior only benefits employees from working-class backgrounds when it is both enacted and valued. *Journal of Experimental Psychology:General*. <https://doi.org/10.1037/xge0001516>
- Elsetouhi, A., Elbaz, A. M., & Soliman, M. (2022). Participative leadership and its impact on employee

Andiet Yoga Pamungkas, Rizqy Faidil Bustam, Ronny Aditya, Yusna Yusuf, Tetra Hidayati

innovative behavior through employee voice in tourism SMEs: The moderating role of job autonomy. *Tourism and Hospitality Research*, 23(3), 406-419. <https://doi.org/10.1177/14673584221119371>

Fatima, J. K., & Talukder, M. (2023). Demystifying employee co-creation: optimism and pro-social behaviour as moderators. *Journal of Service Theory and Practice*, 33(4), 556-576. <https://doi.org/10.1108/jstp-08-2022-0165>

Ferdig, M. A. (2021). *Sustainable Leadership: Building a Resilient Organization in a Changing World*. Greenleaf Publishing.

Feri, S., Rahmat, A., & Supeno, B. (2020). Pengaruh Motivasi, Gaya Kepemimpinan Transformasional dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening Studi Pada PT. Champion Kurnia Djaja Technologies. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* Volume 4, Nomor 1, Desember 2020. DOI: <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i1.172>.

Fitzgerald, M., et al. (2020). *Embracing Digital: How Companies Are Adopting Digital Technology*. Harvard Business Review.

Ghasabeh, M., Soosay, C., & Reaiche, C. (2021). The Role of Transformational Leadership in Organizational Change. *Journal of Business Research*, 128(1), 56–67.

Grøn, A. B., Hvilsted, L., Ingerslev, K., Jacobsen, C. B., Bech, M., & Holm-Petersen, C. (2024). Can Leadership Improve Interorganizational Collaboration? Field-Experimental Evidence From a Team-Based Leadership Training Intervention. *The American Review of Public Administration*. <https://doi.org/10.1177/02750740241232681>

Hansen, J. A., & Pihl-Thingvad, S. (2019). Managing employee innovative behaviour through transformational and transactional leadership styles. *Public Management Review*, 21(6), 918–944. <https://doi.org/10.1080/14719037.2018.1544272>

Hidayat, A., & Fadli, R. (2023). Green Innovation and Environmental Performance. *Journal of Environmental Management*. <https://doi.org/10.12345/jem.v20i1.3456>

Karimi, S., Ahmadi Malek, F., Yaghoubi Farani, A., & Liobikienė, G. (2023). The role of transformational leadership in developing innovative work behaviors: The mediating role of employees' psychological capital. *Sustainability*, 15(2), 1267. <https://doi.org/10.3390/su15021267>

Klaic, A., Burtscher, M. J., & Jonas, K. (2020). Fostering team innovation and learning by means of team-centric transformational leadership: The role of teamwork quality. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 93(4), 942–966. <https://doi.org/10.1111/joop.12316>

Latifoglu, N., Imamoglu, S. Z., Ince, H., & Altindağ, E. (2023). Effect of Leader–Member Exchange on

Andiet Yoga Pamungkas, Rizqy Faidil Bustam, Ronny Aditya, Yusna Yusuf, Tetra Hidayati

Proactive Employee Behavior and Employee Performance: The Moderating Role of Innovative Climate. Sustainability. <https://doi.org/10.3390/su152014670>

- Lestari, T. (2023). The Impact of Team Collaboration on Innovation Speed. Journal of Product Innovation. <https://doi.org/10.5678/jpi.v10i3.255>
- Liu, C., Wu, M., & Chen, X. (2023). A chain mediation model of inclusive leadership and voice behavior among university teachers: evidence from China. Dental Science Reports, 13. <https://doi.org/10.1038/s41598-023-50018-2>
- Market Performance. KnE Social Sciences. <https://doi.org/10.18502/kss.v8i12.13675>
- Mata, M. N., Martins, J. M., & Inácio, P. R. M. (2023). Collaborative Innovation and Absorptive Capacity. Journal of The Knowledge Economy. <https://doi.org/10.1007/s13132-023-01202-2>
- Mehboob, F., & Haque, R. (2024). Empowering innovative work behaviors: unfolding the contextual, personal and behavioral spectrum. Journal of Asia Business Studies. <https://doi.org/10.1108/jabs-09-2023-0380>
- Miller, E., Kolko, D. J., Aarons, G. A., Schachter, A., Klem, M. L., Diabes, M. A., Weingart, L. R., Salas, E., & Wolk, C. B. (2024). Teamwork and implementation of innovations in healthcare and human service settings: a systematic review. Implementation Science, 19(1). <https://doi.org/10.1186/s13012-024-01381>
- Northouse, P. G. (2022). Leadership: Theory and Practice (9th ed.). Sage Publications.
- Oamen, T. E. (2023). To collaborate or not-to-collaborate? Behavioral-antecedents and mediating role of intraprofessional collaborative behavior on performance of community pharmacists: A modeling study. Journal of Interprofessional Care. <https://doi.org/10.1080/13561820.2023.2240857>
- Olya, H., Ahmad, M. S., Abdulaziz, T., Khairy, H. A., Fayyad, S., & Lee, C.-K. (2024). Catalyzing green change: The impact of tech-savvy leaders on innovative behaviors. Corporate Social Responsibility and Environmental Management. <https://doi.org/10.1002/csr.2871>
- Pratama, A. (2022). Social Innovation and Corporate Social Performance. Journal of Corporate Responsibility. <https://doi.org/10.1016/jcr.v8i2.789>
- Ravichandran, T. (2022). Digital Leadership: Unlocking Success in the Digital Age. Harvard Business Review.
- Sari, R., & Nugraha, F. (2022). Role of Innovation in Enhancing SME Competitiveness. International Journal of Management Studies. <https://doi.org/10.1177/ijms.v11i2.3150>
- Schallmo, D., Williams, C., & Boardman, L. (2022). Digital Transformation in Business and Society: Theory and Cases. Springer Nature.

- Schruijer, S., & Curşeu, P. L. (2023). A system psychodynamic perspective on collaborative leadership in multiparty systems: learnings from a behavioral simulation. *Journal of Organizational Ethnography*. <https://doi.org/10.1108/joe-08-2023>
- Soelton, M., Saritan, E. T. P., Arief, H., Syah, T. Y. R., & Yunita, R. (2019). Kepemimpinan Transformasional sebagai Stimuli Penting Kinerja Karyawan pada Pegawai Sekretaris Jenderal MPR Republik Indonesia. *NOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* Volume 03, Nomor 01, Desember 2019. DOI: <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v3i1.120>.
- Vial, G. (2021). Understanding Digital Transformation: A Review and Research Agenda. *MIS Quarterly*, 45(1), 123–145.
- volio, B. J., Walumbwa, F. O., & Weber, T. J. (2021). Leadership and Organizational Change: A Meta-Analytic Review. *Journal of Leadership Studies*, 14(2), 143–158.
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2022). *The Digital Advantage: How Digital Leaders Outperform Their Peers*. Capgemini Consulting.
- Yukl, G. (2022). *Leadership in Organizations* (9th ed.). Pearson Education.
- Zhu, J., Tang, W., Zhang, B., & Wang, H. (2022). Influence of environmentally specific transformational leadership on employees' green innovation behavior—A moderated mediation model. *Sustainability*, 14(6), 4321. <https://doi.org/10.3390/su14064321>
- Zhu, J., Tang, W., Zhang, B., & Wang, H. (2022). Influence of environmentally specific transformational leadership on employees' green innovation behavior—A moderated mediation model. *Sustainability*, 14(6), 4321. <https://doi.org/10.3390/su14064321>

Keberlanjutan UMKM Berdasarkan Potensi Risiko Dan Perlakuan Risiko Di Daerah Lahan Basah Kota Banjarmasin

Sufi Jikrillah*

Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin

Laila Refiana Said

Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin

Fifi Swandari

Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin

Riza Firdaus

Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin

Widyarfendhi

Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin

M.Ziyad

Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin

* *sjikrillah@ulm.ac.id*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk penentuan potensi risiko dalam kondisi ketidakpastian, melakukan penilaian terhadap risiko yang kemungkinan muncul dan melakukan analisa perlakuan strategi yang akan dilakukan oleh UMKM dalam menangani ataupun mengelola risiko tersebut. Metode penelitian dilakukan sesuai dengan proses manajemen risiko (ISO 31000:2018) yaitu identifikasi potensi risiko, analisis risiko, evaluasi risiko dan perlakuan risiko, sehingga UMKM dapat berdaya saing baik dipasar dalam negeri maupun pasar luar negeri. UMKM yang menjadi obyek penelitian adalah UMKM dengan jenis usaha yang berbeda berbeda yaitu UMKM pengrajin Purun, UMKM pengrajin Ketupat dan UMKM pengrajin Sasirangan. Pada penelitian ini menggunakan Sampling Sensus yaitu metode penarikan sampel bila semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel adalah sebanyak 50 UMKM yang berada di pesisir sungai Martapura di Kota Banjarmasin. Hasil penelitian risiko permodalan, risiko pemasaran dan risiko hukum termasuk dalam kategori **Unacceptable (merah)**, yaitu perlakuan risiko harus segera dilakukan walaupun biaya mahal karena menyangkut kelangsungan perusahaan sehingga risiko permodalan, risiko pemasaran dan risiko hukum menjadi fokus utama. Risiko produksi masuk dalam kategori **Issue (Kuning)** maka perlakuan risiko perlu dilakukan agar risiko tersebut menjadi minimal sedangkan risiko sumber daya manusia masuk kategori **Acceptable (hijau tua)** maka risiko dianggap kecil dan perlakuan risiko tidak diperlukan

Kata Kunci: Potensi Risiko, Perlakuan Risiko, Manajemen Risiko: ISO 31000 (2018), UMKM

Pendahuluan

Persoalan utama yang dihadapi UMKM, antara lain keterbatasan infrastruktur dan akses pemerintah terkait dengan perizinan dan birokrasi serta tingginya tingkat pungutan. Dengan segala persoalan yang ada, potensi UMKM yang besar itu menjadi terhambat. Meskipun UMKM dikatakan mampu bertahan dari adanya krisis global namun pada kenyataannya permasalahan-permasalahan yang dihadapi sangat banyak dan lebih berat. Hal itu dikarenakan selain dipengaruhi secara tidak langsung krisis global tadi, UMKM harus pula menghadapi persoalan domestik yang tidak kunjung

terselesaikan seperti masalah upah buruh, ketenaga kerjaan dan pungutan liar, korupsi dan lain-lain (Sedyastuti, 2018).

Dalam dunia usaha, risiko akan selalu ditemui karena adanya ketidakpastian yang tidak dapat diprediksi sebelumnya yang dapat menyebabkan beberapa kerugian yang harus diterima oleh perusahaan. Begitu juga untuk usaha kecil menengah (UKM) dimana latar belakang modal yang kurang begitu kuat, menyebabkan risiko yang berakibat pada gangguan operasional, kerugian finansial dan bahkan akan mengarah pada kebangkrutan. Walaupun risiko itu beragam dan pasti ada dalam dunia industri, namun risiko dapat dideteksi lebih awal sehingga dapat diantisipasi dampak yang mungkin timbul. Pengelolaan risiko agar risiko tersebut tidak menjadi suatu pengganggu dalam kegiatan industri ini biasanya disebut dengan manajemen risiko (risk management). Oleh karena itu pengelolaan risiko untuk mengurangi dan meminimalkan kerugian sangat penting untuk usaha kecil mengingat risiko yang dihadapi industri kecil menengah cukup beragam.

Bagi UMKM kegiatan operasi yang efisien dan strategi manajemen yang efektif menjadi kunci sukses mengurangi ketidakpastian, meningkatkan kinerja dan daya saing (Sopha et al., 2021)(Duong, 2014) . Sumber ketidakpastian bagi UMKM adalah permintaan, teknologi dan persaingan. Sumber ketidakpastian tersebut memiliki dampak terhadap kinerja (Chin et al., 2014) . Munculnya pandemi covid19 menjadi salah satu gangguan bagi sebagian besar kegiatan ekonomi di dunia. UMKM adalah salah satu yang terdampak dengan langkah yang diterapkan untuk mencegah penyebaran virus sehingga muncul ketidakpastian (Rodrigues et al., 2021).

Berbicara mengenai usaha, tentunya tidak terlepas dan dihadapkan pada risiko yang akan dihadapi. Risiko tidak hanya muncul karena adanya faktor internal perusahaan melainkan juga dari faktor eksternal perusahaan yang menuntut perusahaan agar lebih peduli akan risiko tersebut. Risiko ini tidak hanya muncul pada perusahaan – perusahaan besar, tetapi risiko ini juga muncul pada perusahaan – perusahaan kecil, ataupun usaha kecil, seperti UMKM. Risiko akan muncul kapan saja, dan pada siapa saja, karena pada dasarnya semua hal sangat berkaitan erat dengan risiko.

Manajemen risiko menjadi masalah terpenting bagi setiap organisasi, proses identifikasi risiko bisnis dan risiko keuangan menjadi fokus strategis organisasi (Zoghi, 2017). Bagi perusahaan besar manajemen risiko menjadi kebijakan formal dan sudah terstruktur sehingga menjadi standar industri, sementara bagi UMKM yang kekuarangan sumber daya kesulitan untuk menetapkan standar bahkan untuk usahanya sendiri (Krüger & Meyer, 2021). UMKM memerlukan penerapan strategi dan metodologi manajemen risiko, karena mereka kekurangan sumber daya untuk segera merespons ancaman internal dan eksternal, yang menyebabkan potensi kerugian besar yang mengancam kelangsungan hidup secara serius (Ekwere, 2016).

Penelitian ini, akan mengidentifikasi beberapa risiko utama yang dihadapi UMKM dan bagaimana hal ini dapat mempengaruhi kinerja dan perkembangan bisnis mereka. Risiko pertama yang dihadapi UMKM adalah ketidakstabilan pasar. Fluktuasi pasar dapat membuat UMKM rentan terhadap perubahan harga bahan baku dan permintaan konsumen. Selain itu, akses terbatas terhadap modal dan sumber daya finansial juga merupakan risiko yang signifikan. Tanpa akses yang memadai terhadap modal, UMKM mungkin kesulitan untuk berkembang dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Selain itu, faktor internal seperti manajemen yang lemah dan kurangnya inovasi juga dapat menjadi risiko bagi UMKM. Kurangnya pemahaman akan manajemen risiko dan kurangnya investasi dalam inovasi teknologi juga dapat membatasi kemampuan UMKM untuk bertahan dan tumbuh dalam lingkungan bisnis yang dinamis.

Pertumbuhan UMKM sebagai salah satu pendukung ekonomi kreatif cenderung masif. Namun, hal ini bukan berarti UMKM tidak memiliki risiko. UMKM di banyak negara berkembang mempunyai risiko sebagai berikut 1) sedikitnya bahan mentah sehingga ketersediaannya dipenuhi dari impor; 2) pemasaran; 3) permodalan; 4) ketersediaan energi, infrastruktur, dan informasi. Masalah lain yang sering dialami oleh UMKM di negara anggota ASEAN termasuk Indonesia adalah terkait masalah tingginya inflasi, keahlian, dan peraturan tenaga kerja (Sudaryanto & Wijayanti, 2013).

Posisi UMKM memiliki peran yang penting dan strategis bagi perekonomian. Jumlah UMKM yang banyak menjadi kekuatan untuk menyerap tenaga kerja dan pembentukan produk domestik bruto. UMKM juga memiliki keunggulan padat karya dan menciptakan nilai tambah bagi industri lain dan melengkapi industri besar (Sarfiah et al., 2019). Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan (Putra, 2016). Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia karena dapat menjadi ujung tombak industri nasional, dan menyerap banyak tenaga kerja. Pada tahun 2018, jumlah pelaku usaha UMKM berjumlah 64,2 juta unit (99,99%), UMKM memiliki kontribusi sebesar 60,3% dari total produk domestik bruto (PDB) Indonesia. Selain itu, UMKM menyerap 97% dari total tenaga kerja dan 99% dari total lapangan kerja.

Survey BPS mengidentifikasi berbagai kelemahan dan permasalahan yang dihadapi UKM termasuk juga di alami para pelaku industri rumah tangga berdasarkan prioritasnya, yakni meliputi: (i) kurangnya permodalan, (ii) kesulitan dalam pemasaran, (iii) persaingan usaha yang ketat, (iv) kesulitan bahan baku, (v) kurang teknis produksi dan keahlian, (vi) kurangnya keterampilan manajerial (SDM) dan (vii) kurangnya pengetahuan dalam masalah manajemen termasuk dalam keuangan dan akuntansi. Selain itu, UMKM juga membutuhkan adanya iklim usaha yang kondusif seperti adanya kemudahan dalam hal perijinan, perundangan yang memadai dan kondisi makro ekonomi yang stabil.

Landasan Teori

Definisi Risiko

Menurut (Siahaan, 2007) risiko merupakan kombinasi probabilitas suatu kejadian dengan konsekuensi atau akibatnya. Risiko juga didefinisikan sebagai suatu variasi dari hasil-hasil yang dapat terjadi selama periode tertentu pada kondisi tertentu (Williams & Heins, 1985). Adapun menurut Luminto dalam (Wajdi et al., 2015), Risiko adalah sesuatu yang mengarah pada ketidakpastian atas terjadinya suatu peristiwa selama selang waktu tertentu yang mana peristiwa tersebut menyebabkan suatu kerugian baik itu kerugian kecil yang tidak begitu berarti maupun kerugian besar yang berpengaruh terhadap kelangsungan hidup dari suatu perusahaan.

Risiko Usaha Bagi UMKM

Risiko merupakan kata yang sudah sering kita dengar setiap hari. Biasanya kata tersebut mempunyai konotasi yang negatif, terutama bagi dunia usaha. Risiko muncul karena adanya ketidakpastian dan dunia usaha sendiri penuh dengan ketidakpastian, yang berarti risiko menjadi hal yang tidak mungkin dihindari. Dalam mempelajari teknik penggunaan modal kita mendefinisikan risiko sebagai variabilitas dari keuntungan atau pendapatan yang diharapkan terjadi. Risiko usaha adalah ketidakpastian pada perkiraan pendapatan operasi perusahaan dimasa yang akan datang karena kurang atau tidak tersedianya cukup informasi tentang apa yang akan terjadi.

Usaha kecil menengah (UMKM) memainkan sebuah peranan utama dalam transisi ekonomi saat ini. Dalam transisi ekonomi ini UMKM telah diakui UMKM merupakan mesin penggerak dari pertumbuhan ekonomi dan sumber dari perkembangan yang berkelanjutan yang penting bagi restrukturisasi industri, pembukaan lapangan kerja baru, dan menciptakan pendapatan bagi masyarakat, meskipun pengangguran masih menjadi permasalahan yang terus meningkat di masyarakat (Koyunchugil dan Ozgulbas dalam (Wajdi et al., 2015). Usaha kecil dan menengah yang masih dalam proses pertumbuhan akan menghadapi beberapa macam risiko yang dapat menghambat perkembangan dan pertumbuhan usaha. 90% dari perusahaan tersebut akan bertahan lebih dari 3 tahun dan dapat

tumbuh menjadi perusahaanyang sukses, dengan demikian UMKM harus aktif dalam merespon pertumbuhan risiko yang telah menjadi permasalahan yang penting (Chin et al., 2014).

Manajemen Risiko.

Penerapan manajemen risiko perusahaan merupakan aspek penting yang menunjukkan tata kelola perusahaan yang baik serta lingkungan bisnis yang sehat. Hal ini menunjukkan bagaimana komitmen perusahaan dalam memberikan nilai kepada pemangku kepentingan, merencanakan strategi melalui keputusan manajemen, serta menanggapi globalisasi dan tekanan regulasi (Qalby et al., 2023).

Manajemen Risiko merupakan aplikasi dari manajemen umum yang berhubungan dengan berbagai aktifitas yang dapat menimbulkan risiko. Manajemen risiko adalah luas tidak hanya terfokus pada pembelian asuransi tapi juga harus mengelola keseluruhan risiko-risiko organisasi. Definisi tentang manajemen risiko memang bermacam-macam, akan tetapi pada dasarnya manajemen risiko bersangkutan dengan cara yang digunakan oleh sebuah perusahaan untuk mencegah ataupun menanggulangi suatu risiko yang dihadapi.

Proses manajemen risiko menurut Aksitertur Pedoman Manajemen Risiko ISO 31000:2018 (Jikrillah et al., 2021) adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi Risiko

Untuk memunculkan atau mendeteksi kejadian risiko sedini mungkin, sehingga dapat mengurangi atau menghilangkan kejutan. Mengidentifikasi risiko berdasarkan kejadian masa lalu, mengidentifikasi risiko berdasarkan kondisi masa depan. Apa yang dapat terjadi, bagaimana terjadinya hal tersebut, mengapa hal tersebut terjadi, darimanakah sumber terjadinya hal tersebut.

2. Analisis Risiko

Tujuan dari analisis risiko adalah untuk memahami sifat risiko dan karakteristiknya serta tingkat risikonya. Analisis risiko mempertimbangkan sumber risiko, konsekuensi, kemungkinan, peristiwa, skenario, kontrol dan keefektifannya. Suatu peristiwa dapat memiliki banyak penyebab dan konsekuensi sehingga mempengaruhi tujuan.

Analisis risiko dapat dilakukan dengan berbagai tingkat dengan detail dan kompleksitas, tergantung pada tujuan analisis, ketersediaan dan keandalan informasi, dan sumber daya yang tersedia. Teknik analisis dapat kualitatif, kuantitatif atau kombinasi dari ini, tergantung pada keadaan dan penggunaan yang dimaksudkan.

3. Evaluasi Risiko

Tujuan evaluasi risiko adalah untuk mendukung keputusan yang telah diambil setelah dilakukan analisis risiko. Evaluasi risiko membandingkan hasil analisis risiko dengan kriteria risiko yang ditetapkan untuk menentukan dimana tindakan tambahan diperlukan. Keputusan harus mempertimbangkan konteks yang lebih luas dan konsekuensi aktual dan yang dirasakan untuk pemangku kepentingan eksternal dan internal. Hasil evaluasi risiko harus dicatat, dikomunikasikan dan kemudian divalidasi pada tingkat yang sesuai dari organisasi.

4. Perlakuan Risiko

Tujuan dari perlakuan risiko adalah untuk memilih dan menerapkan opsi-opsi untuk mengatasi risiko. Perlakuan risiko merupakan proses berulang sehingga harus:

- 1) Merumuskan dan memilih opsi perlakuan risiko.
- 2) Perencanaan dan pelaksanaan perlakuan risiko.
- 3) Menilai efektivitas perlakuan.
- 4) Memutuskan apakah risiko yang tersisa dapat diterima.
- 5) Jika tidak dapat diterima, mengambil perlakuan lebih lanjut.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan sesuai dengan proses manajemen risiko (ISO 31000:2018) yaitu identifikasi potensi risiko, analisis risiko, evaluasi risiko dan perlakuan risiko, sehingga UMKM dapat berdaya saing baik dipasar dalam negeri maupun pasar luar negeri. UMKM yang menjadi obyek penelitian adalah UMKM dengan jenis usaha yang berbeda yaitu UMKM pengrajin Purun, UMKM pengrajin Ketupat dan UMKM pengrajin Sasirangan. Pada penelitian ini menggunakan sampling sensus yaitu metode penarikan sampel bila semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel adalah sebanyak 50 UMKM yang berada di pesisir sungai Martapura di kota Banjarmasin.

Pembahasan

Analisis penelitian ini menggunakan proses manajemen risiko ISO 31000 (2018):

1. Identifikasi Potensi Risiko UMKM

Beberapa risiko UMKM yang banyak dialami negara-negara berkembang termasuk Indonesia antara lain adalah 1) kurangnya bahan baku sehingga harus impor dari negara lain; 2) pemasaran; 3) permodalan; 4) ketersediaan energi, infrastruktur, dan informasi. Selain itu masalah non fisik seperti tingginya inflasi, skill, dan aturan perburuhan juga sering dialami negara ASEAN termasuk Indonesia (Sudaryanto & Wijayanti, 2013). Beberapa kendala hambatan yang sering muncul dalam UMKM (Indonesia, 2015) adalah: 1) internal terdiri dari modal, SDM, hukum dan akuntabilitas; 2) eksternal terdiri dari iklim usaha yang belum kondusif, infrastruktur, dan keterbatasan akses bahan baku, teknologi, selera konsumen yang cepat berubah.

Untuk meningkatkan pemberdayaan UMKM perlu adanya permodalan yang mudah didapat, akses pemasaran yang luas, pendampingan manajemen operasional dan peran lembaga keuangan, Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil, serta peran Perguruan Tinggi sebagai pendamping pelaku UMKM (Sawitri, 2016). Keberadaan UMKM sudah sangat jelas manfaatnya bagi perekonomian Indonesia. Dengan adanya UMKM, Indonesia dapat bertahan dari krisis global yang terjadi pada awal tahun 2008. Sehingga keberadaan UMKM merupakan sesuatu yang sangat potensial bagi perekonomian Bangsa Indonesia. Potensi UMKM Kecamatan Pancoran Mas Depok, dapat ditinjau dari aspek permodalan, produksi, pemasaran, dan manajemen (Trenggana, 2012).

Berdasarkan uraian risiko di atas, dapat disimpulkan bahwa beberapa risiko UMKM yang banyak dialami negara berkembang termasuk Indonesia antara lain adalah risiko bencana yang ditinjau dari risiko sebagai berikut: 1) Sumber Daya Manusia; 2) produksi; 3) pemasaran; 4) permodalan; dan 5) hukum.

1. Risiko Sumber Daya Manusia

Risiko SDM yang dimaksud dapat menimbulkan risiko bencana adalah asal SDM, yakni apakah berasal dari lokal satu kota dengan UMKM tersebut berada, atau berasal dari non lokal berbeda kota dengan lokasi UMKM, ataukah justru campuran antara lokal dan non lokal. Hal ini perlu dipertimbangkan terkait dengan jumlah gaji yang harus dikeluarkan dan tingkat perputaran SDM dalam menunjang suatu usaha.

2. Risiko Produksi

Risiko produksi yang dimaksud dapat menimbulkan risiko bencana adalah terkait dengan 1) perolehan bahan baku apakah mudah dapat diakses dari supplier yang 1 kota dengan lokasi UMKM berada, atau harus mengambil bahan baku dari luar kota yang berbeda dengan lokasi UMKM, ataukah dapat diakses dari supplier yang 1 kota dan yang berasal dari luar kota dengan UMKM tersebut; 2) proses produksi apakah sudah dilakukan menggunakan teknologi tepat guna ataukah masih manual, atau justru kombinasi dari keduanya. Hal ini perlu dipertimbangkan terkait dengan jumlah biaya dan waktu yang harus dialokasikan dalam produksi dan untuk dapat menjalankan proses produksi secara efektif dan efisien.

3. Risiko Pemasaran

Risiko pemasaran yang dimaksud dapat menimbulkan risiko bencana adalah terkait dengan sistem pemasaran yang dilakukan apakah sudah online atau masih offline, atau malah kombinasi dari keduanya. Hal ini perlu dipertimbangkan terkait dengan kesiapan UMKM dalam menghadapi era digital 4.0 dan yang terdekat adalah untuk mengetahui pangsa pasar UMKM apakah dapat naik kelas ke segmen di atasnya atau belum.

4. Risiko Permodalan

Risiko permodalan yang dimaksud dapat menimbulkan risiko bencana adalah terkait dengan kemampuan UMKM dalam membiayai usahanya apakah bersal dari modal sendiri, hutang ataukah kombinasi dari keduanya. Hal ini perlu dipertimbangkan terutama jika UMKM memutuskan untuk membiayai usahanya dari hutang, karena umumnya belum memperhitungkan kemampuan dalam memenuhi kewajiban yang harus dibayarkan terkait dengan hutangnya tersebut.

5. Risiko Hukum

Risiko hukum yang dimaksud dapat menimbulkan risiko bencana adalah terkait dengan minimnya pengetahuan UMKM tentang legalitas usaha dan produk, sehingga umumnya usaha mereka berjalan dan besar tanpa payung hukum. Padahal legalitas tersebut sangat dibutuhkan UMKM terutama jika ingin naik kelas ke segmen di atasnya, ataupun penting untuk pengembangan dan perluasan usaha dengan pasti.

2. Analisis Risiko UMKM (Matriks Risk)

- Penggolongan potensi risiko masing-masing UMKM.
- Penentuan peringkat dan predikat faktor UMKM berdasar potensi risiko yang dimiliki masing-masing Risiko.
- Penetapan Peringkat Komposit Potensi Risiko UMKM berdasar potensi risiko dari Sumber Daya Manusia, produksi, permodalan, pemasaran dan hukum.

Tabel 1. Matriks Risiko

Matriks Analisis Risiko 5 x 5			Level Dampak				
			1	2	3	4	5
			Tidak Signifikan	Minor	Moderat	Signifikan	Sangat Signifikan
Level Kemungkinan	5	Hampir Pasti Terjadi	17	10	6	3 Risiko Permodalan	1
	4	Sering Terjadi	20	13	8	4 Risiko Hukum	2
	3	Kadang Terjadi	22	15	11 Risiko Produksi	7 Risiko Pemasaran	5
	2	Jarang Terjadi	24 Risiko SDM	19	14	12	9
	1	Hampir Tidak Terjadi	25	23	21	18	16

3. Evaluasi Risiko

Pada gambar matrik analisis risiko terlihat risiko permodalan, risiko pemasaran dan risiko hukum termasuk dalam kategori **Unacceptable (merah)**, yaitu perlakuan risiko harus segera dilakukan walaupun biaya mahal karena menyangkut kelangsungan perusahaan sehingga risiko modal, risiko SDM dan risiko bahan baku menjadi fokus utama karena risiko tersebut berdampak besar pada UMKM. Risiko produksi masuk dalam kategori **Issue (Kuning)** maka perlakuan risiko perlu dilakukan agar risiko tersebut menjadi minimal sedangkan risiko sumber daya manusia masuk kategori **Acceptable (hijau tua)** maka risiko dianggap kecil dan perlakuan risiko tidak diperlukan.

4. Perlakuan Risiko

Dalam menentukan perlakuan risiko, terlebih dahulu melihat akar permasalahan UMKM yaitu dengan melihat dari identifikasi risiko, maka perlakuan risiko disini dengan cara memitigasi risiko atau mengurangi dampak atas terjadinya risiko melalui metode **contingency plan** untuk mencari solusi atas risiko yang terjadi.

Tabel 2. Contingency Plan

Risiko	Level Risiko/Zona	Solusi	How
SDM	Sangat rendah (hijau tua)	Perencanaan suksesi	Identifikasi karyawan kunci dan buat rencana sebagai pengganti jika terjadi resign atau keadaan darurat.
Produksi	Sedang (kuning)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diversifikasi pemasok ▪ Pelatihan perbaikan minor 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tidak hanya bergantung pada satu pemasok saja. ▪ Pelatihan karyawan untuk melakukan perbaikan minor pada alat produksi sehingga

			tidak perlu selalu memanggil teknisi.
Permodalan	Sangat tinggi (merah)	Manajemen arus kas	Pencatatan arus kas secara ketat dan buat proyeksi keuangan secara teratur.
Pemasaran	Tinggi (merah)	Riset pasar	Lakukan riset pasar secara berkala untuk mengetahui tren pasar dan kebutuhan konsumen.
Hukum	Tinggi (merah)	Perlindungan kekayaan intelektual	Daftarkan merek dagang, hak cipta, atau paten untuk melindungi aset intelektual perusahaan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan risiko permodalan, risiko pemasaran dan risiko hukum termasuk dalam kategori **Unacceptable (merah)**, yaitu perlakuan risiko harus segera dilakukan walaupun biaya mahal karena menyangkut kelangsungan perusahaan sehingga risiko permodalan, risiko pemasaran dan risiko hukum menjadi fokus utama. Perlakuan risiko yang harus dilakukan yaitu dengan manajemen arus kas, melakukan riset pasar dan perlindungan kekayaan intelektual. Risiko produksi masuk dalam kategori **Issue (Kuning)** maka perlakuan risiko perlu dilakukan agar risiko tersebut menjadi minimal yaitu dengan diversifikasi pemasok, pelatihan perbaikan minor, sedangkan risiko sumber daya manusia masuk kategori **Acceptable (hijau tua)** maka risiko dianggap kecil dan perlakuan risiko tidak diperlukan.

Daftar Pustaka

- Chin, T. A., Hamid, A. B. A., Rasli, A., & Tat, H. H. (2014). A literature analysis on the relationship between external integration, environmental uncertainty and firm performance in Malaysian SMEs. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 130, 75–84.
- Duong, L. (2014). *Effective risk management strategies for small-medium enterprises and micro companies: A case study for Viope Solutions, Ltd.* 1–69.
- Ekwere, N. (2016). Framework of effective risk management in small and medium enterprises (SMESs): a literature review. *Bina Ekonomi*, 20(1), 23–46.
- Indonesia, B. (2015). *Profil bisnis usaha mikro kecil dan menengah (UMKM)*. Diakses dari [www.bi.go.id/umkm/penelitianNasiona/kajian/Document/profil UMKM](http://www.bi.go.id/umkm/penelitianNasiona/kajian/Document/profil%20UMKM).
- Jikrillah, S., Ziyad, M., & Stiadi, D. (2021). Analisis Manajemen Risiko Terhadap Keberlangsungan Usaha. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 9(2), 134–141.
- Krüger, N. A., & Meyer, N. (2021). The development of a small and medium-sized business risk management intervention tool. *Journal of Risk and Financial Management*, 14(7), 310.
- Putra, A. H. (2016). Peran UMKM dalam pembangunan dan kesejahteraan masyarakat kabupaten Blora. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 5(2).
- Qalby, Z. H., Komalasari, P. T., & Pradnyaswari, N. L. A. M. (2023). Enterprise Risk Management

dan Nilai Perusahaan: Kepemilikan Keluarga Sebagai Variabel Moderasi. In *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* (Vol. 7, Issue 1, pp. 106–120). <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v7i1.307>

- Rodrigues, M., Franco, M., Sousa, N., & Silva, R. (2021). COVID 19 and the business management crisis: an empirical study in SMEs. *Sustainability*, 13(11), 5912.
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 137–146.
- Sawitri. (2016). Potret Usaha Kecil Mikro (UKM) di Bali Implementasi Bantuan Modal dari Kemenkop tahun 2015-2016. *Semnas Fekon*, 147, 11–40.
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM Dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pasar Global. In *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* (Vol. 2, Issue 1, pp. 117–127). <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i1.65>
- Siahaan, H. (2007). Manajemen Risiko: Konsep, Kasus, dan Implementasi. *Elex Media Komputindo, Jakarta*.
- Sopha, B. M., Jie, F., & Himadhani, M. (2021). Analysis of the uncertainty sources and SMEs' performance. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 33(1), 1–27. <https://doi.org/10.1080/08276331.2020.1764737>
- Sudaryanto, R., & Wijayanti, R. R. (2013). Strategi pemberdayaan UMKM menghadapi pasar bebas Asean. *Pusat Kebijakan Ekonomi Makro. Badan Kebijakan Fiskal. Kementerian Keuangan, Jakarta*, 16(1), 1–32.
- Trenggana, H. M. (2012). Analisis Potensi Dan Hambatan Yang Dihadapi Umkm Dalam Mengembangkan Usaha Dengan Menggunakan Alat Bantu Sistem Informasi Geografis (Sig): Studi Kasus Kecamatan Pancoran Mas, Kota Depok. *Depok: Universitas Gunadarma*.
- Wajdi, M. F., Setyawan, A. A., Syamsudin, S., & Isa, M. (2015). Manajemen Risiko Bisnis UMKM Di Kota Surakarta. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Jurnal Ini Sudah Migrasi)*, 16(2), 106–126.
- Williams, C. A., & Heins, R. M. (1985). *Insurance, A Risk financing Tool, Risk Management and Insurance, McGraw-Hill Insurance Series, New York*.
- Zoghi, F. S. (2017). Risk management practices and SMEs: An empirical study on Turkish SMEs. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 8(2), 123–127.

Pengaruh *Behavioral Finance* terhadap Pengambilan Keputusan Investasi yang Dimoderasi oleh Literasi Keuangan (Pada Investor Saham di Jawa Timur)

Priyo Prasetyo

Universitas Kadiri, Kediri

Priyo Priyantoro*

Universitas Kadiri, Kediri

Katherin Daniar

Universitas Kadiri, Kediri

* *priyoprasetyo@unik-kediri.ac.id*

Abstrak

Behavior finance menjelaskan bagaimana investor secara logis melakukan kesalahan dalam proses pengambilan keputusan investasi akibat bias kognitif dan emosional yang akhirnya berujung pada keputusan investasi yang merugikan. Proses pengambilan keputusan investasi investor dipengaruhi oleh berbagai bias perilaku yang tidak dapat dihindari oleh individu, dan pikiran manusia memproses informasi menggunakan jalan pintas dan filter emosional yang menyebabkan kesalahan dalam proses pengambilan keputusan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *herding* dan *overconfident* terhadap pengambilan keputusan investasi dengan literasi keuangan sebagai variabel moderasi. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling pada investor generasi Z di Jawa Timur. Sampel ditentukan menggunakan tabel Krejcie & Morgan sehingga diperoleh sampel sebanyak 400 responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis *Partial Least Square (PLS) Structural Equation Model (SEM)* melalui program pengolahan data SmartPLS versi 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *overconfident* berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi, sedangkan *herding* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi. Hasil penelitian menunjukkan literasi keuangan memoderasi negatif pengaruh *herding* dan *over confidence* terhadap pengambilan keputusan investasi oleh investor generasi Z di Jawa Timur.

Kata Kunci: Herding, Overconfidence, Keputusan Investasi, Literasi Keuangan

Pendahuluan

Individu dan bisnis harus berinvestasi di pasar modal di era globalisasi ini (Fedorowicz & Lopatka, 2022). Investasi didefinisikan sebagai tindakan berinvestasi pada aset atau instrumen keuangan saat ini untuk mendapatkan keuntungan di kemudian hari (Ahmad & Shah, 2020). Semakin besar tingkat investasi di suatu negara, semakin besar pula aktivitas bisnis perusahaan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan PDB atau pertumbuhan ekonomi suatu negara (Nguyen & Trinh, 2018). *Behavioral finance* menjelaskan bagaimana investor secara logis membuat kesalahan dalam proses pengambilan keputusan investasi karena bias kognitif dan emosional, yang pada akhirnya mengarah pada keputusan investasi yang buruk dan merugikan (Sherfin & Statman, 1985). Hal ini menegaskan bahwa proses pengambilan keputusan investasi investor dipengaruhi oleh berbagai bias

perilaku yang tidak dapat dihindari oleh individu, dan pikiran manusia memproses informasi menggunakan jalan pintas dan filter emosional yang menyebabkan kesalahan dalam proses pengambilan keputusan (Elhussein & Abdelgadir, 2020). Sedangkan Rahadi & Stevanus, 2020 menambahkan bahwa pengetahuan dan pengalaman tentang investasi berpengaruh terhadap Keputusan berinvestasi. Jurnal Inobis.

Menurut Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) pada tahun 2022, investor di bawah usia 30 tahun mendominasi investor pasar modal Indonesia sebesar 58,71%. Dapat disimpulkan bahwa generasi Z mendominasi investor pasar modal Indonesia. Generasi Z adalah mereka yang lahir pada tahun 1997-2012 dan saat ini berusia 11-26 tahun (Natasya et al., 2022). Generasi Z merupakan generasi yang tumbuh bersama teknologi dan pesatnya perkembangan internet, sehingga memudahkan mereka mengakses informasi keuangan dan langsung menerapkannya dalam kehidupan (Usriyono & Wahyudi, 2023). Meningkatnya jumlah investor pasar modal Indonesia, khususnya generasi Z, menunjukkan bahwa generasi muda sudah memahami pentingnya berinvestasi sejak dini. Meningkatnya jumlah investor ini juga disebabkan oleh kemajuan teknologi yang semakin canggih, seperti kemudahan pembukaan rekening saham secara online.

Pada tahun 2022, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Jawa Timur mencatatkan realisasi investasi sebesar 110,3 triliun. Namun, keputusan investasi banyak dilakukan oleh investor yang masih belum rasional sehingga banyak investor yang mengalami kerugian. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melaporkan banyaknya kasus investasi bodong, salah satunya adalah Sugih Berkah Trading (SBT). Fenomena yang terjadi Jawa Timur adalah masih banyaknya penipuan terkait investasi bodong yang mengindikasikan bahwa keputusan investasi investor belum rasional. Terakhir, teori pengambilan keputusan merupakan salah satu topik yang menarik untuk dikaji dalam ilmu ekonomi karena setiap kegiatan di sektor keuangan selalu berujung pada suatu keputusan (Candraningrat et al., 2019).

Teori prospek (Ahmad & Shah, 2020) menjelaskan tentang dampak bias psikologis investor terhadap pengambilan keputusan investasi. Teori prospek menyatakan bahwa sejumlah faktor psikologis mempengaruhi pengambilan keputusan investor dan menyebabkannya menyimpang dari rasionalitas. Hal ini disebabkan terbatasnya informasi yang tersedia bagi mereka, keterbatasan kognitif dalam pikiran mereka, dan terbatasnya waktu yang mereka miliki untuk membuat keputusan. Pengambilan keputusan investor yang tidak rasional dipengaruhi oleh sejumlah bias perilaku, menurut (Adil et al., 2022). Investor Generasi Z, khususnya, sering mengalami bias perilaku saat membuat keputusan investasi, yang mengakibatkan keputusan yang tidak rasional dan merugikan. Investor Generasi Z lebih cenderung menjual saham yang naik dengan cepat dan menahan saham yang merugi untuk jangka waktu yang lama (efek disposisi), investor mengikuti orang banyak / mengikuti orang banyak (bias *herding*), dan investor terlalu percaya diri dengan prediksi atau kemampuan mereka (bias *overconfident*) (Adil et al., 2022., 2018; Adil, Singh, & Ansari, 2022; Usriyono & Wahyudi, 2023).

Lebih jauh lagi, bias perilaku *herding* memengaruhi investor selama proses pengambilan keputusan investasi (Bakar & Yi, 2016). Tanpa arahan yang tepat, setiap investor individu di pasar saham dapat menciptakan bias *herding* (Yasir et al., 2022). Investor yang melakukan *herding* berperilaku tidak rasional dalam keputusan investasi mereka. Dalam membuat keputusan investasi, mereka lebih suka mengikuti keyakinan dan pendapat investor lain. Mereka memperhatikan bahwa investor lain memiliki lebih banyak informasi dan menjual saham mereka mengikuti pelaku pasar. Di pasar saham, investor sering kali mulai menjual saham mereka karena ketidakpastian dan ketakutan akan kerugian (Bakar & Yi, 2016). Kurangnya informasi di pasar cenderung memengaruhi perilaku *herding* (Ahmed et al., 2022).

Perilaku *herding* mengurangi kinerja investasi pasar modal investor (Z. Ahmed et al., 2022). Bias *herding* memiliki efek positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi, menurut Ranaweera & Kawshala, (2021); Madaan & Singh, 2019. Selain itu, (Bogdan et al., 2022); Yasir et al., (2022); (Budiman & Patricia, 2021); (Kartini & Nahda, 2021); (Kyriazis, 2020); (Atif Sattar et al.,

2020); R. Ahmed et al., (2021); (Robin & Angelina, 2020); (Devadas & Vijayakumar, 2019); Alrabadi et al. Namun, bertentangan dengan temuan Z. Ahmed et al., (2022); Singh et al., (2022); Bakar & Yi, (2016a); dan penelitian (Khan, 2020), *herding* tidak memiliki efek signifikan pada pengambilan keputusan investasi.

Bias perilaku *overconfident* memengaruhi keputusan investasi yang dibuat oleh investor (Ahmad & Shah, 2020). Menurut Elhussein & Abdelgadir (2020), *overconfident* terjadi ketika investor individu tidak merevisi penilaian awal mereka secara memadai setelah menerima informasi baru, yang mengakibatkan kegagalan mengenali kesalahan investasi mereka. Menurut Madaan dan Singh (2019), investor yang terlalu percaya diri melebih-lebihkan kemampuan penilaian mereka sendiri dan mengabaikan risiko; akibatnya, mereka membuat keputusan investasi berdasarkan sinyal pribadi mereka sendiri dan mengabaikan informasi dari publik. Investor yang terlalu percaya diri berinvestasi lebih banyak di pasar dan memiliki portofolio yang kurang terdiversifikasi karena mereka kurang memahami pasar keuangan, dan pengembalian investasi mereka seringkali lebih rendah daripada pasar (Ranaweera & Kawshala, (2021). Bakar & Yi, (2016); Alrabadi et al., (2018); Iram et al., (2023); Jan et al., (2022); Ahmad & Shah, (2022); Ranaweera & Kawshala, (2022); R. Ahmed et al, 2021; (Raheja & Dhiman, 2020); Elhussein & Abdelgadir, 2020; Atif Sattar et al., 2020; Madaan & Singh, 2019), menunjukkan bahwa terlalu percaya diri memiliki efek signifikan pada pengambilan keputusan investasi. Namun, Singh et al., (2022); Dewi & Pertiwi, 2021 menemukan bahwa *overconfidence* memiliki dampak negatif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi.

Penelitian sebelumnya telah mengungkap ketidakkonsistenan hasil penelitian mengenai pengaruh, *herding*, dan *over confidence* terhadap pengambilan keputusan investasi. Penelitian ini mengusulkan untuk memasukkan literasi keuangan sebagai variabel moderasi berdasarkan kesenjangan penelitian ini. Literasi keuangan, menurut (Marriott & Mellett, 2006), adalah kemampuan individu untuk memahami dan menganalisis data keuangan guna membuat keputusan keuangan yang tepat. Menurut Ahmad dan Shah (2020), tingkat literasi keuangan investor bersifat positif dan dapat berkontribusi signifikan terhadap peningkatan pemahaman keputusan investasi. Literasi keuangan memungkinkan seseorang mengelola sumber daya keuangan secara efektif, sehingga investor yang cerdas secara finansial dapat mengabaikan bias perilaku dan membuat keputusan keuangan yang tepat (Son & Park, 2021).

Kurangnya informasi literasi keuangan dapat membuat pengambilan keputusan menjadi kurang tepat dan meningkatkan ambiguitas. Temuan ini menunjukkan bahwa investor dengan literasi keuangan rendah membuat keputusan investasi yang tidak rasional dan tidak menguntungkan (Rasool & Ullah, 2020; Son & Park, 2021). Peneliti menemukan bahwa investor dengan literasi keuangan rendah telah melakukan diversifikasi (Fedorova et al., 2015). Sari et al., (2023) menyatakan peningkatan literasi keuangan dapat dilakukan dengan meningkatkan pengetahuan mengenai pasar modal, perilaku keuangan, serta sikap keuangan. Dapat dikatakan semakin baik literasi keuangan seseorang, akan memengaruhi minat investasi yang juga akan meningkat. Tingkat literasi keuangan yang tinggi diharapkan dapat melemahkan atau mengurangi bias efek *herding*, dan perilaku *overconfidential* dalam membuat keputusan investasi, sehingga menghasilkan keputusan investasi yang rasional. Literasi keuangan sangat penting dalam mengurangi efek negatif dari bias perilaku investor.

Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis

Teori Prospek

Teori prospek, yang pertama kali dikembangkan oleh (Kahneman and Tversky, 1979), meneliti perilaku seseorang saat membuat keputusan finansial dalam situasi yang tidak pasti. Teori prospek menyatakan bahwa orang membuat keputusan berdasarkan bobot perbedaan antara keuntungan dan kerugian, bukan hasil akhir, dan menetapkan titik referensi serta membuat keputusan yang sesuai.

Investor akan lebih tertekan oleh potensi kerugian daripada potensi keuntungan. Individu membuat keputusan investasi berdasarkan lebih dari sekadar logika (Adil et al., 2022). Teori prospek berfokus pada keputusan subjektif investor, sedangkan utilitas yang diharapkan atau *expected utility* berfokus pada ekspektasi rasional investor dalam membuat keputusan investasi (Ahmad dan Shah, 2022). Teori prospek menggambarkan perilaku manusia dalam menghadapi ketidakpastian dan risiko saat membuat keputusan (Ullah et al., 2020). Teori prospek telah digunakan berkali-kali untuk menilai dan menganalisis berbagai jenis fenomena yang terkait dengan perilaku individu seseorang, khususnya dalam proses pengambilan keputusan yang menyimpang dari rasionalitas (Z. Ahmed, 2022).

Keputusan Investasi

Keputusan investasi adalah keputusan atau kebijakan mengenai pembelian aset dari sumber daya yang tersedia dengan tujuan meraup keuntungan lebih besar di masa depan, atau bagaimana keputusan individu untuk mengalokasikan asetnya ke dalam instrumen keuangan yang produktif dengan tujuan memperoleh keuntungan lebih besar di masa depan (Brigham & Houston, 2019). Setiap investor ingin membuat keputusan investasi terbaik (Sharpe, 1964). Merton, (1987) menegaskan bahwa keputusan investasi yang optimal dan rasional bergantung pada pengetahuan keuangan yang maju. Keuangan standar berasumsi bahwa orang dengan informasi lengkap selalu dapat membuat keputusan rasional (Ben Ameur et al., 2020). Berbagai faktor memengaruhi keputusan investor, termasuk demografi, ekonomi, latar belakang sosial, jenis kelamin, dan usia (Hayat & Anwar, 2016). Keputusan investasi sangat penting karena, seperti halnya bisnis yang ingin memaksimalkan laba, investor juga ingin memaksimalkan hasil dengan membuat keputusan yang tepat (Khalid et al., 2018). Namun, beberapa investor mengandalkan penilaian pribadi mereka, sementara yang lain membuat keputusan berdasarkan pengetahuan dan bukti.

Herding

Andrea Devenow & Ivo Welch, (1996) mendefinisikan *herding* sebagai perilaku psikologis investor yang mengabaikan keyakinan pribadi mereka demi lebih percaya pada pendapat orang lain tanpa memedulikan apa yang terjadi di masa mendatang. *Herding* merupakan fenomena umum di pasar keuangan yang merujuk pada kecenderungan umum manusia untuk merujuk, mengamati, dan meniru perilaku orang lain saat membuat keputusan investasi (Madaan & Singh, 2019). *Herding* dapat meningkatkan volatilitas pasar dan risiko bagi investor. Perilaku *herding* merugikan kinerja investasi pasar modal investor (Z. Ahmed et al., 2022). Jika tidak ada panduan yang tepat, setiap investor individu di pasar saham dapat menciptakan bias *herding* (Z. Ahmed et al., 2022). Bias *herding* memiliki efek positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi, menurut Ranaweera dan Kawshala (2021); Madaan dan Singh (2019), yang mempelajari perilaku investor dalam membuat keputusan investasi pasar saham. Beberapa penelitian telah menganalisis dan menguji pengaruh *herding* terhadap pengambilan keputusan investasi, antara lain (Bogdan et al., 2022; Yasir et al., 2022; Kyriazis, 2020; Atif Sattar et al., 2020; Riaz et al., 2020; Alrabadi et al., 2018; Hayat & Anwar, 2016). **H1:** *Herding* memiliki pengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi.

Overconfident

Overconfident adalah bias heuristik kognitif yang dapat didefinisikan sebagai keyakinan yang tidak berdasar pada penalaran intuitif, penilaian, dan kemampuan kognitif seseorang (Pompian, 2021). *Overconfident* terjadi ketika investor individu tidak merevisi penilaian awal mereka secara memadai setelah menerima informasi baru, dan dengan demikian tidak menyadari betapa tidak tepat penilaian investasi mereka. Bias *overconfident* menyebabkan inefisiensi pasar sebagai akibat dari kesalahan harga dan volatilitas yang berlebihan. *Overconfident* dapat menyebabkan perilaku individu untuk bertindak mengambil risiko, sedangkan investor rasional harus menghindari risiko dan memaksimalkan keuntungan (Ahmad & Shah, 2022). Investor yang terlalu percaya diri dalam

keputusan investasi mereka akan menghadapi risiko yang lebih besar. Menurut Bakar dan Yi (2016), yang menyelidiki perilaku investor dalam membuat keputusan investasi di Bursa Efek Malaysia, *overconfident* memiliki efek positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi. Lebih lanjut, menurut temuan penelitian (Alrabadi et al., 2018); Ranaweera & Kawshala, 2022; R. Ahmed dkk., 2021; Raheja & Dhiman, 2020; Elhussein & Abdelgadir, 2020; Atif Sattar dkk., 2020; Madaan & Singh, 2019), *over confidence* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi.

H2: *Overconfidence* memiliki pengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi.

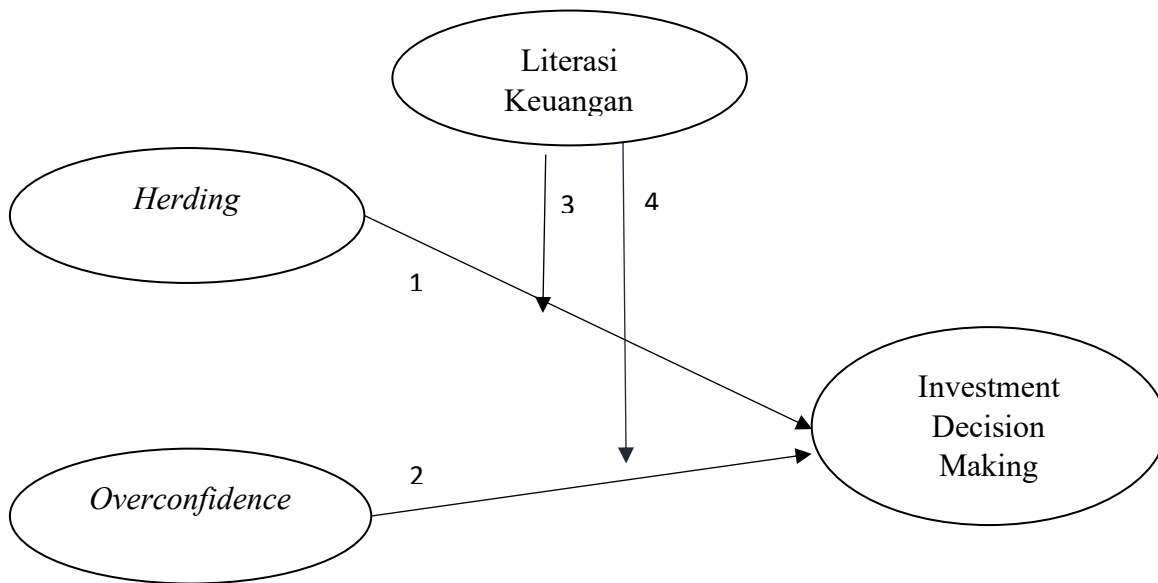
Literasi Keuangan

Literasi keuangan menurut Marriott & Mellett, (2006) adalah kemampuan individu untuk memahami dan menganalisis data keuangan sehingga dapat membuat keputusan keuangan yang tepat. Lusardi & Mitchell, (2007) mendefinisikan literasi keuangan sebagai pengetahuan tentang konsep keuangan dasar dan kemampuan untuk melakukan perhitungan sederhana. Literasi keuangan membantu dalam mengelola sumber daya keuangan secara efektif. Temuan penelitian menunjukkan bahwa investor yang memiliki literasi keuangan rendah cenderung membuat keputusan investasi yang tidak rasional atau tidak menguntungkan (Rasool & Ullah, 2020; Son & Park, 2021). Literasi keuangan membantu dalam mengelola sumber daya keuangan secara efektif. investor yang memiliki literasi keuangan rendah cenderung membuat keputusan investasi yang tidak rasional atau tidak menguntungkan dan memiliki portofolio yang tidak terdiversifikasi (Rasool & Ullah, 2020; Son & Park, 2021; Fedorova et al., 2015).

Seorang investor yang cerdas secara finansial mampu mengabaikan bias perilaku dan mampu membuat keputusan keuangan yang rasional (Son & Park, 2021). Investor yang cerdas secara finansial mampu mengabaikan bias perilaku dari efek disposisi. Dan investor tidak menjual saham mereka yang mengalami keuntungan terlalu cepat, dan menahan saham yang mengalami kerugian terlalu lama, mereka lebih rasional dalam membuat keputusan investasi (Singh et al., 2022). Hayat & Anwar, (2016) menyatakan bahwa pengaruh antara *over confidence* dan pengambilan keputusan investasi individu dimoderasi secara negatif dan signifikan oleh literasi keuangan. Ahmad & Shah, (2022) menyatakan bahwa pengaruh antara *over confidence* dan pengambilan keputusan investasi individu dimoderasi secara negatif dan signifikan oleh literasi keuangan, literasi keuangan berperan penting dalam mengatasi efek negatif dari bias perilaku *over confidence*. Investor yang memiliki literasi keuangan rendah cenderung terlalu percaya diri dan kurang rasional tentang keputusan investasi mereka, sementara investor dengan literasi investasi tinggi kurang percaya diri, meminimalkan risiko dan lebih rasional dalam membuat keputusan investasi.

H3: Literasi keuangan memoderasi pengaruh antara *herding* dan pengambilan keputusan investasi.

H4: Literasi keuangan memoderasi pengaruh antara *overconfidence* dengan pengambilan keputusan investasi



Gambar 1. Kerangka Konsep Penelitian
(Referensi: Data diolah peneliti, 2023)

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian eksplanatif untuk menguji teori secara objektif dengan cara menguji hubungan antar variabel menggunakan prosedur statistik dan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini melibatkan 14.492 investor generasi Z di Jawa Timur tahun 2022. Penelitian ini menggunakan purposive sampling. *Purposive sampling* membatasi pengambilan sampel pada orang-orang tertentu yang memiliki atau memenuhi kriteria yang ditentukan oleh peneliti untuk memberikan informasi yang diinginkan (Sekaran & Bougie, 2014). Kriteria pemilihan sampel antara lain memiliki rekening efek di pasar modal, menjadi investor generasi Z di Jawa Timur berusia 17-26 tahun, dan pernah melakukan transaksi perdagangan saham. Penelitian ini menggunakan 400 responden sebagai sampel.

Data yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan hasil survei dan dokumentasi. Skala likert digunakan dalam kuesioner yang diajukan untuk mengetahui sejauh mana responden memberikan pendapatnya pada skala yang telah ditentukan. *Metode structural equality modelling partial least square (SEM-PLS)* digunakan untuk menganalisis data. Konsep di balik penggunaan analisis data PLS adalah untuk menguji hasil modifikasi dari beberapa model penelitian guna memberikan gambaran umum variabel yang diteliti (Garson, 2016). Dalam penelitian ini *Herding* menggunakan indikator dari (Prosad et al., 2017); Adil et al., 2022). Lebih jauh, *Overconfidence* menggunakan indikator dari (Prosad et al., (2017); Adil et al., 2022), sedangkan *Financial Literacy* menggunakan indikator dari (Ahmad & Shah, 2022) dan (Khan, 2020).

Pembahasan

Tabel 1. Demografi Responden.

	Kategori	Frekuensi	%
Usia	17 - 20 tahun	89	22,25
	21 - 23 tahun	132	33,00
	24 - 26 tahun	179	44,75
Pendidikan	Sekolah Menengah Atas	134	33,5
	Diploma/Sarjana	225	63,75
	Magister	11	2,75
Panjang Inventaris	< 1 tahun	65	16,25
	1 - 3 tahun	178	44,5
	4 - 6 tahun	79	19,75
	7 - 9 tahun	78	19,5
Penghasilan	< Rp. 1.000.000	34	9
	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	256	64
	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	71	18
	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000	36	9
	> Rp. 10.000.000	3	1
Pekerjaan Pekerjaan	ASN/TNI/POLRI	87	21,75
	Murid	56	14
	Karyawan Swasta	215	53,75
	Wiraswasta	42	10,5

(Referensi: Data diolah peneliti, 2023)

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas responden berusia antara 24 sampai dengan 26 tahun (44,75%) menunjukkan bahwa investor generasi Z di Jawa Timur didominasi oleh investor berusia antara 24 sampai dengan 26 tahun. Kemudian, berdasarkan pendidikan, Diploma/Sarjana mendominasi (63,75%) menunjukkan bahwa investor generasi Z di Jawa Timur didominasi oleh mereka yang berpendidikan terakhir Diploma/Sarjana. Selanjutnya, lama investasi mendominasi 1-3 tahun (44,5%). Hal ini menunjukkan bahwa responden berinvestasi dalam jangka waktu satu sampai dengan tiga tahun. Kemudian, berdasarkan pendapatan, responden dengan pendapatan Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000 (64%), hal ini menunjukkan bahwa pendapatan responden sebesar Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000. Berdasarkan Pekerjaan, sebagian besar responden (53,75%) bekerja sebagai Pegawai Swasta, hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang paling sering berinvestasi adalah Pegawai Swasta.

Statistik Deskriptif dan Korelasi

Penelitian ini menggunakan variabel *Herding*, *Overconfident*, dan *Financial Literacy* dan dapat dilihat pada tabel 2 beserta hasil nilai rata-rata jawaban responden yang dilengkapi dengan standar deviasi masing-masing variabel.

Tabel 2. Statistik Deskriptif dan Korelasi.

Variabel	Mean	SD
<i>Herding</i>	4.32	0,88
<i>Overconfident</i>	4.22	0,88

Variabel	Mean	SD
Keputusan Investasi	4.02	0,88
Literasi Keuangan	4.12	0.86

(Referensi: Data diolah peneliti, 2023)

Analisis Model Pengukuran

Penelitian ini menggunakan uji validitas konvergen dan validitas diskriminan dengan konstruk yang akan diukur untuk pengembangan skala penelitian awal, dengan nilai berkisar antara 0,50 hingga 0,60 yang dianggap cukup (Ghozali & Latan, 2015). Hasil uji validitas dan reliabilitas dirinci dalam tabel 3 di bawah ini.

Tabel 3. Analisis Validitas.

Variabel Laten	Indikator	Convergent Validity		Discriminan Validity	
		Loading Factor	Result	AVE	Result
Herding	X1.1	0,834	Valid	0.745	Valid
	X1.2	0,853	Valid		
	X1.3	0,845	Valid		
	X1.4	0,833	Valid		
	X1.5	0,854	Valid		
Overconfident	X3.1	0,822	Valid	0.765	Valid
	X3.2	0,834	Valid		
	X3.3	0,856	Valid		
	X3.4	0,812	Valid		
Keputusan Investasi	Y1.1	0,756	Valid	0.689	Valid
	Y1.2	0,845	Valid		
	Y1.3	0,786	Valid		
	Y1.4	0,900	Valid		
	Y1.5	0,835	Valid		
	Y1.6	0,822	Valid		
	Y1.7	0,713	Valid		
Literasi Keuangan	Z1.1	0,905	Valid	0.634	Valid
	Z1.2	0,856	Valid		
	Z1.3	0,823	Valid		
	Z1.4	0,867	Valid		
	Z1.5	0,903	Valid		
	Z1.6	0,886	Valid		
	Z1.7	0,832	Valid		
	Z1.8	0,894	Valid		

(Referensi: Data diolah peneliti, 2023)

Berdasarkan tabel 5.11 menunjukkan bahwa nilai *loading factor* (*validitas konvergen*) masing-masing item lebih besar dari 0,7 maka masing-masing item pada variabel *Herding*, *Overconfidence*, Keputusan Investasi dan Literasi Keuangan dikatakan valid. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pada masing-masing variabel telah menjalankan fungsinya secara tepat dan akurat dengan alat ukur SmartPLS.

Tabel 4. *Reliability Analysis.*

Variabel	<i>Alfa Cronbach</i>	<i>Composite Reliability</i>
<i>Herding</i>	0.902	0.935
<i>Overconfident</i>	0.878	0.925
Keputusan Investasi	0.923	0.912
Literasi Keuangan	0.945	0,954

(Referensi: Data diolah peneliti, 2023)

Berdasarkan tabel 4 di atas, dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini reliabel. Nilai ambang batas reliabilitas sebesar 0,70 (Ghozali dan Latan, 2015). Pada tabel 4 terlihat bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* lebih besar dari 0,7. Sehingga item yang digunakan dalam penelitian ini reliabel.

Uji Model Struktural

Tujuan pengujian model struktural (*inner model*) adalah untuk mengetahui kesesuaian suatu model, yang dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi (R²), relevansi prediktif (Q²), dan *goodness of fit model* (GoF). Nilai koefisien determinasi (R²) variabel Keputusan Investasi sebesar 0,912, hal ini menunjukkan bahwa variabel keputusan investasi dapat dijelaskan oleh variabel *herding*, dan *overconfidence* sebesar 91,2%, sedangkan sisanya sebesar 8,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Nilai koefisien determinasi (R²), relevansi prediktif (Q²), dan *goodness of fit model* (GoF). Nilai koefisien determinasi (R²) variabel Keputusan Investasi sebesar 0,934, hal ini menunjukkan bahwa variabel keputusan investasi sebesar 91,2% dapat dijelaskan oleh variabel *herding*, dan *overconfidence*, sedangkan sisanya sebesar 8,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Hasil uji Q² menunjukkan nilai Q² sebesar 0,921, yang menunjukkan bahwa model penelitian ini memiliki relevansi prediktif. *Herding*, dan *Verconfidence* menyumbang 92,1% dari total, sedangkan sisanya 7,9% diatribusikan kepada variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini. Uji *Goodness of Fit* mencoba menilai keakuratan suatu model penelitian yang dibangun atas variabel-variabel penelitian secara keseluruhan. Berdasarkan hasil perhitungan GoF, diperoleh nilai sebesar 0,83, yang menyiratkan bahwa model struktural penelitian ini secara umum memiliki sifat prediktif yang kuat. *Goodness of fit* (GoF) di atas menunjukkan bahwa model dalam penelitian ini bersifat *robust*, sehingga memungkinkan dilakukan pengujian hipotesis.

Uji Hipotesis

Penelitian ini memiliki pengujian hipotesis yaitu pengujian pengaruh langsung dan pengaruh moderasi. Pengujian pengaruh langsung bertujuan untuk menguji pengaruh antara *Herding* dan *Overconfidence* terhadap Keputusan Investasi.

Tabel 5. Hasil Uji Efek Langsung.

	Koefisien Jalur	t-Statistik	P-Value	Hasil
<i>Herding</i> → Keputusan Investasi	0,030	1.594	0.000	Ditolak
<i>Overconfidence</i> → Keputusan Investasi	0.372	12.602	0,024	Diterima

(Referensi: Data diolah peneliti, 2023)

Tabel di atas menunjukkan bahwa *herding* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Investment Decisions ($\beta = 0,030$, $t = 1,594$ $p < 0,05$) sehingga H1 ditolak. Selain itu, *Overconfidence* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Investment Decisions ($\beta = 0,372$, $t = 12,602$ $p < 0,05$) sehingga H2 diterima.

Tabel 6. Hasil Uji Efek Tidak Langsung

	Koefisien Jalur	Statistik t	Nilai P	Hasil
<i>Herding</i> → Literasi Keuangan → Keputusan Investasi	-0,225	9.592	0.000	Diterima
<i>Overconfidence</i> → Literasi Keuangan → Keputusan Investasi	-0,030	5.502	0.000	Diterima

(Referensi: Data diolah peneliti, 2024)

Tabel 6 diatas menjelaskan bahwa uji tidak langsung atau peran mediasi Literasi Keuangan antara hubungan *Herding* terhadap Keputusan Investasi berpengaruh negatif dan signifikan ($\beta = -0,225$, $t = 9,592$, $p < 0,05$) sehingga hipotesis 3 diterima. Selain itu Literasi Keuangan juga berhasil memediasi *Overconfidence* terhadap Keputusan Investasi menunjukkan hasil.

Herding tidak berdampak pada keputusan investasi. Artinya, investor di Jawa Timur, khususnya generasi Z, tidak mengikuti kebiasaan orang lain dalam mengambil keputusan investasi. Temuan ini menunjukkan bahwa investor tidak mendasarkan keputusan investasinya pada keyakinan dan pendapat investor lain atau pialang saham. Untuk menghindari terbentuknya gelembung pasar dan keputusan investasi yang tidak rasional. Investor menggunakan laporan keuangan perusahaan dan analisis fundamental untuk mengambil keputusan investasi yang rasional. Bahaya perilaku *herding* di kalangan investor adalah dapat menyebabkan peningkatan volatilitas pasar dan risiko bagi investor. Temuan penelitian ini konsisten dengan temuan Z. Ahmed et al., (2022); Singh et al., (2022); Bakar & Yi, (2016a), yang menemukan bahwa *herding* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi. Menurut penelitian Khan (2020), *herding* tidak berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi, dan investor lebih mengandalkan publikasi keuangan dan laporan perusahaan daripada saran dari keluarga, teman, dan pialang saham.

Overconfidence berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Artinya, semakin tinggi tingkat *overconfidence* investor, maka semakin tinggi pula tingkat pengambilan keputusan investasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa investor khususnya generasi Z di Jawa Timur masih mengalami bias perilaku *overconfidence* dalam mengambil keputusan investasi dan investor belum dapat bertindak rasional dalam mengambil keputusan investasi. Investor yang *overconfidence* cenderung melebih-lebihkan kemampuan penilaiannya sendiri, mengabaikan risiko, dan melakukan investasi yang tidak rasional. Menurut Elhussein dan Abdelgadir (2020), *overconfidence* terjadi ketika investor individu tidak cukup merevisi penilaian awal setelah menerima informasi baru, sehingga tidak menyadari kesalahan investasinya. Mereka yakin bahwa penilaian

investasinya sudah sangat pasti, sehingga menimbulkan *overconfidence*. Bias *overconfidence* menyebabkan inefisiensi pasar akibat mispricing dan volatilitas yang berlebihan, sehingga kinerja investasi seringkali lebih rendah dari pasar (Ranaweera & Kawshala, 2021). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Bakar & Yi, (2016); (Alrabadi dkk., 2018); (Ahmad & Shah, 2022; Ranaweera & Kawshala, 2022; R. Ahmed et al., 2021; Raheja & Dhiman, 2020; Elhoussein & Abdelgadir, 2020; Atif Sattar et al., 2020; Madaan & Singh, 2019), menyatakan bahwa *overconfident* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi.

Literasi keuangan mengurangi dampak *herding* terhadap keputusan investasi yang dibuat oleh investor generasi Z di Jawa Timur. Temuan penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa literasi keuangan dapat digunakan untuk memoderasi *herding* dan pengambilan keputusan investasi. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa investor, khususnya generasi Z di Jawa Timur dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi, dapat mengurangi pengaruh perilaku *herding* terhadap keputusan investasi investor. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa investor generasi Z di Jawa Timur dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi dapat menghindari bias perilaku *herding* ketika membuat keputusan investasi, karena literasi keuangan mengurangi pengaruh hubungan positif antara bias perilaku *herding* dan pengambilan keputusan investasi. Akibatnya, literasi keuangan dapat dianggap sebagai faktor terpenting dalam mengurangi bias perilaku *herding* investor, yang memungkinkan investor untuk membuat keputusan investasi yang lebih rasional. Investor mendasarkan keputusan investasi mereka pada laporan keuangan perusahaan dan analisis fundamental daripada mengikuti saran orang lain. Temuan penelitian ini mendukung temuan Khalid et al., (2018). Seorang investor dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi lebih tertarik untuk menggunakan data keuangan perusahaan sebelum membuat keputusan investasi. Sementara itu, investor dengan literasi keuangan rendah mencari nasihat dari keluarga, teman, dan pialang.

Literasi keuangan mengurangi dampak *overconfidence* terhadap keputusan investasi yang dilakukan oleh investor generasi Z di Jawa Timur. Temuan penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa literasi keuangan dapat digunakan untuk mengurangi *overconfidence* dalam pengambilan keputusan investasi. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa investor, khususnya generasi Z di Jawa Timur dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi, dapat mengurangi dampak perilaku *overconfidence* terhadap pengambilan keputusan investasi investor. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa investor generasi Z di Jawa Timur dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi dapat terhindar dari bias perilaku *overconfidence* ketika mengambil keputusan investasi, karena literasi keuangan mengurangi hubungan positif antara bias perilaku *overconfidence* dengan pengambilan keputusan investasi. Dengan demikian, literasi keuangan dapat dianggap sebagai faktor terpenting dalam mengurangi bias perilaku *overconfidence* investor, sehingga investor lebih rasional dalam pengambilan keputusan investasinya dan tidak *overconfidence* yang dapat menyebabkan kinerja investasi yang seringkali lebih rendah dari pasar. Temuan penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hayat & Anwar, (2016); Ahmad & Shah, (2022), yang menemukan bahwa pengaruh rasa percaya diri yang berlebihan terhadap pengambilan keputusan investasi individu dimoderasi secara negatif oleh literasi keuangan, dan bahwa literasi keuangan memainkan peran penting dalam mengatasi dampak negatif dari bias perilaku rasa percaya diri yang berlebihan. Investor dengan literasi keuangan yang rendah cenderung terlalu percaya diri dan kurang rasional dalam keputusan investasi mereka, sedangkan investor dengan literasi investasi yang tinggi cenderung kurang percaya diri, meminimalkan risiko, dan membuat keputusan investasi yang lebih rasional.

Kesimpulan, Keterbatasan, Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa bias *herding* tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi yang diambil oleh investor generasi Z di Jawa Timur. Investor menggunakan laporan keuangan perusahaan dan analisis fundamental untuk mengambil keputusan investasi yang rasional. *Overconfident* behavioural bias mempengaruhi keputusan investasi

generasi Z di Jawa Timur. Hal ini berarti bahwa semakin besar *overconfident* yang ditunjukkan oleh investor, semakin besar pula kemungkinan untuk mengambil keputusan investasi. Investor terlalu percaya diri dalam mengambil keputusan dan tidak mampu bertindak rasional ketika mengambil keputusan investasi. Lebih jauh, literasi keuangan dianggap sebagai faktor terpenting dalam mengurangi bias perilaku *herding* dan *overconfident* investor. Literasi keuangan dianggap sebagai faktor penting dalam mengurangi bias perilaku investor berkelompok.

Penelitian ini memberikan kontribusi secara teoritis bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan menjadi bahan acuan bagi penelitian selanjutnya. Selain itu, hasil penelitian ini menjadi bahan pertimbangan bagi regulator, pengambil kebijakan, dan investor agar lebih bijak dalam mengambil keputusan investasi serta menekankan pada peningkatan keterampilan literasi keuangan bagi investor generasi Z.

Keterbatasan penelitian ini antara lain objek yang diteliti hanya satu jenis instrumen investasi yaitu saham sehingga belum menggambarkan perilaku investor secara keseluruhan pada instrumen investasi yang lain. Selain itu sampel pada penelitian ini hanya terbatas di Jawa Timur sehingga belum mencakup sampel yang besar sehingga belum dapat menggambarkan perilaku investor secara keseluruhan dalam mengambil keputusan investasi. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk menutupi kekurangan penelitian ini. Memperluas objek penelitian baik dari segi lokasi penelitian, subjek penelitian seperti obligasi, reksa dana, ETF dan instrumen investasi lainnya, menambahkan variabel lain untuk mengukur bias perilaku investor seperti loss aversion, framing bias, anchoring bias, representativeness bias dan bias perilaku lainnya serta dapat meneliti investor dengan semua kelompok umur atau investor dengan generasi yang berbeda.

Daftar Pustaka

- Adil, M., Singh, Y., & Ansari, M. S. (2022). How financial literacy moderate the association between behaviour biases and investment decision? *Asian Journal of Accounting Research*, 7(1), 17–30. <https://doi.org/10.1108/AJAR-09-2020-0086>
- Ahmad, M., & Shah, S. Z. A. (2020). Overconfidence heuristic-driven bias in investment decision-making and performance: mediating effects of risk perception and moderating effects of financial literacy. *Journal of Economic and Administrative Sciences*, 38(1), 60–90. <https://doi.org/10.1108/jeas-07-2020-0116>
- Ahmed, Z., Rasool, S., Saleem, Q., Khan, M. A., & Kanwal, S. (2022). Mediating Role of Risk Perception Between Behavioral Biases and Investor's Investment Decisions. *SAGE Open*, 12(2). <https://doi.org/10.1177/21582440221097394>
- Andrea Devenow, & Ivo Welch. (1996). Rational herding in financial economics. *European Economic Review*, 40(3–5), 603–615.
- Atif Sattar, M., Toseef, M., & Fahad Sattar, M. (2020). Behavioral Finance Biases in Investment Decision Making. *International Journal of Accounting, Finance and Risk Management*, 5(2), 69. <https://doi.org/10.11648/j.ijafrm.20200502.11>
- Bakar, S., & Yi, A. N. C. (2016). The Impact of Psychological Factors on Investors' Decision Making in Malaysian Stock Market: A Case of Klang Valley and Pahang. *Procedia Economics and Finance*, 35(October 2015), 319–328. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)00040-x](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)00040-x)
- Ben Ameer, H., Boujelbène, M., Prigent, J. L., & Triki, E. (2020). Optimal Portfolio Positioning on Multiple Assets Under Ambiguity. *Computational Economics*, 56(1), 21–57. <https://doi.org/10.1007/s10614-019-09894-y>

- Bogdan, S., Suštar, N., & Draženović, B. O. (2022). Herding Behavior in Developed, Emerging, and Frontier European Stock Markets during COVID-19 Pandemic. *Journal of Risk and Financial Management*, 15(9). <https://doi.org/10.3390/jrfm15090400>
- Brigham, & Houston. (2019). Fundamentals of Financial Management. In *The Journal of Finance* (15th ed., Vol. 34, Issue 5). Cengage Learning. <https://doi.org/10.2307/2327254>
- Budiman, J., & Patricia. (2021). Pengaruh Overconfidence Bias, Herding Bias, Representativeness Bias, Loss Aversion, dan Risk perception terhadap Investment Decision di Kota Batam. *CoMBInES*, 1(1), 1979–1987.
- Candraningrat, I. R., Udayana, U., & Kuala, U. S. (2019). *BIAS PERILAKU DARI OVER CONFIDENCE DAN DISPOSISI PENGARUH DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI*. 100(Icoi), 109–115.
- Devadas, M., & Vijayakumar, T. (2019). Investment decisions, herd behaviour and retail investors. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering*, 8(10), 3291–3294. <https://doi.org/10.35940/ijitee.J1210.0881019>
- Dewi, S., & Pertiwi, T. K. (2021). Analysis of Stock Investment Decisions on Investors in Surabaya. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(2), 2748–2759. <https://doi.org/10.33258/birci.v4i2.1984>
- Elhoussein, N. H. A., & Abdelgadir, J. N. A. (2020). Behavioral Bias in Individual Investment Decisions: Is It a Common Phenomenon in Stock Markets? *International Journal of Financial Research*, 11(6), 25. <https://doi.org/10.5430/ijfr.v11n6p25>
- Fedorova, E. A., Nekhaenko, V. V., & Dovzhenko, S. E. (2015). Impact of Financial Literacy of the Population of the Russian Federation on Behavior on Financial Market : *Springer*, 26(4), 394–402. <https://doi.org/10.1134/S1075700715040036>
- Fedorowicz, K., & Łopatka, A. (2022). The importance of investment in the development of enterprises in Poland in 2009-2018. *Procedia Computer Science*, 207, 4171–4179. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2022.09.480>
- Hayat, A., & Anwar, M. (2016). Impact of Behavioral Biases on Investment Decision Making with Moderating Role of Financial Literacy. *Jinnah Business Review*, 6(2), 34–41. <https://doi.org/10.53369/rkxa7855>
- Kahneman and Tversky. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*, 47(March), 263–291.
- Kartini, K., & Nahda, K. (2021). Behavioral Biases on Investment Decision: A Case Study in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 1231–1240. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.1231>
- Khan, D. (2020). Cognitive Driven Biases, Investment Decision Making: The Moderating Role of Financial Literacy. *SSRN Electronic Journal*, 1–25. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3514086>
- Kyriazis, N. A. (2020). Herding behaviour in digital currency markets: An integrated survey and empirical estimation. *Heliyon*, 6(8), e04752. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04752>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2007). ScholarlyCommons Financial Literacy and Retirement Preparedness : Evidence and Implications for Financial Education Programs Financial Literacy

and Retirement Preparedness : Evidence and Implications for. *Business Economy*.

- Madaan, G., & Singh, S. (2019). An analysis of behavioral biases in investment decision-making. *International Journal of Financial Research*, 10(4), 55–67. <https://doi.org/10.5430/ijfr.v10n4p55>
- Marriott, N., & Mellett, H. (2006). *Accounting Education : an Health care managers ' financial skills : measurement , analysis and implications Health care managers ' financial skills : measurement , analysis and implications*. March 2015, 37–41. <https://doi.org/10.1080/09639289600000006>
- Merton, R. C. (1987). A Simple Model of Capital Market Equilibrium with Incomplete Information. *The Journal of Finance*, 42(3), 483–510. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.1987.tb04565.x>
- Natasya, Kusumastuti, D. H., Alifia, W., & Leon, F. M. (2022). The Effect Between Behavioral Biases and Investment Decisions Moderated by Financial Literacy on the Millennial Generation in Jakarta. *The Accounting Journal of Binaniaga*, 7(1), 113–126. <https://doi.org/10.33062/ajb.v7i1.502>
- Nguyen, C. T., & Trinh, L. T. (2018). The impacts of public investment on private investment and economic growth. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, 25(1), 15–32. <https://doi.org/10.1108/jabes-04-2018-0003>
- Pompian, M. M. (2021). Behavioral Finance and Your Portfolio: A Navigation Guide for Building Wealth. In *Quantitative Finance* (Vol. 22, Issue 7). Wiley & Sons Ltd, The Atrium, Southern Gate, Chichester, West Sussex PO19 8SQ, England., <https://doi.org/10.1080/14697688.2022.2077231>
- Prosad, J. M., Kapoor, S., & Sengupta, J. (2017). Qualitative Research in Financial Markets Article information :A Meta- Analysis. *Qualitative Research in Financial Markets*, 9(1), 34–47. <http://dx.doi.org/10.1108/QRFM-06-2016-0018>
- Rahadi, D. R., & Stevanus, Y. (2020). Persepsi Dan Pengambilan Keputusan Milenial Terhadap Instrumen Investasi Masa Depan : Studi Literatur. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3(2), 162–177. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v3i2.129>
- Raheja, S., & Dhiman, B. (2020). How do emotional intelligence and behavioral biases of investors determine their investment decisions? *Rajagiri Management Journal*, 14(1), 35–47. <https://doi.org/10.1108/ramj-12-2019-0027>
- Ranaweera, S. S., & Kawshala, B. A. H. (2021). Influence of Behavioral Biases on Investment Decision Making with Moderating Role of Financial Literacy and Risk Attitude: A Study Based on Colombo Stock Exchange. *South Asian Journal of Finance*, 2(1), 56. <https://doi.org/10.4038/sajf.v2i1.32>
- Rasool, N., & Ullah, S. (2020). *Financial literacy and behavioural biases of individual investors : empirical evidence of Pakistan stock exchange*. 25(50), 261–278. <https://doi.org/10.1108/JEFAS-03-2019-0031>
- Robin, & Angelina, V. (2020). Analysis of the Impact of Anchoring, Herding Bias, Overconfidence and Ethical Consideration Towards Investment Decision. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 6(2), Inpress. <https://doi.org/10.34203/jimfe.v6i2.2558>
- Sari, A. W., Purwanto, B., & Viana, E. D. (2023). Literasi keuangan dan faktor yang memengaruhi minat pelaku umkm berinvestasi di pasar modal: analisis theory of planned behavior. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 6(3), 314–327.

<https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v6i3.279>

- Sekaran, U., & Bougie, R. (2014). *Research Methods for Business*. In *Wiley* (7th ed.). Wiley & Sons Ltd, The Atrium, Southern Gate, Chichester, West Sussex PO19 8SQ, England,. https://doi.org/10.1007/978-94-007-0753-5_102084
- Sharpe, W. F. (1964). CAPITAL ASSET PRICES: A THEORY OF MARKET EQUILIBRIUM UNDER CONDITIONS OF RISK. *The Journal of Finance*, 19(3), 425–442.
- Sherfin, H., & Statman, M. (1985). The Disposition to Sell Winners Too Early and Ride Losers Too Long: Theory and Evidence. *The Journal of Finance*, 40(3), 777–790. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.1985.tb05002.x>
- Son, J., & Park, J. (2021). *Effects of Financial Education on Sound Personal Finance in Korea*. 0–2. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12486>
- Usriyono, E., & Wahyudi, S. (2023). The investment decision of millennial generation: An analysis using financial literacy and financial behavior. *Corporate Governance and Organizational Behavior Review*, 7(2), 8–14. <https://doi.org/10.22495/cgobrv7i2p1>
- Yasir, A., Safdar, U., & Javaid, Y. (2022). Herd behaviour in foreign exchange market. *Journal of Economic Structures*, 11(1). <https://doi.org/10.1186/s40008-022-00270-y>

Peran Budaya Organisasi Mewujudkan Produktivitas Kinerja (Implementasi Di Negara Singapura, Jepang, China, Korea Selatan Dan Indonesia)

R.A. Kadarmanta
Universitas Pamulang, Tangerang Selatan

a.kadarmanta61@gmail.com

Abstract

Organizational culture plays an important role in realizing organizational performance productivity. Each country has its own different characteristics. They also have a unique way of implementing culture to realize the productivity. The purpose of this study is to explore the role of organizational culture in realizing performance productivity with case studies in Singapore, Japan, China, South Korea, and Indonesia. This study uses a literature study method. The results of this study indicate that the organizational culture applied in each of these countries has a significant influence on the productivity. In Singapore, the emphasis is on efficiency and innovation with a contribution to high productivity in the technology and industrial sectors. In Japan and South Korea, a culture that supports discipline, hard work, and teamwork produces performance, especially in the technology sector. While in China, the values of collectivity and respect for authority have improved performance. In Indonesia, with mutual cooperation, it plays an important role in building harmonious work in increasing its productivity. In general, organizational culture with local values has played a role in increasing performance productivity which is realized through collaboration, innovation, and the welfare of its members.

Keywords: Role, Organizational Culture, Performance Productivity, Implementation

Pendahuluan

Di era globalisasi dan kompetisi yang semakin ketat, produktivitas kinerja organisasi menjadi salah faktor penentu keberhasilan dalam waktu jangka panjang. Produktivitas kinerja organisasi mengacu pada kemampuan organisasi untuk menghasilkan output yang maksimal dengan input yang optimal, baik dari aspek kualitas, kuantitas, maupun efisiensi. Salah satu elemen penting yang dapat menjadi penentu produktivitas dan kinerja organisasi adalah budaya organisasi. Budaya organisasi mencakup nilai-nilai, norma, perilaku, dan kebiasaan yang hidup dan berjalan dalam suatu organisasi. Budaya berperan sebagai landasan untuk membimbing dan mengembangkan perilaku anggota dalam menjalankan tugas dan berinteraksi satu sama lain. Faktor-faktor yang berpengaruh pada produktivitas yakni budaya organisasi, karena praktik-praktik budaya tersebut membentuk model interaksi antar anggota dan berpengaruh pada cara mereka bekerja, berinteraksi, berinovasi, dan berkolaborasi.

Di negara Singapura, Jepang, China, Korea Selatan, dan Indonesia, yang merupakan negara berlatar belakang budaya berbeda-beda tingkat efektifitasnya dalam menerapkan budaya organisasi dan membawa dampak signifikan terhadap produktivitas. Negara Singapura memiliki budaya efisiensi dan inovasi yang tinggi, Jepang dan Korea Selatan memiliki budaya disiplin dan kerja keras, China dengan budaya kolektivisme dan penghormatan terhadap otoritas, sedangkan Indonesia dengan nilai gotong royong dan kerja sama tim. Meskipun tiap negara negara memiliki pendekatan berbeda, budaya organisasi di setiap negara tersebut berperan menciptakan lingkungan kerja produktif.

Secara faktual banyak organisasi yang menghadapi tantangan untuk mengelola budaya organisasi yang efektif dan produktif.

Budaya organisasi efektif mampu meningkatkan keterlibatan anggotanya dalam peransertanya meningkatkan kinerja didasarkan nilai-nilai dan visi organisasi yang menjadi bagian perilakunya. Para anggota lebih termotivasi memberikan yang terbaik dalam pekerjaan dengan keterlibatan yang tinggi dan lebih produktif, lebih berdedikasi, bertanggung jawab, proaktif, dan inisiatif menyelesaikan setiap tugas. Dorongan untuk berinovasi dan berkekrativitas yang tinggi sebagai indikasi budaya Organisasi yang mampu beradaptasi dengan perubahan dan tantangan kebutuhan pasar. Budaya yang senantiasa terbuka pada akan adanya ide-ide baru dan eksperimen bagi anggota sehingga lebih terbuka menggali berbagai solusi kreatif secara efektif serta efisien. Budaya organisasi yang mendorong kolaborasi sehingga lebih mempermudah berbagi informasi dan keterampilan antara individu maupun antar bagian untuk mendukung kerja tim yang selalu dibangun dengan efektif telah meningkatkan kualitas output dan mempercepat proses kerja, sehingga berdampak pada produktivitas kinerja.

Lingkungan kerja yang positif berkontribusi pada kesehatan mental dan kebahagiaan anggota, yang pada gilirannya meningkatkan kinerja dan produktivitas mereka. Budaya organisasi yang efektif juga mencakup pengaturan tujuan yang jelas dan realistis, serta ekspektasi yang transparan. Pemahaman tujuan organisasi dan perannya mencapai tujuan terfokus dan terarah, sekaligus memberikan motivasi dalam meningkatkan produktivitas kinerja. Melalui lingkungan organisasi yang dinamis, organisasi lebih mampu beradaptasi dengan perubahan eksternal yang mencakup kemajuan teknologi, persaingan pasar, atau perubahan regulasi. Budaya diperlukan untuk mendukung organisasi mampu bertahan dan tetap produktif. Organisasi dengan budaya yang kuat dapat dengan mudah mengatasi perubahan dan terus mempertahankan kinerja. Pelatihan dan pengembangan berkelanjutan dilakukan meningkatkan kompetensi individu guna memastikan ketersediaan tenaga kerja yang siap menghadapi tantangan baru dan siap bersinergi dalam peningkatan produktivitas. kinerja

Budaya organisasi berperan dalam menciptakan loyalitas dan keterikatan anggota terhadap organisasi, anggota yang merasa dihargai dan puas dengan lingkungan budaya kerja sehingga lebih cenderung bertahan lama. Retensi anggota yang tinggi mengurangi biaya turnover dan memastikan bahwa organisasi dapat mempertahankan tenaga kerja berpengalaman dan berkualitas, untuk meningkatkan produktivitas kinerja jangka panjang. Pentingnya budaya organisasi yakni memberikan kontribusi. Bentuk kontribusi tersebut secara empiris dan faktual merupakan tujuan bersama yang ingin dicapai oleh organisasi. Dorongan untuk menciptakan inovasi dan kreativitas, telah memberikan ruang bagi anggota untuk melakukan eksperimen, ide-ide baru, dalam menghadapi tantangan dengan solusi yang efektif.

Budaya organisasi yang efektif dipengaruhi oleh gaya kepemimpinan melalui pemberian model, memotivasi, dan pemberdayaan anggota. Kepemimpinan berbasis pada nilai dan pengakuan pencapaian individu maupun tim dapat meningkatkan motivasi anggota untuk bekerja dengan lebih baik, yang memberikan dampak pada produktivitas dan kinerja organisasi. Kerja sama dan kolaborasi yang kuat dalam tim telah menciptakan sinergi yang meningkatkan efisiensi, anggota lebih solid untuk saling mendukung, berbagi pengetahuan, dan memecahkan masalah Bersama serta memiliki fleksibilitas dan adaptabilitas dengan perubahan eksternal.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai budaya organisasi yang berbeda di masing-masing negara dapat berkontribusi dalam meningkatkan produktivitas kinerja, serta memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya budaya organisasi yang mendukung pencapaian tujuan organisasi di era globalisasi. Organisasi dengan budaya yang efektif mampu mengelola konflik secara konstruktif cenderung lebih produktif, hal tersebut terkait dengan praktik budaya organisasi yang mendukung penyelesaian masalah secara cepat mampu meminimalisir terjadinya gangguan sehingga menjadi fokus pada pencapaian tujuan.

Dalam proses pengambilan keputusan, budaya organisasi berpengaruh yang berarti dalam mendorong terwujudnya organisasi yang berbudaya partisipatif dan transparansif mampu mewujudkan

keputusan yang lebih efektif dan lebih meningkatkan efisiensi dan produktivitas organisasi. Budaya yang mendukung kemampuan beradaptasi dan mengambil keputusan yang cepat akan memungkinkan organisasi untuk tetap produktif meskipun menghadapi berbagai tantangan yang kompleks dan tak terduga. Keseimbangan kerja dan kehidupan pribadi diwujudkan dalam budaya organisasi yang efektif memberikan pengaruh pula untuk memberikan dorongan positif dalam membangun produktivitas kinerja organisasi.

Landasan Teori

Budaya organisasi dan produktivitas adalah dua konsep yang saling terkait dalam manajemen organisasi. Budaya organisasi berperan penting dalam membentuk cara berinteraksi dan bekerja dalam suatu organisasi, yang pada gilirannya dapat memengaruhi produktivitas pegawai dan organisasi secara keseluruhan. Dalam teori budaya organisasi, bahwa nilai, norma, keyakinan, dan kebiasaan yang berkembang dalam suatu organisasi, yang membentuk cara-cara anggota organisasi berinteraksi, berkomunikasi, dan bekerja sama, dengan fokus pada bagaimana budaya ini terbentuk dan bagaimana pengaruhnya terhadap perilaku individu dan kelompok dalam organisasi.

Edgar Schein (2010), sebagai salah satu tokoh utama dalam teori budaya organisasi, Artefak dan Produk Budaya: Terdiri dari hal-hal yang tampak secara fisik dalam organisasi, seperti struktur organisasi, logo, atau simbol. Nilai yang dijadikan sebagai keyakinan anggota organisasi dan sering diungkapkan dalam berbagai keputusan dan kebijakan. secara eksplisit lebih bersifat mendalam, yang membentuk pola pikir dan perilaku anggota organisasi. Menurut Schein (2010) bahwa budaya organisasi berkembang melalui proses sosial dan interaksi yang berulang, dan budaya ini memengaruhi cara individu bertindak dalam organisasi.

Teori Produktivitas, menyatakan bahwa dalam konteks organisasi sering kali diukur berdasarkan adanya capaian kinerja individu dan kinerja tim untuk mencapai tujuan organisasi. Teori Motivasi Maslow (Hierarki Kebutuhan), menekankan bahwa manusia memiliki hierarki kebutuhan yang harus dipenuhi, mulai dari kebutuhan fisiologis hingga kebutuhan aktualisasi diri. Dalam konteks organisasi, maka pemenuhan kebutuhan anggotanya di berbagai tingkat akan mendorong tumbuhnya motivasi mereka bekerja lebih produktif. Pegawai yang merasa kebutuhan dasarnya terpenuhi (seperti keamanan kerja dan hubungan interpersonal yang baik) cenderung lebih termotivasi untuk bekerja secara maksimal.

Menurut teori sistem, bahwa produktivitas organisasi dipengaruhi oleh interaksi antara berbagai elemen dalam sistem organisasi, termasuk sumber daya manusia, teknologi, dan kebijakan yang diterapkan. Teori ini menganggap organisasi sebagai sistem yang saling terkait, di mana perubahan pada satu bagian dapat mempengaruhi bagian lainnya.

Hubungan budaya organisasi dan produktivitas, budaya organisasi dapat mempengaruhi produktivitas dengan cara menumbuhkan motivasi pegawai. Adanya budaya yang mendukung keterlibatan, penghargaan, dan pengakuan akan prestasi pegawai dapat meningkatkan motivasi mereka untuk bekerja lebih produktif. Koordinasi dan kolaborasi, lebih menekankan pentingnya kerjasama tim yang dapat mempercepat proses kerja dan meningkatkan hasil. Untuk itu maka suatu kreativitas dan inovasi merupakan suatu wujud budaya terbuka terhadap perubahan dan eksperimen dapat meningkatkan inovasi dan lebih menghasilkan produktivitas kinerja.

Bahwa dalam teori Ability, Motivation and Opportunity (AMO), terdapat hubungan yang kompleks dalam pengelolaan sumber daya manusia dalam organisasi. Secara khusus, teori ini menyatakan bahwa kombinasi kemampuan individu (A), motivasi (M) dan peluang (O) menentukan, $AMO = P$, berpengaruh pada budaya organisasi. Teori AMO berkaitan dengan karakteristik individu yang dipengaruhi oleh budaya organisasi, peran kepemimpinan, dan lingkungan organisasi yang efektif yang berpengaruh pada produktivitas kinerja. (Anna Bos-Nehles dkk (2023).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan model deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data yang digunakan sebagai studi literatur, (Kurniansah & Rosida, 2019) yaitu suatu proses pengumpulan data dari hasil bacaan berbagai sumber pustaka, seperti artikel- artikel yang relevan dengan penelitian yang dilakukan, buku-buku, media elektronik maupun cetak serta sumber bacaan lainnya, (Azzahra & Afriansyah, 2019; Melfianora, 2019). Berbagai sumber ini dimaksudkan memperkaya perspektif teoritis dalam mendukung kedalaman pembahasan masalah penelitian.

Melalui kajian Pustaka, peneliti mengidentifikasi teori, konsep, dan temuan penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik yang sedang diteliti, dengan tujuan untuk memahami landasan teori dan konsep yang ada dan perkembangan terbaru dalam topik tersebut. Setelah mengumpulkan literatur- literatur, peneliti melakukan analisis dan sintesis data dan informasi tersebut yang dipakai mengaitkan data dan informasi yang dihasilkan dalam penelitian. Melalui sintesis peneliti membangun pemahaman komprehensif tentang tema penelitian.

Dalam proses ini peneliti secara kritis melakukan evaluasi kualitas, relevansi, kredibilitas terhadap seluruh sumber yang digunakan, guna memastikan bahwa data berasal dari sumber sumber yang dijamin validitasnya. Berdasarkan analisis temuan penelitian penulis menyusun kerangka teoritis yang mendasari penelitian guna menjelaskan fenomena masalah penelitian. Dalam penelitian ini sebagai kerangka teoritisnya yakni bahwa budaya organisasi yang mampu memberikan dukungan komunikasi efektif, melakukan inovasi, kolaborasi, dan mengapresiasi terhadap dampak positif untuk menciptakan produktivitas kinerja organisasi. Fokus permasalahan penelitian ini adalah bagaimana membangun budaya Organisasi yang mampu menjadi faktor pendorong utama dalam mewujudkan produktivitas organisasi kinerja, sehingga secara konsisten mampu menerapkan nilai-nilai positif, komunikasi, penghargaan, dan dapat meningkatkan kinerja individu, kinerja tim dan keseluruhan organisasi.

Budaya organisasi dengan orientasi pada produktivitas hasil kerja dan pemberdayaan anggota berkaitan langsung dengan organisasi kinerja tinggi. Penelitian ini dengan tujuan menguji apakah budaya organisasi yang efektif merupakan faktor kunci guna mewujudkan produktivitas kinerja organisasi. Setelah melakukan analisis dan mensintesis seluruh literatur yang ada maka peneliti menyusun laporan penelitian yang memuat hasil kajian pustaka, kerangka teoritis, dan kesimpulan yang diperoleh.

Pembahasan

Dalam rangka mendeskripsikan jawaban atas permasalahan penelitian maka di bawah ini diuraikan tentang hasil penelitian sebagai unsur-unsur temuan penelitian dan pembahasan sebagai analisis dalam dialog teoretiknya. Penelitian ini telah menghasilkan identifikasi dan analisis suatu budaya organisasi yang efektif dapat meningkatkan produktivitas kinerja organisasi dengan temuan utama sebagai hasil penelitian ini diuraikan di bawah ini. Bahwa budaya Organisasi yang mendukung kinerja tinggi, memiliki nilai-nilai kolaborasi, komunikasi, inovasi, dan orientasi pada hasil berpengaruh langsung terhadap produktivitas dan kinerja organisasi. Organisasi yang mendukung anggotanya berbagi ide, saling membantu, bekerja bersama dan berkinerja baik.

Adanya budaya kerjasama antar anggota meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam bekerja dalam dalam tim yang solid. Komunikasi transparan dan terbuka antara manajemen dan anggota organisasi sehingga terjadi pertukaran informasi yang lebih cepat, menghindari konflik, dan pengambilan keputusan yang efektif. Praktik budaya menghargai kreativitas dan inovasi bagi anggota untuk mencari terobosan dalam meningkatkan kinerja, sehingga berdampak pada peningkatan produktivitas kinerja. Budaya organisasi yang positif dan mendukung keberagaman ide serta menghargai kontribusi individu berperan besar dalam meningkatkan motivasi anggota. Ketika anggota

merasa dihargai dan terlibat dalam pengambilan keputusan, mereka cenderung lebih termotivasi untuk bekerja keras dan berkomitmen pada tujuan organisasi.

Budaya penghargaan terhadap prestasi individu maupun tim dapat meningkatkan kepuasan kerja dan motivasi anggota. Ini berpengaruh langsung pada produktivitas mereka. Proses pemberdayaan yang dilakukan secara terus menerus dan efektif telah memberikan otonomi kepada anggota untuk membuat keputusan dan bertanggung jawab atas pekerjaan mereka meningkatkan rasa kepemilikan dan tanggung jawab terhadap hasil kerja. Budaya produktif yang mendukung efisiensi, disiplin, dan kualitas kerja menghasilkan output yang lebih tinggi dengan menggunakan sumber daya yang lebih sedikit. Terwujudnya efisiensi kerja dalam lingkungan budaya yang mendukung kinerja yang berorientasi hasil dan efisiensi, anggota dilatih untuk fokus pada tujuan organisasi dan memanfaatkan waktu dan sumber daya dengan optimal. Budaya yang mendukung pencapaian standar tinggi dalam kualitas produk atau layanan juga berperan dalam meningkatkan produktivitas dengan menjaga hasil yang konsisten dan meminimalkan pemborosan.

Kepemimpinan sebagai faktor penggerak budaya yang transformasional dan partisipatif merupakan unsur penting untuk membentuk budaya organisasi berkinerja tinggi. Pemimpin yang memberikan model dalam hal komitmen terhadap nilai-nilai budaya, mendengarkan masukan dari anggota, dan memberikan arahan yang jelas memiliki pengaruh besar terhadap motivasi dan produktivitas tim. Kepemimpinan transformasional mampu menginspirasi, memberi visi yang jelas, serta memberdayakan anggota untuk berinovasi dan mencapai tujuan bersama akan memengaruhi produktivitas dan kinerja organisasi secara signifikan. Pemimpin yang mendukung anggota dan menciptakan suasana kerja yang inklusif dan mendukung ide-ide baru berkontribusi pada terciptanya budaya organisasi yang produktif. Melalui budaya yang kuat dan produktif cenderung mencapai kinerja tinggi yang berkelanjutan. Organisasi dengan kinerja tinggi tidak hanya mencapai target mereka, tetapi juga melampaui ekspektasi dalam hal efisiensi, kualitas, dan inovasi.

Organisasi tetap fokus pada tujuan strategis organisasi, memprioritaskan pencapaian hasil yang optimal, dan mengatasi tantangan dengan lebih efektif. Organisasi yang memiliki budaya inovatif dan terbuka terhadap perubahan lebih mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan pasar yang berubah, memberikan mereka keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Fokus pada Kepemimpinan yang Transformasional: Pemimpin organisasi perlu menjadi teladan dalam hal komitmen terhadap budaya yang positif dan mendukung anggota untuk berkembang. Bahwa di antara beberapa negara yang maju dan negara berkembang, pada table di bawah ini dapat dilihat implementasi terhadap budaya organisasi yang berpengaruh pada kinerja organisasinya.

Tabel 1. Peran Budaya Organisasi terhadap produktivitas kinerja di negara Singapura, Jepang, China, Korea Selatan dan Indonesia (Schein, E. H. (1985), Deal, T. E., & Kennedy, A. A. (1982), Hofstede, G. (2001), OECD (2021), *Asia Development Bank* (ADB) (2021)

No	Singapura	Jepang	China	Korea Selatan	Indonesia
1	Hierarki dan Kepemimpinan yang Jelas	Hierarki yang Tegas dan Sistem Kewenangan	Hierarki dan Struktur Organisasi yang Kuat	Hirarki yang kuat	Hierarki dan Struktur Organisasi
2	Efisiensi dan Orientasi pada Hasil	Fokus pada Kelompok dan Kerja Tim	Rasa Hormat terhadap Senioritas dan Status	Kerja Keras dan Dedikasi Hierarki yang Kuat	Keharmonisan dan Kerja Sama

3	Kolaborasi dan Kerja Sama	Loyalitas dan Kesetiaan terhadap Organisasi	Pengaruh Konfusianisme	Loyalitas dan Kesetiaan terhadap Organisasi	Kehormatan terhadap Senioritas dan Usia
4	Inovasi dan Pengembangan Berkelanjutan	Etos Kerja yang Kuat dan Disiplin	Pentingnya Keharmonisan Sosial dan Menghindari Konflik	Loyalitas dan Kesetiaan terhadap Organisasi	Relasi Personal dalam Dunia Kerja.
5	Ketepatan Waktu dan Disiplin	Pentingnya Kualitas dan Ketelitian	Jaringan dan Relasi Pribadi (Guanxi)	Pentingnya Keharmonisan dan Hubungan Antarpribadi	Fleksibilitas dan Adaptasi dalam Pengambilan Keputusan
6	Penghargaan terhadap Kinerja	Pentingnya Komunikasi yang Tidak Terucap	Orientasi pada Pencapaian dan Kerja Keras	Komunikasi Tidak Langsung dan Hormat terhadap Otoritas	Gaya Kepemimpinan yang Ramah dan Familiar
7	Etika Kerja	Fokus pada Pengembangan Jangka Panjang dan Pembelajaran	Peran Keluarga dalam Organisasi	Fokus pada Kinerja dan Keunggulan	Pentingnya Status Sosial dan Keberhasilan Ekonomi
8	Menghargai Keberagaman dan Inklusi	Penghargaan terhadap Tradisi dan Nilai Sosial	Pentingnya Penghargaan dan Imbalan.	Pengembangan Karir dan Pelatihan	Agama dan Nilai-Nilai Spiritual
9	Fleksibilitas	Moralitas dan Etika dalam Bisnis	Fleksibilitas dan Adaptasi terhadap Perubahan	Budaya "Nunchi" (Sensitivitas Sosial)	Sikap Positif terhadap Perubahan dan Inovasi
10	Pendidikan dan pelatihan		Pentingnya Pendidikan dan Pengembangan Profesional	Pengaruh Confucianisme dalam Etika Kerja	Budaya Santai dan Relaks

Berdasarkan tabel, di atas dapat dijelaskan bahwa pertama, Singapura sebagai negara yang berbudaya organisasi yang sangat kolaboratif, terstruktur, dan selalu berorientasi pada hasil, disiplin kerja tinggi, efisiensi, serta penerapan teknologi yang canggih, baik di sektor publik maupun sektor swasta. Keunggulannya mempromosikan budaya inovasi, kolaborasi antar tim, didukung sistem yang jelas dan peraturan ketat untuk menjaga produktivitas dan kinerja tinggi. Kedua, Jepang, budaya organisasi yang kolektif, berorientasi pada kualitas, dan penuh hormat. Budaya Kaizen (perbaikan berkelanjutan) dan Hoshin Kanri (2004) menjelaskan tentang Hoshin Kanri digunakan dalam *Total Quality Management (TQM)* untuk menyelaraskan tujuan perusahaan dengan kegiatan operasional. Kinerja Unggul berkelanjutan (kaizen), efisiensi dan kualitas dilakukan secara konsisten. Kualitas produk dan layanan merupakan prioritas utama, dan ada perhatian mendalam pada setiap detail pekerjaan dan model kepemimpinan yang sangat hierarkis dan dihormati, namun juga mendukung pengambilan keputusan berbasis konsensus. Ketiga, China, budaya organisasi cenderung hierarkis,

penekanan pada kepatuhan dan tanggung jawab sosial, nilai kerja keras, loyalitas dan kesetiaan kepada atasan sangat dihargai. Adanya jaringan/ hubungan sosial yang dibangun untuk menumbuhkan kepercayaan telah memperkuat tingkat kerjasama yang efektif. Penekanan unggulan efisiensi, Tingkat disiplin, dan komitmen terhadap tujuan organisasi yang dikembangkan. Kecepatan eksekusi dan adaptasi terhadap adanya kemajuan teknologi baru dan model kepemimpinan di negara China secara lazim telah berpengaruh besar dan pembuatan keputusan secara otoriter. Keempat, Korea Selatan, memiliki budaya organisasi yang kuat, namun dengan orientasi yang sangat kompetitif berorientasi hasil. Kinerja Unggul sangat berfokus pada inovasi, produktivitas, dan teknologi canggih. Pemimpin di Korea Selatan sangat dihormati, dan ada kejelasan dalam visi dan tujuan organisasi. Kelima, Indonesia, Budaya organisasi lebih bersifat kolektif dan hormat terhadap hierarki, nilai-nilai gotong royong, kerja tim, dan hubungan interpersonal sangat penting, lebih fleksibel dibandingkan keempat negara di atas, kolaborasi dan keharmonisan. Kinerja unggul dan efektif berkinerja tinggi cenderung yang memiliki kepemimpinan yang dapat membangun hubungan baik dan memberikan motivasi positif kepada anggota. Perlu pentingnya manajemen waktu, kompetensi, dan struktur yang jelas. Kepemimpinan yang mampu mengintegrasikan nilai-nilai lokal dengan tujuan organisasi cenderung lebih sukses dalam membangun organisasi yang produktif. Bahwa negara-negara di atas memiliki budaya organisasi yang mendukung produktivitas dan kinerja tinggi, meskipun pendekatan berbeda. Singapura dan Jepang cenderung lebih berfokus pada inovasi, kerjasama tim, dan disiplin, sedangkan China dan Korea Selatan lebih menekankan pada kompetisi, hierarki, dan kerja keras. Sedangkan negara Indonesia, mengutamakan kolaborasi, hubungan interpersonal, dan penghargaan terhadap hierarki, namun masih perlu terus mengembangkan sistem yang lebih terstruktur untuk meningkatkan efisiensi dan kinerja di sektor-sektor tertentu.

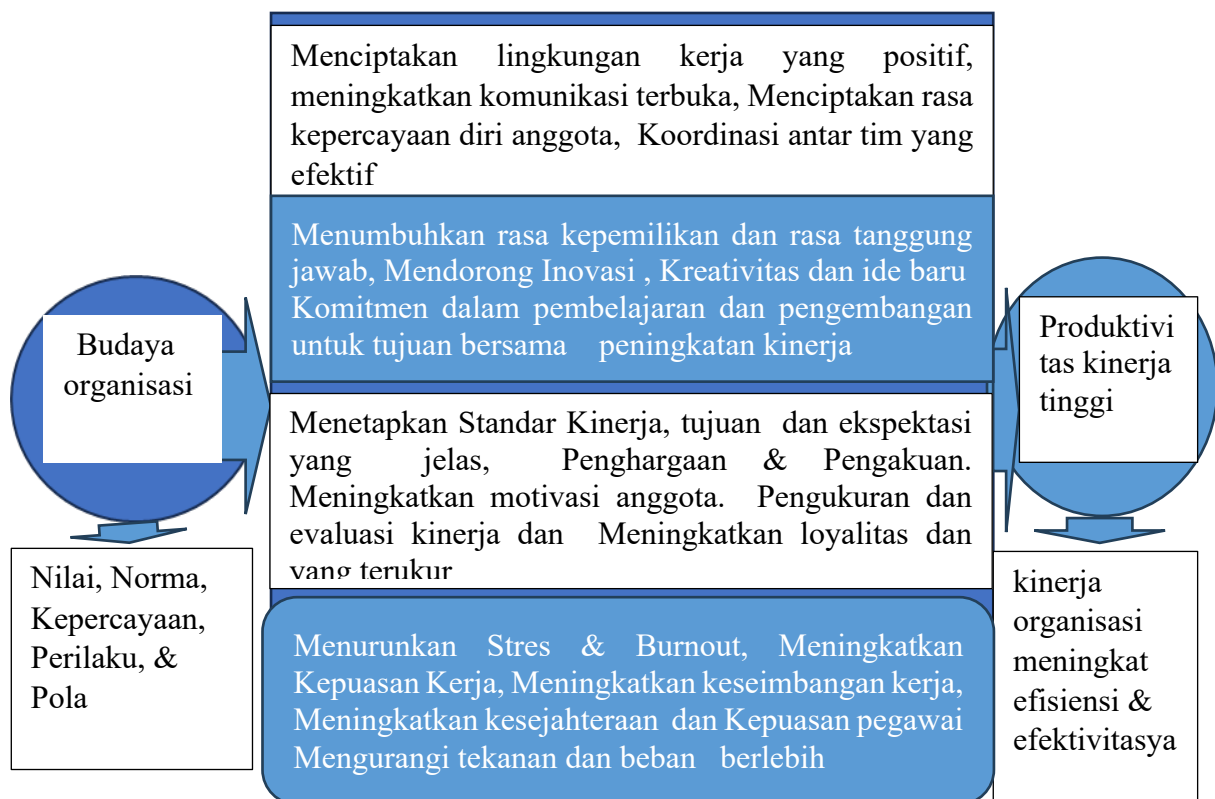
Budaya organisasi yang efektif telah mampu mendukung terwujudnya produktivitas kinerja organisasi yang di dalam praktiknya budaya mendukung nilai-nilai positif, komunikasi yang terbuka, inovasi, kolaborasi, kepemimpinan yang inspiratif, dan kesejahteraan anggota akan menciptakan lingkungan yang kondusif untuk mencapai tujuan organisasi. Menurut Stephen P. Robbins (2015) bahwa budaya organisasi yang konsisten mendukung untuk melakukan kolaborasi, inovasi, dan komunikasi secara terbuka dapat meningkatkan motivasi anggota organisasi sehingga dapat meningkatkan produktivitas dan kinerja organisasi. Menurut Gibson et.al (2018), budaya organisasi unggul sebuah organisasi mempunyai lima karakteristik: pertama, Mempelajari, yakni adanya kultur diperlukan dan diwujudkan dalam belajar, observasi dan pengalaman. Kedua, Saling berbagi, yaitu individu dalam kelompok saling berbagi kultur dan pengalaman. ketiga Transgenerasi, merupakan kumulatif dan melampaui satu tahapan. Keempat, Persepsi, yaitu membentuk perilaku dan struktur bagaimana seseorang dapat menilai dunia. Menurut Jodi Syahmirza dkk (2022), bahwa adanya peran kreativitas dan keterikatan karyawan merupakan aspek kinerja yang terkait dengan budaya organisasi. Bahwa adanya pengaruh budaya organisasi terhadap tingkat produktivitas dan kinerja tinggi telah banyak terjadi dan dilakukan di berbagai macam organisasi. Setiap budaya organisasi yang efektif telah bisa mewujudkan produktivitas dan kinerja tinggi, kepemimpinan yang visioner dan selalu berpikiran maju. Bahwa kepemimpinan yang visioner sebagai unsur pendorong utama untuk pembentukan budaya organisasi yang produktif. Peran sumber daya manusia unggul adalah membentuk budaya organisasi efektif dan berkinerja produktif. Sumber daya manusia (SDM) merupakan salah satu unsur mengembangkan sebuah organisasi hingga menghasilkan budaya organisasi yang efektif dan melahirkan kinerja produktif.

Schein (2018) menyatakan bahwa budaya organisasi yang sehat sangat dipengaruhi oleh pemimpin yang mengarahkan nilai dan pola pikir yang diinginkan, yang kemudian mengarah pada peningkatan kinerja dan produktivitas. Menurut Teddy Sutrisno dkk (2023), dalam perilaku penetapan tujuan mempengaruhi kinerja organisasi Menurut Cameron & Quinn (2011) bahwa model budaya organisasi menunjukkan kepemimpinan yang transformatif di dalam budaya clan (keluarga) dan adhocracy (inovasi) dapat meningkatkan produktivitas dan kinerja, karena anggota merasa dihargai

dan memiliki otonomi dalam proses berkontribusi. Kepemimpinan transformasional mengedepankan inspirasi, motivasi, dan pemberdayaan anggota tim untuk mencapai tujuan yang lebih besar. Menurut Kouzes & Posner (2017) bahwa kehadiran model kepemimpinan yang mampu mengartikulasikan visi secara jelas, menarik, dan konsisten dengan tujuan organisasi semakin meningkatkan keterlibatan anggota dan kinerja tim. Kepemimpinan yang efektif berperan untuk membentuk budaya organisasi berkinerja unggul, melalui visinya mampu menciptakan budaya yang produktif, bagi semua anggota didorong untuk berkontribusi secara maksimal. Kolaborasi yang dilakukan merupakan salah satu elemen penting dalam budaya organisasi yang mendukung produktivitas tinggi. Penelitian oleh Hofstede et al. (2010) menunjukkan bahwa budaya organisasi yang mengutamakan kerja tim dan interaksi yang terbuka antara anggota tim dapat meningkatkan komunikasi, memecahkan masalah secara kolektif, dan menghasilkan keputusan yang lebih baik.

Hal ini, pada gilirannya, menjadi unsur mendorong produktivitas yang lebih tinggi dan operasional yang lebih efektif. Menurut Lencioni (2002), bahwa tim yang memiliki komunikasi yang baik dan berbagi tujuan yang sama dalam suatu budaya organisasi yang sehat melahirkan kinerja yang lebih baik. Anggota organisasi merasakan adanya dorongan untuk lebih termotivasi dalam bekerja bersama, yang berkontribusi pada pencapaian tujuan organisasi. Budaya organisasi yang mendorong inovasi dan melakukan pembelajaran secara berkelanjutan telah terbukti berkontribusi pada proses yang menghasilkan produktivitas kinerja. Menurut Tushman & O'Reilly (2007) bahwa organisasi yang berhasil mengintegrasikan budaya inovasi dengan model pembelajaran yang berkelanjutan menunjukkan tingkat kinerja lebih tinggi jika dibandingkan dengan organisasi yang lebih statis dan tidak mendorong perubahan. Organisasi yang mengadopsi budaya ini mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar, menciptakan produk dan layanan baru, serta memperbaiki proses kerja.

Budaya inovasi yang mendalam telah menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan sangat kreatif, berdampak pada anggota yang diberi kebebasan mengeksplorasi ide-ide baru, sehingga mampu meningkatkan produktivitas.



Gambar 1. Skema Peran Budaya Organisasi dalam Meningkatkan Produktivitas Kinerja

Dari skema di atas dapat dijelaskan bahwa nilai-nilai yang tumbuh dan berkembang sebagai budaya organisasi yang kuat membentuk dasar bagi semua faktor yang berhubungan dengan kinerja dan produktivitas. Menciptakan lingkungan kerja yang mendukung menciptakan atmosfer yang nyaman dan terbuka bagi pegawai untuk berinteraksi dan bekerja. Meningkatkan komunikasi dan koordinasi memastikan bahwa informasi yang dibutuhkan tersebar dengan cepat dan jelas, mendukung efektivitas kerja tim. menumbuhkan rasa kepemilikan dan komitmen memotivasi pegawai untuk merasa lebih terhubung dengan tujuan organisasi, sehingga mereka lebih termotivasi untuk mencapai hasil.

Mendorong inovasi dan kreativitas menciptakan ruang bagi pegawai untuk berpikir lebih kritis dan mencari solusi baru, yang meningkatkan efisiensi. Menetapkan standar kinerja yang jelas memandu pegawai untuk mencapai tujuan yang terukur dan meningkatkan fokus mereka pada pencapaian hasil yang diinginkan. Penghargaan dan pengakuan memberikan dorongan positif bagi pegawai yang berprestasi, meningkatkan motivasi dan keterlibatan.

Menurunkan stres dan Burnout menciptakan keseimbangan kerja dan mengurangi tekanan yang berlebihan, memastikan pegawai tetap sehat dan fokus. Meningkatkan Kepuasan Kerja dengan kesejahteraan yang lebih baik, pegawai akan merasa lebih puas dan lebih produktif. Organisasi yang memberdayakan anggota dengan memberikan otonomi, tanggung jawab, serta memberikan kesempatan untuk berkembang akan memiliki anggota yang lebih terlibat dan termotivasi. (Deci & Ryan, 2000) dalam teori motivasi mereka (*Self-Determination Theory*) pemberdayaan meningkatkan rasa kepemilikan terhadap pekerjaan, yang berujung pada peningkatan produktivitas dan kinerja. Budaya organisasi mempengaruhi kinerja para pegawainya di Indonesia (Sutanto, 2021).

Implementasi nilai etika dan integritas memiliki kontribusi besar terhadap kinerja yang berkelanjutan, pendapat Schneider (2000) menyatakan bahwa organisasi yang menerapkan nilai-nilai etika dalam budaya memiliki kecenderungan meningkatnya kepercayaan, baik di dalam organisasi maupun dengan pelanggan dan pemangku kepentingan, sehingga terciptanya lingkungan lebih stabil dan mendukung kinerja untuk jangka panjang. Dalam penelitian Sweeney & Roberts (2012) membuktikan bahwa organisasi dengan budaya etika yang kuat mempengaruhi kinerja finansial menjadi lebih tinggi, mereka mampu membangun hubungan jangka panjang dengan mitra kerja yang saling menguntungkan. Menurut Kotter & Heskett (1992), bahwa dalam budaya organisasi fleksibel dan adaptif menghadapi perubahan mampu lebih efektif untuk menghadapi tantangan eksternal dan internal serta mampu mempertahankan kinerja yang tinggi.

Berbagai riset dan laporan internasional, baik yang diterbitkan oleh lembaga World Bank, *World Economic Forum* (WEF), OECD (*Organization for Economic Co-operation and Development*), dan IMF (*International Monetary Fund*), dengan menggunakan berbagai indikator untuk mengukur produktivitas ekonomi, efisiensi kerja, serta inovasi dan daya saing negara, dari aspek produktivitas kinerja dengan peringkat yakni negara Singapura, Jepang, China, Korea Selatan, dan Indonesia. Berdasarkan laporan *World Bank*, *World Economic Forum* (WEF), OECD, dan IMF pada tahun 2021, bahwa produktivitas ekonomi, efisiensi kerja, serta inovasi dan daya saing negara-negara ini dan dari indikator-indikator tersebut, digambarkan di bawah ini.

Menurut World Bank (2021), bahwa produktivitas ekonomi, meliputi output per pekerja dan efisiensi alokasi sumber daya, negara Singapura, dan Korea Selatan cenderung menunjukkan kinerja yang sangat baik dalam hal produktivitas, salah satu faktor kinerja tersebut adalah tingkat pendidikan yang tinggi, teknologi, dan investasi infrastruktur. Sedangkan Jepang, produktivitas tinggi, tantangan ada pada populasi yang menua dan ketergantungan pada sektor manufaktur. Korea Selatan, memiliki efisiensi kinerja tinggi dan inovasi kuat, terutama di sektor elektronik dan teknologi informasi. China, tingkat produktivitas lebih rendah dibandingkan dengan negara-negara maju, namun memiliki kemajuan pesat dalam transformasi sektor industri dan digitalisasi. Indonesia, telah berkembang pesat, masih menghadapi tantangan dalam meningkatkan produktivitas kinerja, terkait dengan ketidakmerataan akses pendidikan dan teknologi.

World Economic Forum (WEF) (2021), dalam laporan tahunan *Global Competitiveness Report*, peringkat daya saing negara dengan indikator infrastruktur, inovasi, pendidikan, dan efisiensi pasar tenaga kerja, Singapura memiliki peringkat tinggi dalam daya saing global dengan infrastruktur kelas dunia, sistem pendidikan yang unggul, inovasi dan teknologi bisnis. Jepang, memiliki infrastruktur dan sistem pendidikan unggul, namun menghadapi masalah demografis dan regulasi ketenagakerjaan serta dalam mempertahankan daya saing. Korea Selatan, memiliki kelebihan dalam inovasi dan teknologi, sistem pendidikan dan riset yang berdaya saing tinggi, efisiensi pasar tenaga kerja yang mendukung kinerja ekonomi. China, mengalami perkembangan teknologi dan pasar domestik yang besar dan memiliki posisi kuat dalam daya saing global, meskipun ada tantangan terkait dengan regulasi dan transparansi. Indonesia, mengalami perkembangan, namun menghadapi tantangan dalam daya saing dampak masalah birokrasi, kualitas pendidikan, dan infrastruktur yang masih rendah dibandingkan 4 negara di atas. Menurut OECD (*Organisation for Economic Co-operation and Development*) (2021), menerbitkan data efisiensi kerja dan tingkat produktivitas negara-negara anggotanya. Singapura, Jepang, dan Korea Selatan menduduki peringkat tinggi dalam efisiensi kerja, sedangkan Indonesia masih berada dalam ketertinggalan. Singapura, memiliki manajemen tenaga kerja yang sangat efisien, memanfaatkan teknologi canggih dan pelatihan berkelanjutan. Jepang, efisiensi kerja sangat tinggi, namun menghadapi kekhawatiran mengenai budaya kerja yang berlebihan dan masalah generasi yang menua. Korea Selatan, tingkat partisipasi tinggi dalam angkatan kerja dan efisiensi tinggi. China, masih berjuang untuk menyeimbangkan antara efisiensi dan ketimpangan ekonomi di berbagai wilayah. Indonesia, menghadapi tantangan besar dalam hal efisiensi tenaga kerja, masalah keterampilan dan produktivitas yang lebih rendah di sektor-sektor tradisional.

Menurut IMF, bahwa pertumbuhan ekonomi dan inovasi Negara-negara seperti Singapura, Jepang, dan Korea Selatan terus menunjukkan pertumbuhan yang stabil dengan dorongan inovasi yang kuat. Singapura sebagai pusat inovasi global, sangat kuat dalam pengembangan teknologi dan keuangan digital, memiliki kebijakan yang mendukung pertumbuhan ekonomi berkelanjutan. Jepang, berfokus pada teknologi tinggi, pertumbuhan sedikit melambat akibat tantangan demografis dan pasar tenaga kerja. Negara Korea Selatan, melakukan inovasi dan teknologi yang merupakan pendorong utama pertumbuhan ekonomi yang didukung oleh adanya organisasi-organisasi besar yakni Samsung dan Hyundai yang merupakan capaian keberhasilannya. China, berfokus pada inovasi teknologi dan digitalisasi sebagai pendorong utama pertumbuhannya, dengan tantangan di bidang kebijakan dan transparansi. Indonesia, menuntut untuk meningkatkan inovasi dengan memperkenalkan kebijakan digitalisasi dan reformasi struktural untuk meningkatkan daya saing ekonomi. Singapura, Jepang, dan Korea Selatan cenderung mendominasi indikator-indikator produktivitas, efisiensi kerja, inovasi, dan daya saing berkat kebijakan yang pro-inovasi, sistem pendidikan yang kuat, serta adopsi teknologi yang cepat. China menunjukkan pertumbuhan yang pesat dalam sektor teknologi dan digitalisasi, namun masih menghadapi tantangan dalam beberapa aspek transparansi dan efisiensi. Indonesia berada di posisi yang lebih rendah dalam banyak indikator tersebut, meskipun negara ini menunjukkan kemajuan yang signifikan dalam mengembangkan ekonomi dan memperbaiki daya saingnya, terutama dengan investasi dalam infrastruktur dan digitalisasi. Menurut Farchan, F. (2018), perlunya strategi manajemen sumber daya manusia yang efektif untuk membangun produktivitas kinerja organisasi.

Kesimpulan

Bahwa budaya organisasi berperan yang signifikan terhadap produktivitas kinerja, budaya Organisasi merupakan faktor pendorong yang kuat dan positif, melalui nilai-nilai, norma, dan perilaku dalam organisasi dan meningkatkan komitmen anggotanya. Kondisi yang dibangun melalui komunikasi kolaborasi dan kerja tim cenderung memiliki anggota yang lebih produktif. Pengaruh kepemimpinan mendukung dan memperkuat budaya organisasi positif, seperti memberikan penghargaan dan memberikan kesempatan untuk berkembang, dapat meningkatkan kinerja dan

produktivitas. Budaya dalam organisasi mendukung inovasi dan terjadinya fleksibilitas bagi anggotanya untuk mengembangkan berbagai ide-ide baru, yang pada gilirannya dapat berkontribusi pada peningkatan kinerja organisasi secara keseluruhan.

Implikasi dari penelitian ini yakni bagi manajer dan pimpinan organisasi untuk memperhatikan pengembangan dan pemeliharaan budaya organisasi sehingga mendukung terjadinya kolaborasi, komunikasi efektif, serta inovasi, sehingga perlu pelatihan bagi pemimpin dan anggota agar budaya yang produktif mampu diterapkan secara efektif. Pengembangan budaya berfokus pada nilai-nilai yang positif akan meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Bagi penelitian lanjutan untuk mengidentifikasi hubungan antara budaya organisasi dan produktivitas kinerja, dan perbedaan serta dampaknya.

Daftar Pustaka

- Alharbi, S. H., & Almutairi, A. M. (2021). *The impact of organizational culture on organizational performance: Evidence from Saudi Arabia*. *International Journal of Business and Management*, 16(4), 65-79. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v16n4p65>
- Akao, Y. (2004). *Hoshin Kanri: Policy Deployment for Successful TQM*. Productivity Press.
- Antoni Ludfi Arifin (2021) *Membangun SDM Cendekia Menuju Organisasi Unggul*<http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI>
- Amstrong, Michael. 2010. *Human Resource Management*. United States: Kogan Page Limited.
- Amstrong. (2013). Efektivitas Organisasi. In R. Ahmad, *Analisa Factor-Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas Organisasi* (p. 29). Medan.
- Asia Development Bank* (ADB) (2021): Laporan tahunan tahun 2021 tentang perkembangan ekonomi Asia yang mencakup dampak budaya terhadap sektor produktivitas.
- Abdullah, H. (2017). Peranan Manajemen Sumberdaya Manusia Dalam Organisasi. *Jurnal Warta Edisi*, 51(1), 1829–7463.
- Anna Bos-Nehles dkk (2023) *Examining the Ability, Motivation and Opportunity (AMO) framework in HRM research: Conceptualization, measurement and interactions*The Authors. *International Journal of Management Reviews published by British Academy of Management and John Wiley & Sons Ltd*.
- Ahmad R., (2020). Pengaruh Kepemimpinan Transformasional dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Anggota, *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3 (2), 213-223
- Alhamidi, Abduh E. M., (2022). Peran Kepemimpinan Transformasional dalam meningkatkan,kinerja anggota, *Jurnal Integrasi Sumber Daya Manusia*, 1 (1), 52-62.
- Bagga, S. K., Gera, S., & Haque, S. N. (2022). The mediating role of organizational culture: Transformational leadership and change management in virtual teams, *Asia Pacific Management Review*
- Basha, S. M., & Ibrahim, S. M. (2021). *Cultural dimensions of organizational culture and employee performance in the Middle East: A comparative analysis*. *Journal of Management Development*, 40(5), 500-512. <https://doi.org/10.1108/JMD-12-2020-0359>

- Bappenas. (2019). Strategi peningkatan kualitas sumber daya manusia Indonesia.
- Cameron, K. S., & Quinn, R. E. (2011). *Diagnosing and changing organizational culture: Based on the competing values framework* (3rd ed.). Jossey-Bass.
- Deal, T. E., & Kennedy, A. A. (1982). *Corporate Cultures: The Rites and Rituals of Corporate Life*. Addison-Wesley.
- Farchan, F. (2018). Strategi MSDM Sebuah Cara Menciptakan Kinerja Organisasi Dalam Mencapai Keunggulan Bersaing. *Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 4(1, March), 42–52. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3551998>
- Gulzar, M., & Iqbal, R. (2022). *Organizational innovation, leadership, and performance: Investigating the productivity drivers in Pakistan's public sector*. *International Journal of Public Administration*, 45(8), 665-678. <https://doi.org/10.1080/01900692.2022.2091059>
- Hassan, A., & Shahzad, K. (2022). *The influence of organizational culture and leadership behavior on productivity and performance: A comparative analysis in multinational companies*. *Management Decision*, 60(7), 1234-1249. <https://doi.org/10.1108/MD-05-2021-0574>
- Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations*. Sage Publications.
- Jodi Syahmirza dkk (2022), Peran Kreativitas dan Keterikatan Karyawan Sebagai Pemediasi Pada Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Milenial, **INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia** Volume 05, Nomor 04, September 2022
- Kouzes, J.M., & Posner, B.Z. (2017). *The Leadership Challenge: How to Make Extraordinary Things Happen in Organizations*.
- Kumar, P., & Sharma, A. (2022). *The impact of leadership styles on organizational productivity: A study of Indian manufacturing companies*. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 71(2), 350-367. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-03-2021-0228>
- Li, Y., & Wang, X. (2022). *Exploring the relationship between employee engagement and organizational performance: The moderating role of organizational culture*. *Journal of Organizational Behavior*, 43(3), 529-546. <https://doi.org/10.1002/job.2589>
- Mulyana, D., & Indrawati, L. (2021). *The influence of organizational culture on employee performance: A case study in a government institution*. *Journal of Business and Management Studies*, 6(2), 100-109. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3536422>
- Nguyen, T. T., & Ngo, L. V. (2022). *The relationship between organizational learning and productivity in high-tech industries: Evidence from Vietnam*. *Technological Forecasting and Social Change*, 179, 121652. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121652>
- OECD. (2021). *OECD annual report 2021. Organisation for Economic Co-operation and Development*. <https://www.oecd.org/about/annual-report/>
- Prasetyo, R. S., & Purwanto, P. (2021). *The role of organizational culture in enhancing employee innovation behavior in technology companies*. *Journal of Management and Business Research*, 18(1), 25-37. <https://doi.org/10.18785/jmbr.1801.04>

- Rahman, M. M., & Hossain, M. (2022). *Organizational productivity and its influence on corporate performance in Bangladesh: A case study of the textile industry*. *International Journal of Economics and Business Research*, 23(1), 54-69. <https://doi.org/10.1504/IJEER.2022.115672>
- Robbin & Judge. 2015. *Perilaku Organisasi Edisi ke- 16*. Jakarta, penerbit Salemba Empat
- Schein, Edgar. H. 2017. *Organizational Culture and Leadership, 3rd Edition*. San Francisco : Jossey-Bass
- Rabeh Morrar, Husam Arman, and Saeed Mousa (2017), *The Fourth Industrial Revolution (Industry 4.0): A Social Innovation Perspective*, An-Najah National University.
- Rod Gapp, Ron Fisher, Kaoru Kobayashi, (2008) "Implementing 5S within a Japanese context: an integrated management system", *Management Decision*, Vol. 46 Issue: 4, pp.565-579
- Robbins SP at al, (2006), *Perilaku Organisasi ed 12*, Penerbit Salemba Empat Buku 1 dan 2, Jakarta.
- Robbins, Sthepen P. & Judge, Timothy A. (2017), *Organizational Behaviour seventh edition*, Perason Educated Limited.
- Sari, D. R., & Setiawan, D. (2022). *The role of organizational culture in improving organizational performance and productivity in the service industry*. *Journal of Business Research*, 75, 206-217. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.02.033>
- Schein, E. H. (2010). *Organizational Culture and Leadership* (4th ed.). San Francisco: Jossey-Bass.
- Schein, E. H. (1985). *Organizational Culture and Leadership*. Jossey-Bass.
- Setiawan, I. P., & Gunawan, A. (2022). *Enhancing organizational performance through employee motivation and work culture: A study in Indonesian hospitality industry*. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 48, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.01.002>
- Sari, N. P., & Dwiriani, N. R. (2021). The effect of organizational culture on employee performance with job satisfaction as a mediator. *International Journal of Contemporary Research and Review*, 12(7), 23868-23874. <https://doi.org/10.15520/ijcrr.v12i07.3369>
- Sutanto, E. M., & Widyanti, S. (2021). *Organizational culture and its impact on employee performance in Indonesian SMEs*. *Asian Journal of Economics, Business, and Accounting*, 21(2), 42-57. <https://doi.org/10.9734/ajeba/2021/v21i230352>
- Setyadi, A., & Purwanto, Y. (2021). The effect of organizational culture on employee motivation and performance: A study in manufacturing companies in Indonesia. *Journal of Economics and Business Studies*, 10(3), 201-214. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3714380>
- Tushman, M. L., & O'Reilly, C. A. (2007). Organizational ambidexterity: Past, present, and future. *Academy of Management Perspectives*, 21(4), 15-29. <https://doi.org/10.5465/amp.2007.27619803>
- Teddy Sutrisno dkk (2023), *Pengaruh Goal Setting Dan Self-Efficacy Terhadap Kinerja Pegawai* **INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia** Volume 7, Nomor 1, Tahun 2023
- Tan, S. L., & Muthusamy, M. (2021). *Organizational culture and its impact on organizational effectiveness in the Malaysian service sector*. *International Journal of Public Administration*, 44(5), 391-401. <https://doi.org/10.1080/01900692.2021.1880596>

RA Kadarmanta

- Wijaya, A. A. G., & Nugraha, P. A. (2021). *Exploring the relationship between organizational culture, employee commitment, and organizational performance in retail industry*. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 7(6), 1-9. <https://doi.org/10.18775/ijmsba.1849-5664-5419.2014.76.1001>
- Wahyuni, S., & Mahardika, A. P. (2022). *Factors affecting organizational performance and productivity in public sector organizations: A case study*. *Public Administration Research*, 11(1), 10-22. <https://doi.org/10.5539/par.v11n1p10>
- World Bank (2021): Laporan tahun 2021 yang menilai kontribusi inovasi dan kebijakan terhadap ekonomi dan produktivitas di kawasan Asia.
- Zhao, X., & Liu, Z. (2022). *Impact of work environment on organizational performance and productivity: Evidence from the Chinese manufacturing sector*. *Asian Journal of Business and Management*, 10(2), 12-27. <https://doi.org/10.53567/ajbm.v10i2.5226>
- Zhang, Z., & Lee, J. (2021). *Exploring the relationship between organizational culture, leadership styles, and organizational effectiveness: Evidence from China*. *Asia Pacific Journal of Management*, 38(4), 893-919. <https://doi.org/10.1007/s10490-020-09787-9>

Supplier Selection Using Fuzzy Analytical Hierarchy Process (FAHP) Method At PT. Gizitatapangan Sejahtera

Clarissa Angelina

Parahyangan Catholic University, Bandung

Katlea Fitriani *

Parahyangan Catholic University, Bandung

Yeremias Budi Irawan

Parahyangan Catholic University, Bandung

* *katleafitriani@unpar.ac.id*

Abstract

The increasing demand for reliable supplier evaluation amidst economic recovery drives the need for an efficient decision-making process at PT. Gizitatapangan Sejahtera, particularly after operational disruptions during the pandemic. This study aims to identify critical criteria and prioritize suppliers for strategic collaboration using the Fuzzy Analytical Hierarchy Process (FAHP) method. Unlike traditional AHP, FAHP incorporates uncertainty in decision-making, providing a more robust evaluation framework. The research employed a mixed-method approach, combining interviews with company stakeholders and secondary data analysis. Six criteria—Quality, Cost, Delivery, Service, Long-term Relationship, and Flexibility—were evaluated through pairwise comparisons and transformed into fuzzy numbers. Results indicate Quality (0.358) and Cost (0.305) as the top priorities, with Supplier D emerging as the best choice, followed by Suppliers C, B, and A. Supplier D demonstrated superior performance in cost-effectiveness while maintaining quality standards, though its long-distance logistics posed challenges. This study underscores the importance of systematic supplier selection and provides actionable insights to enhance procurement strategies.

Keyword: Supplier Selection; Supply Chain Management; Fuzzy Model; AHP

Introduction

The spirit of this economic boom also occurs in people's purchasing power. According to business people, market desires in Bandung City change very quickly, and even the current trends in Bandung City last only a short time. This can be seen from the high level of competition and the rapid changes in Bandung City, requiring business owners to continuously create innovations in order to survive in the service industry, especially culinary (Fitriani & Satyarini, 2023). This has a direct impact on company demand, which also decreases drastically. As a result, many people are in danger. PT. Gizitatapangan Sejahtera (Gizitas) is an industrial manufacturing company founded in the city of Bandung in 1991. The company focuses on its main products, namely chocolate and wafer cones. In 2020, the Gizitas company experienced a decline in sales, even experiencing a loss. As a result, companies have to reduce company operational costs by reducing production and reducing the number of employees. The decrease in production quantities has an impact on the frequency of purchasing from suppliers which also decreases, so that the company is forced to change its relationship with several new suppliers. However, in 2021, as the economy improves, PT Gizitatapangan Sejahtera again increased sales as in previous years. The high level of condolence for the company to resume

production. Therefore, currently, PT Gizitatapangan Sejahtera needs additional suppliers because the company's needs are not being met and demand is quite high.

There are many raw materials used in PT's production. Gizitatapangan Sejahtera. These raw materials include sugar, cocoa powder, wheat flour, tapioca flour, rice crispy, synthetic flavors, and soy lecithin. These materials have a big influence on the continuity of production. One supplier and another have different characteristics, so companies also need to treat each supplier according to their respective characteristics. In this research, the author classifies the company's suppliers PT. Gizitatapangan Sejahtera is based on their respective positions and strengths which are described through the Kraljic matrix. Based on the Kraljic matrix, raw materials are used which are included in Strategic Items, namely cocoa powder. This is because the need for cocoa powder is very large, but the availability of suppliers still needs to be improved.

Supplier selection is one of the important activities in a company. This is because suppliers are the main component in logistics and production management (Viarani & Zadry, 2015). Therefore, choosing the right supplier involves more than simply comparing price lists; the choice will depend on a variety of factors, both quantitative and qualitative. Apart from that, supplier selection also involves several criteria. Decision-makers need to choose appropriate and systematic methods to evaluate alternative suppliers. A formal process that can be used to develop decision problems with many criteria is the Multi-Criteria Decision Making (MCDM) approach (Yadav & Sharma, 2015). This method can be classified into an individual approach and an integrated approach. The personal approach uses DEA, mathematical programming, AHP, case-based reasoning, fuzzy decision-making, genetic algorithms, ANP, and SMART (Ho et al., 2010). An integrated approach uses more than one technique, such as integrated AHP and DEA, integrated fuzzy and AHP, integrated AHP and objective programming, and others.

Analytical Hierarchy Process (AHP) is a multi-criteria decision-making model that can help human thinking patterns, where logical factors, experience, knowledge, emotions, and feelings are optimized in a systematic process. With this method, it is hoped that it can help in making decisions based on a priority scale. The AHP approach is used to structure problems into hierarchies. However, according to (Yadav & Sharma, 2015), AHP is considered not good at dealing with possible perceptual uncertainty and ambiguity. To cover the shortcomings of AHP, the Fuzzy Analytical Hierarchy Process (FAHP) method is used. This method changes the AHP scale into a fuzzy number or Triangular Fuzzy Number (TFN) which helps reduce uncertainty in assessing due to limited knowledge or subjectivity of assessment. The Fuzzy Analytical Hierarchy Process (FAHP) method was first introduced by Chang (1996) and is a direct extension of the AHP method created by Thomas L. Saaty, which consists of matrix elements represented by fuzzy numbers. (Doaly et al., 2019) state that the Fuzzy AHP method can minimize the uncertainty in decision descriptions resulting from conventional AHP methods.

In this research, one method is used to select suppliers that are included in the Multi-Criteria Decision-making (MCDM), namely the Fuzzy Analytical Hierarchy Process (FAHP). FAHP is an approach that developed from the AHP method. Fuzzy AHP is considered better than AHP in describing decisions with higher uncertainty or are vague. This is because Fuzzy AHP takes into account the uncertainty of human opinion mapping. It is hoped that this research can help manufacturing companies, especially PT. Gizitatapangan Sejahtera can know the criteria that need to be taken into account when selecting suppliers, the conditions for each supplier in fulfilling each criterion, and the best suppliers to collaborate with.

Literature Review

In the supply chain, a multi-vendor sourcing strategy is one of the company's choices to reduce the risk of supply delays. This strategy involves using more than one supplier to ensure the company's needs are met, although it can potentially increase operational costs (Costantino & Pellegrino 2010), 2010). This study discusses the concept of supplier selection for multi-vendors by considering several variables following the theoretical framework in Figure 1.

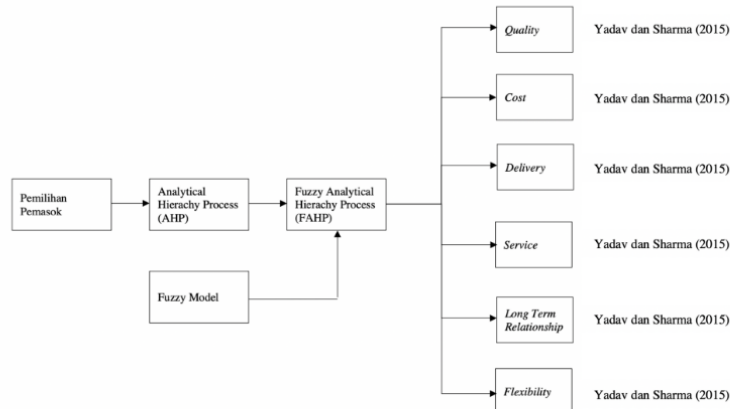


Figure 1. Theoretical Framework This Research
(Reference: Yadav & Sharma, 2015)

Figure 1 shows an overview of how theoretical thinking. The supplier selection process requires a systematic approach that considers various quantitative and qualitative criteria. The Multi-Criteria Decision Making (MCDM) approach is used to help evaluate alternative suppliers based on a structured hierarchy of criteria (Yadav & Sharma, 2015). One popular method in MCDM is the Analytical Hierarchy Process (AHP). This method allows decision-making by prioritizing based on various criteria that have been identified (Saaty, 1990). However, AHP has limitations in dealing with uncertainty, especially those arising from the subjectivity of the assessment. To overcome this, the Fuzzy Analytical Hierarchy Process (FAHP) method was developed. FAHP uses fuzzy numbers to reduce ambiguity and increase the objectivity of the evaluation process (Chang, 1996)

Supplier evaluation is often based on key criteria that include quality, cost, delivery, service, long-term relationships, and flexibility. Quality refers to the supplier's ability to produce products that meet predetermined standards. Cost includes the price of raw materials and the financial efficiency offered by the supplier. Delivery emphasizes the timeliness and quantity of goods according to the company's request. Service, including technical support and information, is a significant added value in the supplier's relationship with the company. A good long-term relationship, based on trust and partnership, is also an important factor in the sustainability of cooperation. Finally, flexibility measures the supplier's ability to deal with changing company needs (Yadav & Sharma, 2015).

This research refers to important criteria in selecting suppliers, according to Yadav and Sharma (2015), including Quality, Cost, Delivery, Service, Long-term Relationship, and Flexibility:

a. Quality

Quality criteria are the supplier's ability to produce quality products. Product quality has an impact on consumer loyalty as a result of consumer satisfaction. Good quality products must meet minimum standards and customer requirements and perform efficiently, consistently, and satisfactorily. Customers may reject poor quality products or defective products, so customer rejection and defect rate are also measures of quality. So the quality of a product can be determined by the criteria of meeting minimum standards and requirements, reliability, consumer rejection, and defect rate.

b. Cost

Raw material costs are one of the important criteria that companies always consider when choosing suppliers. This criterion includes all factors related to finance, namely the price of materials, which is also associated with quantity and discounts. In the Cost criteria, the sub-criteria are low prices, discounts given, and shipping costs.

c. Delivery

This criterion looks at suppliers in terms of delivery services, both in terms of timeliness of delivery and accuracy in the quantity of goods ordered. Suppliers must meet the criteria on time and in the right quantity so as not to affect the company's production process. In addition, good packaging is very important to protect goods from theft and damage. Thus, the Delivery criteria have sub-criteria for on-time delivery, good packaging for delivery, and lead time for order fulfillment.

d. Service

Services not only provide a competitive advantage but also make a significant contribution to generating profits. After-sales, service makes customers satisfied and influences customer purchasing intentions. Services provided by suppliers can be evaluated based on the sub-criteria of technical support, information sharing, guarantees, and claims policies and capabilities.

e. Long-term Relationship

This criterion relates to the long-term relationship between the supplier and the company. The relationship between suppliers and companies will have an impact on sub-criteria pertaining to honesty, reputation, trust and partnership, and ease of communication.

f. Flexibility

can be defined as the ability of a system to adapt to changes that occur and maintain satisfactory performance. Flexibility measures the supplier's ability to meet changes in quantity and variety requirements required by the company. Apart from that, the sub-criteria of this criterion also includes the company's way of handling conflicts and product development time.

Previous research has shown the superiority of FAHP in dealing with uncertainty compared to AHP. (Norhikmah et al., 2013). stated that FAHP is more effective in describing complex and ambiguous decisions. In addition, (Yadav & Sharma, 2015) found that quality criteria are the main priority factors in supplier selection, followed by other criteria such as delivery and cost. With these advantages, FAHP becomes a relevant approach to improving the effectiveness of the supplier selection process.

Research Method

The research method used in this study is a descriptive method to assess suppliers that are used as suggestions to the company regarding supplier needs. This study uses two types of data sources: primary and secondary. Primary data sources are obtained directly from interviews with the company to get information about the difficulties or problems faced by PT. Gizitatapangan Sejahtera with its suppliers, company profiles, and the order of priority comparison between criteria. Secondary data are obtained from literature studies and reviews to get information about problem formulation and data processing using the Fuzzy Analytical Hierarchy Process (FAHP) method and to obtain criteria adapted to the company to carry out supplier assessments.

The FAHP method uses a fuzzy ratio called Triangular Fuzzy Number (TFN) and is used in the fuzzification process. TFN consists of three membership functions, namely the lowest value (l),

the middle value (m), and the highest value (u). Triangular Fuzzy Number (TFN) is a fuzzy set used in subjective assessments or measurements.

Table 1. Triangular Fuzzy Number Scale

AHP Scale	Linguistic variables	Triangular Fuzzy Number (TFN)	Reciprocal
1	Just equal (Both elements are equally important)	(1,1,1)	(1,1,1)
2	Intermediate	(1/2, 1, 3/2)	(2/3, 1, 2)
3	Moderately Important (One element is quite important than the others)	(1, 3/2, 2)	(1/2, 2/3, 1)
4	Intermediate	(3/2, 2, 5/2)	(2/5, 1/2, 2/3)
5	Strongly Important (One element is more important than the others)	(2, 5/2, 3)	(1/3, 2/5, 1/2)
6	Intermediate	(5/2, 3, 7/2)	(2/7, 1/3, 2/5)
7	Very Strong (One element is stronger in importance than the others)	(3, 7/2, 4)	(1/4, 2/7, 1/3)
8	Intermediate	(7/2, 4, 9/2)	(2/9, 1/4, 2/7)
9	Extremely Strong (One element is absolutely more important than the others)	(4, 9/2, 9/2)	(2/9, 2/9, 1/4)

(Reference: Hatta et al., 2015)

The following are the steps of the FAHP method (Talangkas & Pulansari, 2021):

1. Carrying out the Analytical Hierarchy Process (AHP) method procedure
2. Convert the weighting results into fuzzy numbers using the Triangular Fuzzy scale as in Table 2.2.
3. Calculating the Fuzzy Synthetic Extent (Si) value
4. Determining Vector Value (V)
5. Determining the defuzzification ordinate value / Fuzzy Number (d')
6. Normalizing the fuzzy vector weights (W).

Result And Discussion

Comparison Matrix Between Criteria using the AHP Method

Comparisons between criteria on the AHP scale were obtained through interviews with PT. Gizitatapangan Sejahtera. By referring to Table 3, attached are the comparison results between the requirements for PT. Gizitatapangan Sejahtera.

Table 2. Comparison Table Between Criteria with AHP Scale

Criteria	Quality	Cost	Delivery	Service	Relationship	Flexibility
Quality	1	2	3	6	5	7
Cost	1/2	1	2	5	4	6
Delivery	1/3	1/2	1	2	3	4

Clarissa Angelina, Katlea Fitriani, Yeremias Budi Irawan

<i>Service</i>	1/6	1/5	1/2	1	2	3
<i>Relationship</i>	1/5	1/4	1/3	1/2	1	3
<i>Flexibility</i>	1/7	1/6	1/4	1/3	1/3	1

(Reference: Processed by the author, 2023).

A comparison between the criteria and the AHP scale in Table 2 has calculated the consistency and obtained a CR value of 0.044. This number is less than 0.1, so the pairwise comparison matrix in Table 4.1 is considered consistent and can be used and transformed into a TFN scale to calculate the order of criteria for PT. Gizitatapangan Sejahtera.

Transformation of AHP Scale Comparison Matrix into TFN Scale

Table 3. Comparison Between Criteria in the TFN Scale

Criteria	<i>Quality</i>			<i>Cost</i>			<i>Delivery</i>			<i>Service</i>			<i>Long-term Relationship</i>			<i>Flexibility</i>		
	<i>l</i>	<i>m</i>	<i>n</i>	<i>l</i>	<i>m</i>	<i>n</i>	<i>l</i>	<i>m</i>	<i>n</i>	<i>l</i>	<i>m</i>	<i>n</i>	<i>l</i>	<i>m</i>	<i>n</i>	<i>l</i>	<i>m</i>	<i>n</i>
<i>Quality</i>	1	1	1	0.50	1	1.50	1	1.50	2	2.50	3	3.50	2	2.50	3	3	3.50	4
<i>Cost</i>	0.67	1	2	1	1	1	0.50	1	1.50	2	2.50	3	1.50	2	2.50	2.50	3	3.50
<i>Delivery</i>	0.50	0.67	1	0.67	1	2	1	1	1	0.50	1	1.50	1	1.50	2	1.50	2	2.50
<i>Service</i>	0.29	0.33	0.40	0.33	0.40	0.50	0.67	1	2	1	1	1	0.50	1	1.50	1	1.50	2
<i>Relationship</i>	0.33	0.40	0.50	0.40	0.50	0.67	0.50	0.67	1	0.67	1	2	1	1	1	1	1.50	2
<i>Flexibility</i>	0.25	0.29	0.33	0.29	0.33	0.40	0.40	0.50	0.67	0.50	0.67	1	0.50	0.67	1	1	1	1

(Reference: Processed by the author, 2023).

The AHP scale converted to a TFN scale will then be processed to calculate the Fuzzy synthesis value for each criterion.

Calculating Fuzzy Synthesis Values for Each Criteria

To obtain fuzzy synthesis values, several steps are carried out. The first step is done by adding each TFN for all criteria. Table 5 shows the summation obtained from Table 4

Table 4. Triangular Fuzzy Number

Clarissa Angelina, Katlea Fitriani, Yeremias Budi Irawan

	<i>l</i>	<i>m</i>	<i>u</i>
Quality	10.00	12.50	15.00
Cost	8.17	10.50	13.50
Delivery	5.17	7.17	10.00
Service	3.79	5.23	7.40
Relationship	3.90	5.07	7.17
Flexibility	2.94	3.45	4.40
Total	33.95	43.92	57.47

(Reference: Processed by the author, 2023).

Calculating Fuzzy Synthesis Values for Each Criteria

To calculate the degree of membership, a Fuzzy Synthesis Value is needed, which will be used to obtain the Vector Value (V). The results of calculating the Fuzzy Synthesis Value are attached in Table 6.

Table 6. Synthetic Fuzzy Number

	<i>l</i>	<i>m</i>	<i>u</i>
Quality	0.17	0.28	0.44
Cost	0.14	0.24	0.40
Delivery	0.09	0.16	0.29
Service	0.07	0.12	0.22
Relationship	0.07	0.12	0.21
Flexibility	0.05	0.08	0.13

(Reference: Processed by the author, 2023).

Calculating Vector Values (V) and Defuzzification Ordinate Values (d')

Calculation of Vector Values and Defuzzification Ordinate Values are calculated referring to equation 4.1 and take the smallest number from the comparison results. Please note that VQ symbolizes Quality criteria, VC symbolizes cost criteria, VD symbolizes delivery criteria, VS symbolizes service criteria, VR symbolizes Long-term Relationship criteria, and VF symbolizes Flexibility criteria.

Table 7. Recapitulation of vector values (V) and defuzzification ordinate values (d') between criteria

<i>Quality</i>	<i>Cost</i>		<i>Delivery</i>		<i>Service</i>		<i>Long-Term Relationship</i>		<i>Flexibility</i>		
$VQ \geq (VC, VD, VS, VR, VF)$	$VC \geq (VQ, VD, VS, VR, VF)$		$VD \geq (VQ, VC, VS, VR, VF)$		$VS \geq (VQ, VC, VD, VR, VF)$		$VR \geq (VQ, VC, VD, VS, VF)$		$VF \geq (VQ, VC, VD, VS, VR)$		
$VQ \geq VC$	1	$VC \geq VQ$ 0.852	$VD \geq VQ$ 0.5	$VS \geq VQ$ 0.238	$VR \geq VQ$ 0.2	$VF \geq VQ$ 0					
$VQ \geq VD$	1	$VC \geq VD$ 1	$VD \geq VC$ 0.652	$VS \geq VC$ 0.4	$VR \geq VC$ 0.368	$VF \geq VC$ 0					
$VQ \geq VS$	1	$VC \geq VS$ 1	$VD \geq VS$ 1	$VS \geq VD$ 0.765	$VR \geq VD$ 0.75	$VF \geq VD$ 0.333					
$VQ \geq VR$	1	$VC \geq VR$ 1	$VD \geq VR$ 1	$VS \geq VR$ 1	$VR \geq VS$ 1	$VF \geq VS$ 0.6					
$VQ \geq VF$	1	$VC \geq VF$ 1	$VD \geq VF$ 1	$VS \geq VF$ 1	$VR \geq VF$ 1	$VF \geq VR$ 0.6					

(Reference: Processed by the author, 2023).

From the table 7, we get the smallest value, which is the vector weight value of the Quality Criteria, which is 1, Cost Criteria is 0.852, Delivery Criteria is 0.5, Service Criteria is 0.238, Long-term Relationship Criteria is 0, 2, and the Flexibility Criteria is 0.

Normalization of Fuzzy Vector Weight Values

The normalization value is obtained by dividing each component's defuzzification ordinate value by the total sum of the defuzzification ordinate values of all criteria. The normalization results for each criterion are presented in Table 8.

Table 8. Criteria Weight Value

	<i>Quality</i>	<i>Cost</i>	<i>Delivery</i>	<i>Service</i>	<i>Long-Term Relationship</i>	<i>Flexibility</i>	Total
W'	1	0.852	0.5	0.238	0.2	0	2.79
W	0.358	0.305	0.179	0.085	0.072	0.000	1

(Reference: Processed by the author, 2023).

Based on the calculations table 8, it can be interpreted that Quality, Cost, Delivery, Service, and Long-term Relationships influence PT. Gizitapangan Sejahtera in selecting suppliers. Quality criteria are the first criterion with a value of 0.358. Then followed by the Cost criteria with a value of 0.305, Delivery criteria with a value of 0.179, Service criteria with a value of 0.085, and Relationship criteria with a value of 0.72. Meanwhile, the Flexibility criterion is not important in selecting suppliers

for PT. Gizitatapangan Sejahtera because it has a weight value of 0. According to PT. Gizitatapangan Sejahtera, the Flexibility criterion is considered unimportant because cocoa powder is a commodity item, so the variety of raw materials required by the company does not change and the company does not require fast product development time by suppliers. Apart from that, quantity fulfillment tends to be constant, and there is only a spike in demand during the High Season, so it has to be prepared beforehand. Therefore, the company and its suppliers never experience conflicts regarding fulfilling the quantity or variety of raw materials. The same steps are taken to determine the order of suppliers based on each criterion so that the results of calculating the weights of criteria and suppliers are obtained as follows.

Table 9. Criteria and Supplier Weight Calculation Results

Criteria	Weight Results	Supplier							
		A		B		C		D	
		Weight Results	Supplier Global Weights	Weight Results	Supplier Global Weights	Weight Results	Supplier Global Weights	Weight Results	Supplier Global Weights
<i>Quality</i>	0.358	0.250	0.090	0.250	0.090	0.250	0.090	0.25	0.090
<i>Cost</i>	0.305	0.030	0.009	0.213	0.065	0.277	0.085	0.480	0.147
<i>Delivery</i>	0.179	0.138	0.025	0.100	0.018	0.413	0.074	0.350	0.063
<i>Service</i>	0.085	0.000	0.000	0.500	0.043	0.000	0.000	0.500	0.043
<i>Relationship</i>	0.072	0.225	0.016	0.355	0.025	0.139	0.010	0.282	0.020
<i>Flexibility</i>	0.000	0.000	0.000	0.417	0.000	0.000	0.000	0.583	0.000
Skor Total		0.140		0.241		0.258		0.362	

(Reference: Processed by the author, 2023).

After calculating the Supplier Global Weights, the final score was obtained from the PT supplier. Gizitatapangan Sejahtera. Based on Table 9, it is found that the highest score was obtained by Supplier D with a score of 0.362, followed by Supplier C with a score of 0.258, Supplier B with a score of 0.241, and Supplier A with a score of 0.140. It can be concluded that Supplier D has the best performance based on consideration of all aspects of the criteria. The criterion with the highest priority is the Quality criterion. However, all suppliers have the same Quality criteria weight value because cocoa powder is a commodity item, so all suppliers comply with the standards required by the company. Moreover, supplier D excels on the Cost criterion and the Cost criterion is the criterion that occupies the second most important position after the Quality criterion. Even though supplier D can provide a low price because the cocoa powder produced is not 100% from cocoa beans but is a mixture of other ingredients, supplier D is still able to provide the same quality compared to other suppliers. Apart from that, even though Supplier D is located outside the city, namely Garut City, the Supplier can provide raw material prices that are up to half the price compared to other Supplier, even though there are more

shipping costs than Supplier C in Bandung, supplier D is still superior with the lowest price. So, PT. Gizitatapangan Sejahtera collaborates with Supplier D. However; Supplier D has a greater risk during delivery because the delivery is made from outside the city. Therefore, companies can also consider selecting supplier C because supplier C has a lower risk of damaged goods during delivery.

Conclusion

Based on the results and discussion in the previous chapter, the researcher concluded that the criteria were considered when selecting PT suppliers. Gizitatapangan Sejahtera is sorted according to weight: Quality, Cost, Delivery, Service, Long-term Relationship, and Flexibility. Quality criteria are the most important criteria for companies in selecting suppliers with a weight of 0.358. The better the product quality, the higher the level of the purchasing decision process (Bagus & Tjahjaningsih, 2021). Then followed by the Cost criterion in the second position with a weight of 0.305, the Delivery criterion in the third position with a weight of 0.179, the Service criterion in the fourth position with a weight of 0.085, the Long-term Relationship criterion in the fifth position with a weight of 0.072. The Flexibility criterion is a criterion with a weight value of 0, so this criterion is considered not important for PT. Gizitatapangan Sejahtera in selecting suppliers. The results of the calculation in order of suppliers for each criterion showed that all suppliers had the same weight value for the quality criteria. In fulfilling the Cost criteria, supplier D is superior to other suppliers. In fulfilling Delivery criteria, supplier C is superior to other suppliers. In fulfilling the Service criteria, supplier B and supplier D are superior to supplier A and supplier C. In fulfilling the Long-term Relationship criteria, supplier B is superior to the other suppliers. Meanwhile, in fulfilling the Flexibility criteria, supplier B and supplier D are superior to supplier A and supplier C. In addition, the calculation results in the order of suppliers show that PT. Gizitatapangan Sejahtera collaborates with supplier D with a weight of 0.362. Then the second supplier to fulfill each criterion is Supplier C with a weight of 0.258, the third is Supplier B with a weight of 0.241, and the last order is Supplier 0.140.

Based on interviews, processing results, and data interpretation, the author provides suggestions to PT. Gizitatapangan Sejahtera so that companies always ensure suppliers have a Certificate of Analysis (COA) for every shipment of raw materials, considering that Quality criteria are the most important criteria for the company. In this way, companies can reduce the risk of goods arriving not meeting standards which could hamper the production process. Apart from that, the company also needs to remember that supplier D is a supplier that has just collaborated with the company, so the shortcomings of supplier D still need to be clearly visible. Therefore, PT. Gizitatapangan Sejahtera also needs to establish good cooperative relationships with other suppliers, such as suppliers A, B, and C, so that they still have backup suppliers if undesirable things happen from supplier D. The last suggestion that the author can convey to the company is regarding the criteria Flexibility. Flexibility criteria are not considered in selecting PT suppliers. Gizitatapangan Sejahtera. However, this criterion should be addressed and should also be taken into consideration when choosing suppliers because the company may receive emergency requests, especially now that the company also exports abroad. By considering the Flexibility criteria, it is hoped to reduce the risk of suppliers being unable to meet sudden company needs due to limited availability of goods.

References

Bagus, Y., & Tjahjaningsih, E. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, GAYA HIDUP, DAN PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA LIPAT DI KOTA SEMARANG. *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 361–374. <https://iprice.co.id/>

- Chang, D. Y. (1996). Applications of the extent analysis method on fuzzy AHP. *European Journal of Operational Research*, 95(3), 649–655. [https://doi.org/10.1016/0377-2217\(95\)00300-2](https://doi.org/10.1016/0377-2217(95)00300-2)
- Costantino, N., & Pellegrino, R. (2010). Choosing between single and multiple sourcing based on supplier default risk: A real options approach. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 16(1), 27–40. <https://doi.org/10.1016/J.PURSUP.2009.08.001>
- Doaly, C. O., Moengin, P., & Chandiawan, G. (2019). Pemilihan Multi-Kriteria Pemasok Department Store Menggunakan Metode Fuzzy Ahp Dan Topsis. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 7(1).
- Fitriani, K., & Satyarini, R. (2023). Sumber Inovasi Industri Kuliner di Bandung: Dari mana datangnya inovasi? *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 6(3), 343–349.
- Hatta, H. R., Agus, F., & Munawwarah, T. (2015). Analytical hierarchy process for land suitability analysis. *2014 1st International Conference on Information Technology, Computer, and Electrical Engineering: Green Technology and Its Applications for a Better Future, ICITACEE 2014 - Proceedings*, 129–132. <https://doi.org/10.1109/ICITACEE.2014.7065728>
- Ho, W., Xu, X., & Dey, P. K. (2010). Multi-criteria decision making approaches for supplier evaluation and selection: A literature review. *European Journal of Operational Research*, 202(1), 16–24. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2009.05.009>
- Norhikmah, R. H., Rumini, & Henderi. (2013). Metode Fuzzy AHP dalam penerapan sistem pendukung keputusan. *Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Multimedia*.
- Saaty, T. L. (1990). How to make a decision: The analytic hierarchy process. *European Journal of Operational Research*, 48(1), 9–26. [https://doi.org/10.1016/0377-2217\(90\)90057-I](https://doi.org/10.1016/0377-2217(90)90057-I)
- Talangkas, S. P. T., & Pulansari, F. (2021). Pemilihan Supplier Semen Pada Cv. Rizki Jaya Abadi Di Kabupaten Mojokerto Menggunakan Metode Fuzzy AHP (Analytical Hierarchy Process). *Tekmapro J. Ind. Eng. Manag*, 16(2), 72–83.
- Viarani, S. O., & Zadry, H. R. (2015). ANALISIS PEMILIHAN PEMASOK DENGAN METODE ANALITYCALHIERARCHYPROCESS DI PROYEK INDARUNG VI PT SEMEN PADANG. *OPTIMASI SISTEM INDUSTRI*, 14(1), 55–70.
- Yadav, R., & Sharma, S. K. (2015). Multi-criteria decision making for supplier selection using fuzzy AHP approach. Benchmarking. *An International Journal*, 22(6), 1158–1174.

Selamat dan Sukses

**Atas peraian gelar Doktor kepada seluruh
Co-Founder / Pendiri Forum INOBIS Inovasi Bisnis Manajemen,
11 mahasiswa angkatan 2016 dari Program Studi S3 Ilmu Manajemen,
FEB Universitas Brawijaya**

Semoga dengan peraian gelar Doktor, ilmu yang dimiliki akan bermanfaat bagi Nusa dan Bangsa, serta berkontribusi untuk kemajuan keilmuan di Indonesia.



11 Co-Founder / Pendiri Forum INOBIS (kiri ke kanan):

Dr. Murtianingsih, S.E., M.M. | Dr. Tifa Noer Amelia, S.E., M.Acc. | Dr. Fani Firmansyah, S.E., M.M.
Dr. Ronny Malavia Mardani, S.E., M.M. | Dr. Utik Bidayati, S.E., M.M. | Dr. Andhy Setyawan, S.Si., M.Sc.
Dr. T. Aria Auliandri, S.E., M.Sc. | Dr. Aditya Budi K., S.T.P., M.B.A. | Dr. Muhammad Sabir Mustafa, S.E., M.Si.
Dr. Syaifuddin Fahmi, S.Sos., S.E., M.M. | Dr. Moh. Agus Salim Monoarfa, S.E., M.M.



**ALAMAT
REDAKSI**

Pengurus Forum Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia
Jl. Gajayana 539, Malang
Website = <http://www.inobis.org/>
E-mail = inobis.info@gmail.com

