

# ACCOUNTING AND MANAGEMENT JOURNAL

ANALISIS DETERMINAN AUDIT REPORT LAG PADA PERUSAHAAN PERBANKAN DI INDONESIA

**Yohanes Mario Pratama**

UNLOCKING E-BANKING BEHAVIOR: UNRAVELING THE IMPACT OF PERCEIVED THREAT AND ANXIETY ON COPING STRATEGIES IN KEBUMEN DISTRICT

**Arya Samudra Mahardhika**

PENGARUH INFLASI, SUKU BUNGA, DAN NILAI TUKAR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2017-2022

**Dini Murjiani dan Mochamad Reza Adiyanto**

PENGARUH PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA DAN TRANSFORMASI DIGITAL TERHADAP KEUNGGULAN KOMPETITIF BERKELANJUTAN: DIMEDIASI OLEH PERILAKU INOVATIF UKM (STUDY KASUS UKM MAKANAN DAN MINUMAN DI SURABAYA)

**Donny Arif, Mita Uji Safitri, Varid Martah**

ANALISA BEBAN MENTAL KARYAWAN MENGGUNAKAN NASA - TLX ROOMS DIVISION PRIME PLAZA HOTEL KUALANAMU

**Mohamad Yusak Anshori, Febronia Meda Sulistyningtyas, Khairi Wahyuni**

ANALISIS PENGARUH RISIKO KREDIT DAN RISIKO OPERASIONAL TERHADAP PROFITABILITAS BANK UMUM BUMN TERDAFTAR DI BEI UNTUK PERIODE 2021-2022

**Mohammad Ghofirin, Dina Anggraeni Susesti**

PENGARUH COPYWRITING TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN FOOD AND BEVERAGE DIMEDIASI BRAND AWARENESS PADA PENGGUNA INSTAGRAM DI KEDIRI

**Ernik Anisa Mayasari, Yudiarto Perdana Putra, Nindi Vaulia Puspita**

PENGARUH NILAI UTAMA ASN BERAKHLAK, WORKPLACE FRIENDSHIP, SELF EFFICACY DAN EMOTIONAL INTELLIGENCE TERHADAP KINERJA

**Vikka Putri Makhfiroh, Dani Rizana**

VUCA ERA: THE ROLE OF BUSINESS AND KNOWLEDGE MANAGEMENT SYSTEM TO BUILD COASTAL COMMUNITY ECONOMIC RESILIENCE

**Wahyu Eko Pujianto, Muhafidhah Novie, Ayu Lucy Larassati, Muhammad Burhanudin**

# ACCOUNTING AND MANAGEMENT JOURNAL

Volume 7, No. 1, July 2023, Pages 1-107

---

## Editor Staff

### Accounting and Management Journal

#### Editor in Chief

Hidayatul Khusna, S.Pd., M.Sc  
*Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya*

#### Managing Editor

Ninnasi Muttaqin, S.MB., M.SM  
*Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya*

#### Editorial Board

Prof. Dr. Drs.Ec. Teman Koesmono, MM. <i>Universitas Widya Mandala</i>	Dr. Mudjilah Rahayu , MM. <i>Universitas Widya Mandala</i>
Dr. Putu Anom Mahadwartha, S.E., M.M., CSA. <i>Universitas Surabaya</i>	Dr. Wirawan ED Radianto, M.Sc., Ak., CA. <i>Universitas Ciputra</i>
Dr. Siti Mujanah, MBA. Ph.D. <i>Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya</i>	Anang Kristianto , S.Sos., M.Si <i>Universitas Negeri Surabaya</i>
Dr. Dian Anita Nuswantara, S.E., Ak., M.Si. <i>Universitas Negeri Surabaya</i>	Dr. Dra. Ec. Iramani, M.Si <i>STIE Perbanas</i>

#### Editor Assistant

Ninnasi Muttaqin, S.MB., M.SM <i>Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya</i>	Arya Samudra Mahardika, S.E., M.Sc.Ak., CA <i>STIE Putra Bangsa Kebumen</i>
Endah Tri Wahyuningtyas, S.E., M.A <i>Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya</i>	Meita Larasati, S.Pd., M.Sc <i>Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA</i>
Praja Hadi Saputra, S.E., M.Sc.Ak., CA <i>Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur</i>	Wahidatul Husnaini, S.Pd., M.Si <i>Universitas Mataram</i>
Riyan Sisiawan Putra, S.E., M.SM <i>Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya</i>	Elva Nuraina, S.Pd., M.Si <i>Universitas PGRI Madiun</i>

Nikma Yucha, S.Pd., M.SM  
*Universitas Ma'arif Hasyim Latif*

#### Sekretariat

Lisa Tofiqotul Hidayah, S.M

---

#### Editor Office

Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya Economic and Business Faculty  
Jln. Jemursari 51-57 Surabaya  
Telp. (031) 031-8470034, Fax. 031-8470034 e-mail: [hidayatul.khusnah@unusa.ac.id](mailto:hidayatul.khusnah@unusa.ac.id)



# ACCOUNTING AND MANAGEMENT JOURNAL

Volume 7, No. 1, July 2023, Pages 1 - 107

---

## DAFTAR ISI:

- 1 - 13** Analisis Determinan Audit Report Lag pada Perusahaan Perbankan di Indonesia  
**Yohanes Mario Pratama**
- 14 - 19** Unlocking E-Banking Behavior: Unraveling the Impact of Perceived Threat and Anxiety on Coping Strategies in Kebumen District  
**Arya Samudra Mahardhika**
- 20 - 34** Pengaruh Inflasi, Suku Bunga, dan Nilai Tukar terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2022  
**Dini Murjiani dan Mochamad Reza Adiyanto**
- 35 - 47** Pengaruh Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Transformasi Digital terhadap Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan: Dimediasi oleh Perilaku Inovatif UKM (Study Kasus UKM Makanan dan Minuman di Surabaya)  
**Donny Arif, Mita Uji Safitri, Varid Martah**
- 48 - 55** Analisa Beban Mental Karyawan Menggunakan Nasa - TLX Rooms Division Prime Plaza Hotel Kualanamu  
**Mohamad Yusak Anshori, Febronia Meda Sulistyaningtyas, Khairi Wahyuni**
- 56 - 62** Analisis Pengaruh Risiko Kredit dan Risiko Operasional terhadap Profitabilitas Bank Umum BUMN Terdaftar di BEI untuk Periode 2021-2022  
**Mohammad Ghofirin, Dina Anggraeni Susesti**
- 63 - 71** Pengaruh Copywriting terhadap Minat Beli Konsumen *Food and Beverage* Dimediasi Brand Awareness pada Pengguna Instagram di Kediri  
**Ernik Anisa Mayasari, Yudiarto Perdana Putra, Nindi Vaulia Puspita**
- 72 - 81** Pengaruh Nilai Utama ASN BerAKHLAK, *Workplace Friendship*, *Self Efficacy* dan *Emotional Intelligence* Terhadap Kinerja  
**Vikka Putri Makhfiroh, Dani Rizana**
- 82 - 97** Vuca Era: the Role of Business and Knowledge Management System to Build Coastal Community Economic Resilience  
**Wahyu Eko Pujiyanto, Muhafidhah Novie, Ayu Lucy Larassati, Muhammad Burhanudin**





# ANALISIS DETERMINAN AUDIT REPORT LAG PADA PERUSAHAAN PERBANKAN DI INDONESIA

**Yohanes Mario Pratama**

Program Studi Akuntansi,

Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta

yohanes.mario@uajy.ac.id

**Abstract:** *This study aims to examine the effect of company size, profitability, and audit committee characteristics as indicated by audit committee size, independent audit committee, and the frequency of audit committee meetings on audit report lag in Indonesian Banking Companies in 2017 – 2021. The research method used was quantitative research using multiple linear regression. The sampling technique used was purposive sampling, with a total sample of 210. The results show that company size has a negative effect on audit report lag, profitability has no effect on audit report lag, audit committee size has no effect on audit report lag, independent audit committee has no effect on audit report lag, and the frequency of audit committee meeting has a negative effect on audit report lag. Based on this research, it is known that there are still many banking companies that issue audited financial statements not on a timely basis. This research is expected to contribute to the importance of completing audited financial statements in a timely manner so that the information is relevant for decision-making.*

**Keywords:** *company size, profitability, audit committee, audit report lag, banking*

## PENDAHULUAN

Salah satu karakteristik kualitatif untuk menunjang suatu laporan keuangan yaitu ketepatan waktu. Laporan keuangan harus disampaikan secara tepat waktu supaya para pemangku kepentingan dapat mengambil keputusan secara tepat dan sesuai dengan kondisi perusahaan terkini. Informasi yang bersifat usang tidak akan begitu berguna bagi para pengambil keputusan (Collis et al., 2012). Di Indonesia, emiten yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia wajib untuk melaporkan laporan keuangan yang telah diaudit paling lambat pada akhir bulan keempat setelah tahun buku berakhir. Regulasi ini diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 29 / POJK.04 / 2016 tentang Laporan Tahunan Emiten atau Perusahaan Publik (Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia, 2016).

Audit report lag merupakan jumlah hari dari akhir tahun fiskal sampai dengan

tanggal laporan keuangan auditan telah diterbitkan. Pekerjaan auditor dalam suatu klien dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti risiko bisnis, kompleksitas keuangan, efektivitas dan efisiensi pengendalian internal, serta baik atau tidaknya tata kelola perusahaan. Setiap entitas pasti memiliki tingkat risiko yang berbeda-beda, sehingga penting bagi auditor untuk menentukan pendekatan pengujiannya, apakah akan mengandalkan pada pengujian pengendalian atau pengujian substantif. Hal ini tentu dapat mempengaruhi ketepatanwaktuan penerbitan laporan keuangan. Peran auditor sangat penting terkait dengan ketepatanwaktuan penerbitan laporan keuangan karena auditor harus menjaga relevansi dari informasi-informasi yang diberikan. Sebagai pihak ketiga, auditor harus menjaga supaya tidak terjadi adanya asimetri informasi antara manajemen dan investor (Abernathy et al., 2017).

Berdasarkan Peraturan OJK Nomor 37/POJK.03/2019 tentang Transparansi dan Publikasi Laporan Bank pasal 17 ayat 2, perusahaan perbankan wajib mengumumkan laporan publikasi keuangan dan informasi kinerja keuangan tahunan pada situs web Bank paling lambat empat bulan setelah akhir tahun buku (Otoritas Jasa Keuangan, 2019). Adanya regulasi ini tentunya membuat perusahaan perbankan harus melaporkan laporan keuangan secara tepat waktu. Keterlambatan dalam penyampaian laporan audit dapat menurunkan kualitas laporan keuangan karena tidak memberikan informasi secara tepat waktu kepada para pemangku kepentingan (Oh & Jeon, 2022). Menyediakan informasi yang berguna bagi kreditur, investor, dan pengguna lain untuk kepentingan saat ini dan masa depan merupakan tujuan umum laporan keuangan, sehingga pengungkapan laporan keuangan harus disajikan secara akurat dan tepat waktu.

Dalam mencapai tujuan pelaporan keuangan yang tepat waktu, diperlukan peran penting dari komite audit. Komite audit berperan sebagai perantara komunikasi antara pihak-pihak utama dalam proses pelaporan keuangan seperti dewan direksi, manajemen perusahaan, auditor internal, dan auditor eksternal dengan menyediakan fungsi pengawasan kunci utama. Fungsi pengawasan kunci yang dilakukan oleh komite audit antara lain peninjauan untuk pencalonan auditor eksternal, pekerjaan auditor internal dan eksternal, serta implementasi pengendalian internal. Selain itu, komite audit bertanggung jawab untuk melindungi kepentingan investor dengan memastikan kualitas laporan keuangan yang baik (Sultana et al., 2015). Komite audit yang aktif dalam melaksanakan tanggung jawabnya akan cenderung mendorong perusahaan untuk menerapkan sistem

pengendalian internal yang efektif dan efisien. Hal ini akan membantu audit eksternal dalam memilih proses pengujian yang *less time consuming*, sehingga akan mempengaruhi audit report lag yang lebih rendah.

Beberapa karakteristik perusahaan juga dapat mempengaruhi audit report lag. Ukuran perusahaan yang lebih besar cenderung akan memiliki sistem pengendalian internal yang lebih baik dan dapat mendeteksi salah saji dengan cepat. Hal ini akan membantu auditor untuk dapat menyelesaikan pekerjaannya dengan lebih cepat dan memperpendek audit report lag (Nouraldeen dkk., 2021). Selain itu, perusahaan yang mendapatkan laba cenderung akan menyampaikan laporan keuangan auditannya secara lebih cepat karena akan memberikan kabar baik bagi para pemangku kepentingan. Sehingga, perusahaan yang mengalami profitabilitas cenderung akan memiliki audit report lag yang pendek (Khoufi & Khoufi, 2018).

Penelitian terkait audit report lag telah banyak dilakukan dengan menggunakan variabel-variabel karakteristik perusahaan serta rasio kinerja perusahaan. Penelitian ini menggunakan karakteristik komite audit yang diukur menggunakan variabel komite audit independen, ukuran komite audit, dan frekuensi kehadiran rapat komite audit terhadap audit report lag. Hal ini memiliki kontribusi penting untuk mendorong peran dan tanggung jawab komite audit dalam meningkatkan kualitas pelaporan keuangan dan pengendalian internal sehingga dapat mempercepat penyelesaian audit.

Tujuan penelitian ini ialah untuk menganalisis peran komite audit dalam mengurangi audit report lag khususnya untuk industri perbankan yang *highly regulated*. Industri perbankan memiliki tingkat kompleksitas dan akun yang berbeda dari perusahaan lain, sehingga



penting untuk diteliti bagaimana profitabilitas, ukuran perusahaan, dan karakteristik komite audit berpengaruh terhadap audit report lag. Secara detail, penelitian ini bertujuan untuk menentukan hubungan antara ukuran perusahaan dengan audit report lag, profitabilitas perusahaan terhadap audit report lag, dan karakteristik komite audit terhadap audit report lag.

## TINJAUAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Secara fundamental, teori sinyal berkaitan dengan adanya pengurangan asimetri informasi antara investor dan manajemen. Teori sinyal menekankan pada pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap pengambilan keputusan pihak investor yang akan mengambil keputusan untuk melakukan investasi (Connelly et al., 2011). Ketika informasi diumumkan, investor akan menginterpretasikan makna dari informasi tersebut sebagai sinyal yang baik (*good news*) atau sinyal yang buruk (*bad news*). Apabila terdapat suatu informasi yang baik, investor akan berminat untuk melakukan perdagangan saham. Teori sinyal berkaitan dengan *audit report lag* karena ketika suatu laporan keuangan memiliki *audit report lag* yang pendek, diterbitkan secara tepat waktu, hal ini akan memberikan sinyal baik kepada investor karena kondisi keuangan perusahaan dan tata kelola perusahaannya berjalan dengan baik. Di sisi lain, ketika laporan keuangan perusahaan terlambat diterbitkan, hal ini akan memberikan sinyal yang buruk bagi para investor karena terdapat indikasi adanya kondisi yang tidak

baik terkait kondisi perusahaan (Susanto et al., 2021).

### Teori Agensi (*Agency Theory*)

Berdasarkan konsep yang dikemukakan oleh Jensen & Meckling (1976), relasi keagenan merupakan sebuah kontrak antara investor dengan manajer. Sebagai agen, manajer diberikan wewenang untuk membuat keputusan atas nama prinsipal (investor). Adanya akses secara langsung yang dimiliki manajer terhadap informasi perusahaan membuat sering adanya ketidaksamaan informasi antara manajer sebagai agen dan investor sebagai prinsipal. Hal ini yang sering disebut sebagai asimetri informasi karena investor tidak dapat mengawasi kegiatan perusahaan sehari-hari. Asimetri informasi ini dapat menyebabkan suatu konflik kepentingan antara manajer dan investor, sehingga dibutuhkan pihak ketiga yang dapat memberikan informasi secara independen (Kuslihaniati & Hermanto, 2016). Sebagai pihak ketiga, auditor akan melakukan pemahaman lingkungan bisnis klien, salah satunya konflik kepentingan antara manajer dan investor sehingga diharapkan tidak terjadi permasalahan dalam penyusunan laporan keuangan yang dapat membuat *audit report lag* yang berkepanjangan.

### Audit Report Lag

*Audit report lag* merupakan jumlah hari dari akhir tahun fiskal hingga tanggal laporan auditor diterbitkan. Investor lebih memilih supaya laporan tersebut dipublikasikan secara tepat waktu karena laporan audit berisi opini auditor atas kewajaran laporan keuangan (Gontara et

al., 2022). Semakin panjang waktu penyampaian laporan audit, semakin berkurang relevansi informasi yang terdapat pada laporan keuangan, sehingga penting bagi auditor untuk menyelesaikan proses pengauditannya secara efisien. Berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 29 / POJK.04 / 2016 tentang Laporan Tahunan Emiten atau Perusahaan Publik, emiten atau perusahaan publik wajib menyampaikan laporan tahunan kepada Otoritas Jasa Keuangan paling lambat pada akhir bulan keempat setelah tahun buku berakhir (Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia, 2016).

*Audit report lag* merupakan suatu ukuran penting di seluruh dunia dan telah menjadi area yang menarik bagi para investor, manajer, dan regulator. Selain itu, *audit report lag* sering dianggap sebagai satu-satunya penentu paling penting dari ketepatanwaktuan pengumuman laba dan regulator sekuritas di sebagian besar negara di dunia tidak mengizinkan perusahaan menerbitkan laporan keuangan sampai setelah selesainya proses audit yang dilakukan oleh auditor eksternal. Suatu perusahaan dapat mengalami konsekuensi seperti reaksi pasar negatif dan asimetri informasi yang lebih tinggi apabila penerbitan laporan keuangan yang diaudit ditunda (Abernathy et al., 2017).

### **Perumusan Hipotesis**

#### **Ukuran Perusahaan terhadap Audit Report Lag**

Perusahaan yang memiliki sumber daya aset yang besar cenderung memiliki sumber informasi yang banyak dan sistem pengendalian internal yang kuat sehingga dapat mengurangi kesalahan dalam laporan

keuangan yang dapat memperpanjang rentang waktu *audit report lag* (Abernathy et al., 2017). Selain itu, perusahaan-perusahaan besar sangat diawasi oleh regulator, investor, dan masyarakat sehingga terdapat tekanan untuk melaporkan laporan keuangan yang telah diaudit secara tepat waktu. Nouraldeen et al., (2021) menemukan bahwa perusahaan-perusahaan perbankan yang besar mampu mendorong untuk segera diterbitkannya laporan audit. Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan, hipotesis dalam penelitian ini ialah:

H1: ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *audit report lag*

#### **Profitabilitas terhadap Audit Report Lag**

Ketika suatu perusahaan memperoleh suatu laba, artinya perusahaan tersebut memiliki suatu kabar baik yang dapat diberikan kepada para pemangku kepentingan khususnya investor. Perusahaan yang memperoleh suatu laba akan cenderung untuk ingin melaporkan laporan keuangannya secara tepat waktu atau bahkan lebih cepat supaya dapat memberikan kabar baik (*good news*) kepada para investor (Khoufi & Khoufi, 2018). Di sisi lain, apabila suatu perusahaan mengalami kerugian, akan ada kecenderungan untuk menunda penerbitan laporan keuangan untuk menghindari ketidaknyamanan bagi para investor karena telah memberikan kabar buruk (*bad news*). Ketika entitas memiliki kemampuan yang kuat dalam menghasilkan laba, hal ini akan memberikan sinyal bahwa entitas tersebut telah berhasil dalam menggunakan sumber dayanya secara efisien. Hal ini merupakan kabar baik bagi manajemen karena

tercermin suatu keberhasilan manajemen dalam mengelola sumber dayanya. Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan, hipotesis dalam penelitian ini ialah:

H2: profitabilitas perusahaan berpengaruh negatif terhadap audit report lag

### **Karakteristik Komite Audit**

Komite audit berperan sebagai perantara komunikasi antara pihak-pihak utama dalam proses pelaporan keuangan seperti dewan direksi, manajemen perusahaan, auditor internal, dan auditor eksternal dengan menyediakan fungsi pengawasan kunci utama. Fungsi pengawasan kunci yang dilakukan oleh komite audit antara lain peninjauan untuk pencalonan auditor eksternal, pekerjaan auditor internal dan eksternal, serta implementasi pengendalian internal. Selain itu, komite audit bertanggung jawab untuk melindungi kepentingan investor dengan memastikan kualitas laporan keuangan yang baik. Terkait dengan *audit report lag*, penundaan yang berlarut-larut dalam menerbitkan laporan audit akan merusak reputasi dari komite audit. Anggota komite audit akan cenderung untuk mendorong supaya penerbitan laporan keuangan dapat diterbitkan secara tepat waktu untuk mempertahankan reputasi mereka (Sultana et al., 2015). Dalam penelitian ini, karakteristik komite audit terdiri dari ukuran komite audit, komite audit independen, dan jumlah rapat komite audit.

### **Ukuran Komite Audit terhadap Audit Report Lag**

Ukuran komite audit merupakan jumlah individu yang menduduki jabatan sebagai komite audit di suatu perusahaan. Komite audit yang lebih besar memungkinkan penunjukkan anggota dengan serangkaian kualitas yang lebih luas seperti keahlian, pengalaman, pengetahuan, dan koneksi. Pandangan lebih luas yang diberikan oleh komite audit yang lebih besar akan memungkinkan komite audit menilai peran, tanggung jawab, dan pekerjaan yang dilakukan oleh auditor eksternal dengan lebih baik (Turley & Zaman, 2007). Komite audit yang lebih besar akan memungkinkan sub-komite untuk memanfaatkan keterampilan yang lebih luas untuk memungkinkan upaya mediasi yang lebih baik untuk menyelesaikan konflik seperti dengan laporan audit (DeZoort et al., 2002). Ketika suatu perusahaan memiliki komite audit dengan jumlah yang besar, hal ini akan meningkatkan kekuatan sistem pengendalian internal perusahaan. Sistem pengendalian perusahaan yang baik akan membuat auditor eksternal memiliki penilaian yang positif, sehingga auditor eksternal akan cenderung dapat menurunkan prosedur pengujian substantif yang akan dilakukan. Hal ini dapat menyebabkan menurunnya *audit report lag*. Berdasarkan pemaparan materi yang telah dijelaskan, hipotesis dalam penelitian ini ialah:

H3: Ukuran komite audit berpengaruh negatif terhadap *audit report lag*

### **Komite Audit Independen terhadap Audit Report Lag**

Komite audit dengan proporsi direktur luar yang lebih tinggi cenderung tidak akan dikompromikan dalam menjalankan peran dan tanggung jawab sebagai komite audit. Selain itu, komite audit yang lebih independen cenderung lebih mampu meningkatkan isu-isu akuntansi keuangan utama seperti kualitas laba, permasalahan dengan auditor eksternal dan melakukan mediasi adanya perselisihan karena tidak bias (Klein, 2002). Anggota komite audit non-eksekutif (independen) dapat meningkatkan pengendalian internal untuk pelaporan keuangan. Hal ini akan mendorong auditor eksternal untuk mengandalkan pada pengendalian internal tersebut dan mengurangi pengujian substantif yang akan dilakukan, sehingga akan memperpendek jangka waktu *audit report lag*. (Nouraldeen et al., 2021). Berdasarkan pemaparan materi yang dijelaskan, hipotesis untuk penelitian ini ialah:

H4: komite audit independen berpengaruh negatif terhadap audit report lag

### **Jumlah Rapat Komite Audit terhadap Audit Report Lag**

Komite audit yang sering melaksanakan rapat akan secara aktif menangani berbagai kompleksitas perubahan dan tantangan dari lingkungan bisnis dan keuangan yang tidak pasti. Selain itu, komite audit yang aktif akan lebih siap untuk mendeteksi dan mencegah perilaku oportunistik oleh manajemen. Hal ini sangat penting untuk memastikan terkait kualitas dan integritas laba yang akan

dilaporkan (Stewart & Munro, 2007). Melalui pertemuan berulang kali, komite audit akan mendapatkan informasi tentang berbagai aspek keuangan dan audit, khususnya pengendalian internal. Ketika pengendalian internal suatu perusahaan berjalan dengan baik, auditor eksternal dapat mengandalkan sistem pengendalian internal tersebut dan dapat mengurangi pengujian substantif yang dilakukan. Hal ini dapat mengarahkan auditor eksternal untuk menerbitkan laporan audit yang lebih tepat waktu. Berdasarkan pemaparan materi yang telah dijelaskan, hipotesis untuk penelitian ini ialah:

H5: jumlah rapat komite audit berpengaruh negatif terhadap audit report lag.

## **METODOLOGI**

### **Sampel dan Data Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian empiris dengan menggunakan data sekunder dari perusahaan perbankan yang ada di Bursa Efek Indonesia. Data sekunder yang digunakan yaitu laporan tahunan perusahaan-perusahaan perbankan yang terdapat di Bursa Efek Indonesia mulai tahun 2017 - 2021. Perusahaan perbankan merupakan perusahaan yang *highly regulated* dan memiliki akun yang berbeda dari sektor yang lainnya sehingga akan berdampak pada ketepatanwaktuan penerbitan laporan keuangan yang akan diterbitkan. Kriteria pengambilan sampel ialah sebagai berikut:

1. Perusahaan perbankan yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2017 - 2021
2. Perusahaan perbankan yang mempublikasikan laporan keuangan tahunan berserta dengan laporan audit dalam laman perusahaan atau laman

Bursa Efek Indonesia (BEI) serta data tersedia secara lengkap mulai tahun 2017-2021

### Definisi Operasional Variabel

#### a. Ukuran Perusahaan

Perusahaan-perusahaan yang besar cenderung memiliki kemampuan untuk menyediakan sistem informasi yang memadai serta pengendalian internal yang efektif dan efisien sehingga dapat mengurangi *audit report lag*. Ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan rumus logaritma dari total asset setiap tahunnya dari setiap perusahaan (Khoufi & Khoufi, 2018).

#### b. Profitabilitas

Ketika suatu perusahaan mendapatkan laba, hal ini menjadi suatu sinyal baik bagi para investor. Perusahaan ingin untuk mengumumkan laporan keuangan secara tepat waktu atau bahkan lebih cepat supaya dapat segera memberikan kabar baik kepada investor. Profitabilitas diukur dengan menggunakan *Return on Asset* (Samaha & Khelif, 2017).

#### c. Ukuran Komite Audit

Ukuran komite audit yang lebih banyak akan memberikan serangkaian keterampilan yang lebih luas dalam melakukan pemantauan atas pelaporan keuangan dan pekerjaan auditor internal serta eksternal. Ukuran komite audit diukur dengan menggunakan jumlah komite audit suatu perusahaan pada tahun tertentu (Nelson & Sukeri, 2011).

#### d. Komite Audit Independen

Komite audit independen tidak akan mengalami suatu bias dalam melaksanakan tanggung jawabnya sebagai komite audit. Anggota komite audit independen dapat meningkatkan sistem pengendalian internal sehingga auditor eksternal dapat mengandalkan pada pengendalian internal tersebut. Komite audit independen diukur dengan menggunakan rumus proporsi komite audit yang berasal dari luar perusahaan dibandingkan dengan jumlah komite audit (Nouraldein et al., 2021).

#### e. Jumlah Rapat Komite Audit

Komite audit yang aktif akan mampu mengidentifikasi permasalahan keuangan serta mendorong untuk pelaksanaan sistem pengendalian internal yang efektif dan efisien. Adanya hal ini dapat membantu auditor eksternal untuk mengurangi jumlah pengujian substantif dan dapat memperpendek jangka waktu *audit report lag*. Pengukuran variabel jumlah rapat komite audit menggunakan variabel dummy dengan memberikan nilai 1 apabila komite audit melaksanakan rapat lebih dari 4 kali dalam suatu periode, dan memberikan nilai 0 apabila komite audit melaksanakan rapat kurang dari 4 kali dalam suatu periode (Sultana et al., 2015).

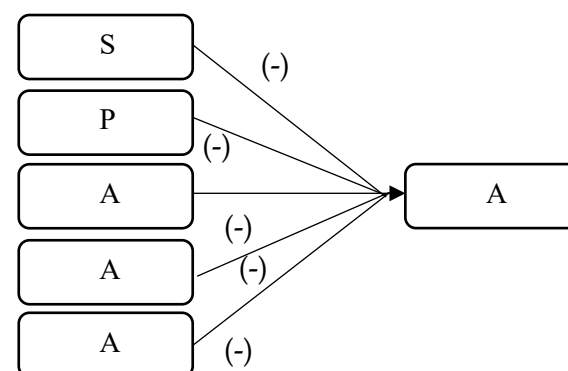
Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5%. Persamaan regresi linear berganda dirumuskan sebagai berikut.

$$ARL = \alpha + \beta_1. SIZE + \beta_2. PROFIT + \beta_3. ACSIZE + \beta_4. ACIND + \beta_5. ACMEET + \epsilon$$

Keterangan:

$\alpha$	= konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$	= koefisien regresi
SIZE	= ukuran perusahaan
PROFIT	= profitabilitas
ACSIZE	= ukuran komite audit
ACIND	= komite audit independen
ACMEET	= jumlah rapat komite audit

### Model Penelitian



**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berikut ini merupakan hasil statistik deskriptif untuk variabel independen dan dependen.

**Tabel 1. Statistik Deskriptif**

Descriptive Statistics					
N		Min	Max	Mean	Std. Deviation
ARL	210	15	141	66.90	30.034
ACSIZE	210	3	8	3.82	1.042
ACMEET	210	0.00	1.00	0.85	.356
ACIND	210	0.67	1.00	0.99	.059
SIZE	210	27.22	35.08	31.28	1.76
PROVIT	210	-0.32	0.04	.001	.033

Berdasarkan hasil statistik deskriptif, dari 210 sampel dapat dilihat bahwa nilai rata-rata untuk audit report lag yaitu 66,90 hari. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan perbankan sudah menerbitkan laporan keuangan auditan secara tepat waktu. Namun, nilai tertinggi untuk *audit report lag* ialah 141 hari, hal ini menjadi suatu hal yang perlu diperhatikan, khususnya untuk perusahaan perbankan karena waktu penerbitan laporan keuangan sangat terlambat.

**Uji Normalitas**

**Tabel 1. Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		210
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000
	Std. Deviation	531132
	Most Extreme Differences	.053
	Abso-lute	.053
	Positive	.053

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

	Unstandardized Residual
Negative	-.036
Test Statistic	.053
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

**Uji Multikolinearitas**

**Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Std. Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
(Constant)	334.450	47.843			
ACSIZE	1.981	1.950	.069	.788	1.268
ACMEET	-13.669	5.286	-.162	.923	1.084
ACIND	-7.689	31.197	-.015	.966	1.035
SIZE	-8.178	1.224	-.479	.703	1.423
PROVIT	12.901	57.470	.014	.895	1.117

a. Dependent Variable: ARL

**Uji Autokorelasi**

**Tabel 3. Hasil Uji Autokorelasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.513 <sup>a</sup>	.263	.245	26.009	1.135

a. Predictors: (Constant), PROVIT, ACIND, ACMEET, ACSIZE, SIZE

b. Dependent Variable: ARL

### Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Std. Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	28.160	28.634		.983	.327
ACSIZE	-.351	1.167	-.024	-.301	.764
ACMEET	-2.837	3.164	-.065	-.897	.371
ACIND	-1.551	18.672	.006	.081	.936
SIZE	-.075	.733	.009	.103	.918
PROVIT	-32.253	34.396	-.069	-.938	.350

a. Dependent Variable: ABS\_RES

**Tabel 2. Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>				
Model	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	5	9913.140	14.553	.000 <sup>b</sup>
Residual	204	681.178		
Total	209			

a. Dependent Variable: ARL

b. Predictors: (Constant), PROVIT, ACIND, ACMEET, ACSIZE, SIZE

**Tabel 3. Hasil Uji T**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Std. Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	334.450	47.843		6.991	.000
ACSIZE	1.981	1.950	.069	1.016	.311
ACMEET	-13.669	5.286	-.162	-2.586	.010
ACIND	-7.689	31.197	-.015	-.246	.806
SIZE	-8.178	1.224	-.479	-6.679	.000
PROVIT	12.901	57.470	.014	.224	.823

a. Dependent Variable: ARL

Berdasarkan hasil uji normalitas, dapat dilihat bahwa nilai Asymp Sig 2-tailed yaitu  $0.200 > 0.05$  yang artinya data dalam penelitian ini sudah berdistribusi normal.

Uji asumsi klasik dilakukan dengan melakukan uji multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas. Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa untuk semua variabel, nilai VIF berada di bawah 10 yang artinya tidak terdapat gejala multikolinearitas. Pada uji autokorelasi terlihat bahwa nilai Durbin Watson 1,135 yang berada di antara -2 dan 2. Hal ini menunjukkan tidak terjadi gejala autokorelasi dalam model regresi. Dalam uji heteroskedastisitas yang ditunjukkan pada Tabel 4, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi untuk semua variabel berada di atas 0,05 yang artinya tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

### Ukuran Perusahaan terhadap Audit Report Lag

Berdasarkan hasil uji T yang telah dilakukan, ukuran perusahaan (SIZE) memiliki nilai  $t = 6.704$  dan nilai signifikansi 0.000. Hal ini memiliki makna bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap Audit Report Lag, sehingga H1 dalam penelitian ini terdukung. Bank dengan sumber daya aset yang besar memiliki sistem pengendalian internal yang efektif dan efisien sehingga mampu mengurangi adanya salah saji dalam laporan keuangan (Abernathy et al., 2017). Ketika sistem pengendalian internal bank kuat, auditor dapat mengurangi pengujian substantifnya seperti uji detil transaksi dan uji detil saldo sehingga dapat lebih fokus pada uji pengendalian. Selain itu, ukuran perusahaan perbankan yang lebih besar sangat diawasi oleh regulator, investor, dan masyarakat sehingga sangat penting untuk menerbitkan laporan keuangan auditan secara tepat waktu supaya pengambilan keputusan dapat lebih relevan.

### Profitabilitas terhadap Audit Report Lag

Berdasarkan hasil Uji T yang telah dilakukan, profitabilitas (PROVIT) yang diukur dengan *Return on Asset* memiliki

nilai  $t$  0.224 dan nilai signifikansi 0.823, sehingga profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *Audit Report Lag* yang artinya H2 tidak diterima. Hal ini menunjukkan bahwa teori sinyal tidak terbukti dalam penelitian ini. Perusahaan yang mendapatkan keuntungan (*good news*) maupun kerugian (*bad news*) tetap harus melaporkan laporan keuangannya secara tepat waktu. Perusahaan perbankan yang sudah terdapat di Bursa Efek Indonesia tentu harus melaporkan laporan keuangan auditannya secara tepat waktu, apapun kondisi yang dialami supaya para pengguna laporan keuangan dapat mengambil keputusan menggunakan data yang relevan (Ningrum, 2018).

#### **Ukuran Komite Audit terhadap Audit Report Lag**

Berdasarkan hasil pengujian, ukuran komite audit (ACSIZE) memiliki nilai  $t$  1.106 dan nilai signifikansi 0.311. Hasil ini menunjukkan bahwa jumlah komite audit yang terdapat pada suatu tahun tertentu tidak berpengaruh terhadap *audit report lag* dan H3 tidak diterima. Berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 55 tentang Pembentukan dan Pedoman Pelaksanaan Kerja Komite Audit, dinyatakan bahwa komite audit paling sedikit terdiri dari tiga orang anggota yang berasal dari Komisaris Independen dan Pihak dari luar Emiten (Otoritas Jasa Keuangan, 2015). Dilihat dari hasil statistik deskriptif (Tabel 1), jumlah maksimal komite audit yaitu 8 orang dengan rata-rata jumlah komite audit yaitu 3,82. Nilai rata-rata tersebut menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan perbankan di Indonesia yang menjadi sampel dalam penelitian ini memiliki jumlah komite audit yang memenuhi persyaratan minimum dalam POJK No 55, sehingga hal ini membuat jumlah komite audit tidak berpengaruh terhadap *audit report lag*.

Komite audit yang terlalu banyak dapat menyebabkan kesulitan dalam berkoordinasi, sehingga dapat memperlama pengambilan keputusan (Wardhani & Raharja, 2013)

#### **Komite Audit Independen terhadap Audit Report Lag**

Berdasarkan hasil uji T, komite audit independen (ACIND) memiliki nilai  $t$  -0.246 dengan signifikansi 0.806. Hasil ini menandakan bahwa hipotesis 4 (H4) tidak diterima yang berarti jumlah komite audit independen pada suatu tahun tertentu tidak berpengaruh terhadap *audit report lag*. Ini dapat terjadi karena penentuan jumlah komite audit independen dalam suatu perusahaan dilakukan hanya untuk memenuhi ketentuan dari peraturan OJK terkait komite audit. Komite audit memiliki pedoman tersendiri dalam bekerja yang tertera dalam piagam komite audit yang berisi terkait tugas, tanggung jawab, serta wewenang komite audit serta tata cara dan prosedur kerja komite audit. Adanya piagam komite audit ini membuat komite audit bekerja sesuai dengan yang tertera dalam piagam komite audit sehingga faktor independensi tidak mempengaruhi kinerja komite audit khususnya terkait dengan *audit report lag* (Arie Susandya & Suryandari, 2021).

#### **Frekuensi Kehadiran Rapat Komite Audit terhadap Audit Report Lag**

Berdasarkan hasil uji T, frekuensi rapat komite audit memiliki nilai  $t$  -2.586 dengan signifikansi 0.010. Hal ini menunjukkan bahwa frekuensi rapat komite audit berpengaruh negative terhadap *audit report lag* dan H5 diterima. Semakin sering komite audit melakukan rapat, dapat menurunkan *audit report lag*. Adanya intensitas pertemuan yang tinggi membuat komite audit mampu mengetahui terkait efektivitas penerapan tata kelola perusahaan,



khususnya sistem pengendalian internal. Intensitas untuk melakukan pembahasan terkait permasalahan dan perbaikan dilakukan lebih sering, sehingga dapat membuat pelaporan keuangan menjadi lebih berkualitas (Arie Susandya & Suryandari, 2021). Selain itu, semakin sering komite audit melakukan rapat, komite audit dapat mengetahui informasi-informasi, isu-isu akuntansi dan audit terkini sehingga dapat membuat suatu arahan terkait penyelesaian hal-hal tersebut baik dari segi sumber daya internal maupun eksternal. Hal ini dapat membuat audit report lag semakin pendek (Faishal & Hadiprajitno, 2015).

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, ukuran komite audit, komite audit independent, dan frekuensi kehadiran rapat komite audit terhadap audit report lag. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap audit report lag. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang besar memiliki sistem pengendalian internal yang kuat, sehingga membuat auditor dapat mengurangi pengujian substantifnya dan dapat menerbitkan laporan keuangan auditan secara tepat waktu. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap audit report lag. Hal ini menunjukkan bahwa ketika perusahaan mendapatkan suatu laba ataupun rugi, auditor tetap harus menyelesaikan laporan keuangan perusahaan tersebut secara tepat waktu. Ukuran komite audit tidak berpengaruh terhadap audit report lag. Perusahaan perbankan yang menjadi sampel dalam penelitian ini memiliki rata-rata jumlah komite audit 3,82 yang artinya

memenuhi ketentuan minimum dari peraturan Otoritas Jasa Keuangan sehingga hal ini tidak berpengaruh terhadap audit report lag. Selain itu, jumlah komite audit yang terlalu banyak dapat memperlambat koordinasi dan pengambilan keputusan (Wardhani & Raharja, 2013). Komite audit independen tidak berpengaruh terhadap audit report lag karena komite audit memiliki pedoman kerja tersendiri yang tertera dalam piagam komite audit sehingga faktor independensi tidak mempengaruhi kinerja komite audit khususnya terkait dengan audit report lag. Frekuensi kehadiran rapat komite audit berpengaruh negatif terhadap audit report lag. Hal ini menunjukkan bahwa semakin sering komite audit melakukan rapat, komite audit dapat membahas dan menyelesaikan permasalahan yang ada dalam perusahaan sehingga dapat mempercepat audit report lag.

## **IMPLIKASI DAN KETERBATASAN**

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa masih terdapat beberapa perusahaan perbankan yang tidak menerbitkan laporan keuangan secara tepat waktu. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan atau bahan evaluasi bagi perusahaan perbankan di Indonesia supaya dapat menerbitkan laporan keuangan secara tepat waktu karena hal ini sangat penting bagi pengambilan keputusan para pemangku kepentingan. Laporan keuangan yang terlambat dapat menyebabkan informasi yang terkandung dalam laporan keuangan menjadi tidak relevan dalam pengambilan keputusan.

Berdasarkan adjusted r square yang masih kecil, masih terdapat determinan – determinan lain yang dapat menjelaskan pengaruh terhadap *audit report lag*. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan komponen hal audit utama (*key audit matters*) yang menjadi kewajiban dalam laporan keuangan auditan tahun 2022 dalam menguji pengaruhnya terhadap *audit report lag*.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abernathy, J. L., Barnes, M., Stefaniak, C., & Weisbarth, A. (2017). An International Perspective on Audit Report Lag: A Synthesis of the Literature and Opportunities for Future Research. *International Journal of Auditing*, 21(1), 100–127.  
<https://doi.org/10.1111/ijau.12083>
- Arie Susandya, A. A. P. G. B. A. P. G. B., & Suryandari, N. N. A. (2021). Dinamika Karakteristik Komite Audit Pada Audit Report Lag. *Media Riset Akuntansi, Auditing & Informasi*, 21(2), 175–190.  
<https://doi.org/10.25105/mraai.v21i2.9048>
- Collis, J., Holt, A., & Hussey, R. (2012). Conceptual framework for financial reporting. *Business Accounting*, September 2010, 112–128.  
[https://doi.org/10.1007/978-1-137-00662-2\\_5](https://doi.org/10.1007/978-1-137-00662-2_5)
- Connelly, B. L., Certo, S. T., Ireland, R. D., & Reutzel, C. R. (2011). Signaling theory: A review and assessment. *Journal of Management*, 37(1), 39–67.  
<https://doi.org/10.1177/0149206310388419>
- DeZoort, F. T., R.Hermanson, D., & Archambeault, D. S. (2002). Audit committee effectiveness: A synthesis of the audit committee literature. *Journal of Accounting Literature*, 21(1), 38–75.  
<https://doi.org/10.22495/cbv8i1art2>
- Faishal, M., & Hadiprajitno, P. B. (2015). Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance Terhadap Audit Report Lag. *Diponegoro Journal of Accounting*, 4(4), 1–11.
- Gontara, H., Khelil, I., & Khelif, H. (2022). The association between internal control quality and audit report lag in the French setting: the moderating effect of family directors. *Journal of Family Business Management*.  
<https://doi.org/10.1108/JFBM-11-2021-0139>
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). THEORY OF THE FIRM: MANAGERIAL BEHAVIOR, AGENCY COSTS AND OWNERSHIP STRUCTURE. *Journal of Financial Economics*, 3, 305–360.
- Khoufi, N., & Khoufi, W. (2018). An empirical examination of the determinants of audit report delay in France. *Managerial Auditing Journal*, 33(8–9), 700–714.  
<https://doi.org/10.1108/MAJ-02-2017-1518>
- Klein, A. (2002). Audit committee, board of director characteristics, and earnings management. *Journal of Accounting and Economics*, 33(3), 375–400.  
[https://doi.org/10.1016/S0165-4101\(02\)00059-9](https://doi.org/10.1016/S0165-4101(02)00059-9)
- Kuslihaniati, D. F., & Hermanto, S. B. (2016). Pengaruh Praktik Corporate Governance dan Karakteristik Perusahaan terhadap Audit Report Lag. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5(2), 1–22.
- Nelson, S. P., & Sukeri, S. N. (2011). Corporate Governance and Audit Report Timeliness. In *Accounting in Asia* (pp. 109–127).
- Ningrum, L. A. (2018). Pengaruh Opini Auditor, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Solvabilitas, Dan Kantor Akuntan Publik Terhadap Audit Delay. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 7(7), 1–20.
- Nouraldeen, R. M., Mandour, M., & Hegazy, W. (2021). Audit Report Lag: Do Company Characteristics and Corporate Governance Factors Matter? Empirical Evidence From Lebanese Commercial Banks. *BAU Journal-Society, Culture and Human Behavior*, 2(2), 1–21.  
<https://digitalcommons.bau.edu.lb/schbjournal/vol2/iss2/13/>

- Oh, H., & Jeon, H. (2022). Does Corporate Sustainable Management Reduce Audit Report Lag? *Sustainability (Switzerland)*, 14(13), 1–24. <https://doi.org/10.3390/su14137684>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2015). POJK No 55 /POJK.04/2015 Tentang Pembentukan Dan Pedoman Pelaksanaan Kerja Komite Audit. *Ojk.Go.Id*, 1–29. <http://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/regularisasi/lembaga-keuangan-mikro/peraturan-ojk/Documents/SAL-POJK-PERIZINAN-FINAL-F.pdf>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2019). *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 37/Pojk.03/2019 Tentang Transparansi Dan Publikasi Laporan Bank*. 1–52. <https://www.ojk.go.id/id/regulasi/Documents/Pages/Transparansi-dan-Publikasi-Laporan-Bank/POJK-37-2019.pdf>
- Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia. (2016). *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 29/POJK.04/2016 Tentang Laporan Tahunan Emiten atau Perusahaan Publik*. 1–29. <https://doi.org/https://www.ojk.go.id/id/kanal/pasar-modal/regulasi/peraturan-ojk/Documents/Pages/POJK-Laporan-Tahunan-Emiten-Perusahaan-Publik/POJK-Laporan-Tahunan.pdf>
- Samaha, K., & Khlif, H. (2017). Audit-related attributes, regulatory reforms and timely disclosure. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 15(2), 158–179. <https://doi.org/10.1108/jfra-08-2015-0077>
- Stewart, J., & Munro, L. (2007). The Impact of Audit Committee Existence and Audit Committee Meeting Frequency on the External Audit: Perceptions of Australian Auditors. *International Journal of Auditing*, 11(1), 51–69. <https://doi.org/10.1111/j.1099-1123.2007.00356.x>
- Sultana, N., Singh, H., & Van der Zahn, J. L. W. M. (2015). Audit Committee Characteristics and Audit Report Lag. *International Journal of Auditing*, 19(2), 72–87. <https://doi.org/10.1111/ijau.12033>
- Susanto, E., Kalsum, U., Ikhtiari, K., & Muslim, M. (2021). Determinan Audit Report Lag. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(2), 48–60. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i2.1191>
- Turley, S., & Zaman, M. (2007). Audit committee effectiveness: Informal processes and behavioural effects. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 20(5), 765–788. <https://doi.org/10.1108/09513570710779036>
- Wardhani, A. P., & Raharja, S. (2013). Analisis Pengaruh Corporate Governance Terhadap Kualitas Laba. *Diponegoro Journal of Accounting*, 2(3), 1.

# UNLOCKING E-BANKING BEHAVIOR: UNRAVELING THE IMPACT OF PERCEIVED THREAT AND ANXIETY ON COPING STRATEGIES IN KEBUMEN DISTRICT

Arya Samudra Mahardhika  
Universitas Putra Bangsa

Alamat E-mail: arya@universitasputrabangsa.ac.id

**Abstract:** The goal of this study was to empirically evaluate the association between perceived threat and anxiety on coping behaviors (protective action, seeking help, avoidance) of Kebumen district e-banking users. By disseminating surveys via a Google form, 121 study samples were acquired. Purposive sampling was utilized in this study, with the criteria of respondents obtained by e-banking. In this work, structural equation modeling is used to evaluate hypotheses using the WarpPLS version 7.0 program. The findings of hypothesis testing demonstrate that perceived threats and anxiety have an influence on coping behavior; however, there is no evidence that perceived threats lead to avoidance. According to the findings of this study, threats have no effect on respondents' usage of e-banking because it has become a daily requirement.

**Keywords:** E-Banking, Anxiety, Coping Behavior, Perceived Threat

## INTRODUCTION

Changes in Indonesian consumer behavior that lead to internet-based activities (online shopping, online transportation, etc.) have a significant influence on the services supplied by Indonesian businesses, including the banking industry. According to Pikkarainen et al, 2004, e-banking is a banking service that uses information and communication technology to check transactions, review transaction history, transfer funds, and print documents (Tan & Teo, 2000; Brown et al, 2004). The following are the findings of the Jenius Financial Study on the increased usage of smartphones, which has benefited bank clients as well as internet and mobile banking users.

Every year, the number of Indonesian banks clients who utilize e-banking services grows. Electronic transactions at Bank Negara Indonesia (BNI) surged by 133.4% year on year in the third quarter of 2019, while Bank Central Asia (BCA) climbed by 51.7% year on year (Haturuk & Kartika, 2019).

The internet, communication devices, or computer devices connected to a worldwide network are particularly vulnerable to security assaults when used for e-banking. In addition to other issues such as downtime, the major issue with utilizing e-banking is the security risk. Banking crime differs from traditional crime in that it seeks to gain account information, credit cards, hack bank database systems, and rob banks.

According to the report, a considerable percentage of consumers (49%) feel insecure when doing financial transactions online. Furthermore, half of consumers (59%) believe that doing business offline is more dependable than doing business online, and 46% believe that physical banking is safer than internet banking. Despite these concerns, the majority of Internet users make online payments: 79% use a desktop or laptop computer, 52% use

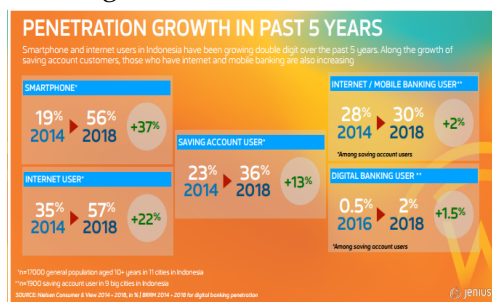


Figure 1. Increase in the Number of Smartphone Users

tablets, and 45% use smartphones. At the same time, the poll found that one in every five users does nothing to secure their online financial data.

Through coping behavior, this study focuses on individual security behavior in executing e-banking transactions (Chen & Zahedi, 2016). Coping behavior has been identified as a remedy to stress or beliefs of online safety (Lazarus & Folkman, 1984; Liang & Xue, 2009, 2010; Chen & Zahedi, 2016). Coping behavior is described as the process of controlling internal and external conditions that people perceive as hostile (Lazarus & Folkman, 1984). Previous study Chen & Zahedi (2016) indicates that coping activity happens as a result of a perceived security threat and perceived coping efficacy.

According to previous study, a person's coping behavior is influenced by their perceived security threat and perceived coping efficacy. However, in Indonesian society, the affective part of coping behavior is more accurate than the effectiveness aspect. PMT can explain and predict an individual's behaviors and attitudes when confronted with a danger (Rogers, 1975). PMT identified three crucial components for fear appeals: 1.) the degree of the danger's negative repercussions; 2.) the likelihood of a threat; and 3.) the efficacy of preventive actions. PMT with the addition of self-efficacy as the fourth component. PMT presented two cognitive processes that an individual might use to manage when confronted with a danger: threat assessment and coping appraisal.

When confronted with fear or danger, people tend to take preventive measures (Inkeles, 1975). Individuals frequently focus on action to get the desired objective, even if it is accomplished through issue or hazard avoidance (Elliot et al, 2001; Elliot et al., 2012). Chen and Zahedi (2016) shown that when faced with dangers, individuals are motivated to take defensive action. This study provides compelling evidence to back up these claims.

According to the study, in order to reject or ignore dangers, E-banking customers adopt preventive steps to safeguard themselves from future losses.

According to Chen and Zahedi (2016), one of the coping methods for overcoming online security issues is to seek support. This theory is confirmed by an empirical research done by McCrae (1984), which found that requesting help is the third most common coping strategy in health difficulties out of 28. Chen and Zahedi (2016) find a substantial link between threats and requesting aid. This study's outline The notion that taking precautionary measures against impending damage might be seen as a call for assistance from others.

Financial losses might result from online dangers. Users are driven to avoid online threats when they perceive them (Liang & Xue, 2010). Their avoidance is described as a loss of individual drive to do or even abandon specific occupations. According to Liang and Xue (2010), there is a positive link between threats and avoidance behavior. This finding is corroborated by Chen and Zahedi (2016), who contend that computer threats have a significant impact on avoidance behavior. As a result, the following are the study's hypotheses:

**H1a:** Perceive security threats has a positive effect on protective action

**H1b:** Perceived security threats has a positive effect on seeking help

**H1c:** Perceived security threats has a positive effect on avoidance

Anxiety is connected with coping behavior in personality psychology (R. S. Lazarus & Launier, 1978; Lazarus, 1991). Krohne and Hock (2011) contend that the nature of anxiety, which has controlled individual personalities for decades, necessitates a high healing process known as coping. This investigation supports the logical arguments advanced by R. S. Lazarus

and Launier (1978; Lazarus (1991). Anxious people look for answers to their problems. Anxiety leads a person to accomplish nothing, thus the remedy is to release anxiety through the coping process. As a result, the following hypothesis guides this study:

**H2a:** Internet Anxiety has a positive effect on protective action

**H2b:** Internet Anxiety has a positive effect on seeking help

**H2c:** Internet Anxiety has a positive effect on avoidance

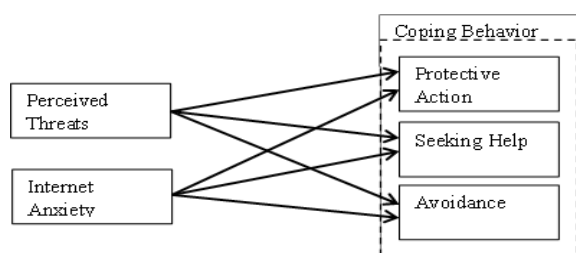


Figure 2. Research Model

**RESEARCH METHOD**

This is a causal quantitative study using a survey approach. This study's research subjects were Kebumen Regency e-banking customers. There are 121 replies available for analysis. The data in this study are original data collected directly from respondents via instrument distribution. A 5-point likert scale online questionnaire was employed in this investigation. The assembled questionnaire is an adaption of instruments generated by numerous investigations, as follows:

Tabel 1. Operationalization of Variables

Variable	Item Questions	Definition	Sources
Perceived threat (PT)	3	Anxiety felt by internet users because they have no resources to face the threat	Chen & Zahedi (2016)
Internet anxiety (IA)	5	A condition of an individual who has concerns and anxiety within him/herself while using an internet. Anxiety means fears of losing	Wachyudy & Sumiyana (2018)

Variable	Item Questions	Definition	Sources
		valuable personal data	
Protective action (PA)	3	Individuals' action to protect themselves from attack or threat in facing problems	Chen & Zahedi (2016)
Seeking help (SH)	3	The condition of individuals who request the assistance by looking for information or advice about the threats or problems encountered	Chen & Zahedi (2016)
Avoidance (AV)	3	The condition of individuals who prefer avoiding internet security threat rather than facing it	Chen & Zahedi (2016)

**RESULT AND DISCUSSION**

**Convergent Validity**

Convergent validity describes a measure's capacity to be positively connected with the same alternative construct size (Hair Jr. et al, 2016). To determine if the measuring model fulfills the requirements of convergent validity for reflective constructs (Sholihin & Ratmono, 2013), two criteria must be met: loading values more than 0.70 with a significant p (value 0.05) or the average variance extracted (AVE) value greater than 0.50.

Table 2. Convergent Validity Summary

	Item	Loading	P-Value	AVE
PT	PT1	(0.857)	<0.001	0.784
	PT2	(0.922)	<0.001	
	PT3	(0.875)	<0.001	
IA	IA1	(0.772)	<0.001	0.581
	IA2	(0.806)	<0.001	
	IA3	(0.778)	<0.001	
	IA4	(0.838)	<0.001	
	IA5	(0.853)	<0.001	
PA	PA1	(0.785)	<0.001	0.649
	PA2	(0.760)	<0.001	
	PA3	(0.868)	<0.001	

	Item	Loading	P-Value	AVE
SH	SH1	(0.785)	<0.001	0.655
	SH2	(0.807)	<0.001	
	SH3	(0.834)	<0.001	
AV	AV1	(0.835)	<0.001	0.725
	AV2	(0.873)	<0.001	
	AV3	(0.845)	<0.001	

Source: Primary data processed (2023)

### Discriminant Validity

Discriminant validity indicates how much the construct differs from other constructs based on empirical standards (Hair Jr. et al, 2016). The average variance extracted (AVE) square root value, which is a diagonal column enclosed with brackets, must be greater than the correlation between latent variables in the same column to determine whether the measurement model meets discriminant validity requirements (Sholihin & Ratmono, 2013). Table 3 shows that the standards for discriminant validity have been satisfied. The correlation between latent variables in the same column is larger than the AVE square root value (diagonal column).

**Table 3. Discriminant Validity Summary**

	PT	IA	PA	SH	AV
<b>PT</b>	(0.885)	0.005	0.215	0.332	0.020
<b>IA</b>	0.005	(0.808)	0.434	0.328	0.307
<b>PA</b>	0.215	0.434	(0.806)	0.256	0.231
<b>SH</b>	0.332	0.328	0.256	(0.809)	0.197
<b>AV</b>	0.020	0.307	0.231	0.197	(0.851)

Source: Primary data processed (2023)

### Internal Consistency Reliability

Internal consistency reliability tests are used to evaluate the homogeneity of items that comprise a concept (Cooper and Schindler, 2011). Composite reliability and Cronbach's alpha values more than 0.70 are utilized to determine the dependability of internal consistency (Mahardhika & Prasetyo, 2019; Sholihin & Ratmono, 2013). Table 4 shows that all constructs in this investigation fulfill the criterion for internal consistency

reliability, as evidenced by composite reliability and cronbach's alpha values more than 0.70 for each construct.

**Table 4. Internal Consistency Reliability Summary**

	PT	IA	PA	SH	AV
<b>Composite Reliability</b>	0.916	0.870	0.847	0.850	0.888
<b>Cronbach's Alpha</b>	0.861	0.810	0.728	0.736	0.810

Source: Primary data processed (2023)

### Hypotheses Testing Summary

SEM-PLS was used to evaluate the hypothesis in this study. In this study, six hypotheses are investigated. The outcomes of evaluating this study hypothesis are summarized in Table 5.

**Table 5. Hypotheses Testing Summary**

	Hypotesis	Path Coef.	p-values	Conclusion
<b>H1<sub>a</sub></b>	PT → PA	0.257	0.002	Supported
<b>H1<sub>b</sub></b>	PT → SH	0.343	<0.001	Supported
<b>H1<sub>c</sub></b>	PT → AV	0.053	0.278	Not supported
<b>H2<sub>a</sub></b>	IA → PA	0.319	<0.001	Supported
<b>H2<sub>b</sub></b>	IA → SH	0.193	0.014	Supported
<b>H3<sub>c</sub></b>	IA → AV	0.160	0.035	Supported

Source: Primary data processed (2023)

According to table 5, all study hypotheses are acceptable (p-value > 0.05) with the exception of the perceived danger to avoidance (p-value 0.05). Furthermore, the path coefficient is positive, which is consistent with the theory given in this work.

### CONCLUSION

The findings of the study reveal that perceived danger and online anxiety impact e-banking customers' coping behavior. However, Perceived Threat had no influence on Avoidance. The results of this study, however, cannot be generalized because the sample was limited to e-banking customers in Kebumen Regency. Future research is likely to broaden the scope of the study.

## REFERENCES

- Brown, I., Hoppe, R., Newman, P., & Stander, A. (2004). The impact of national environment on the adoption of internet banking: comparing Singapore and South Africa. *Journal of Global Information Management*, 12(2), 1-26.
- Chen, Y., & Zahedi, F. M. (2016). Individual security perceptions and behavior: polycontextual contrasts between the United States and China. *MIS Quarterly*, 40(1), 205-222.
- Elliot, A. J., Chiskov, V. I., Kim, Y., & Sheldon, K. M. (2001). A cross-cultural analysis of avoidance (relative to approach) personal goals. *Psychological Science*, 12(6), 505-510.
- Elliot, A. J., Sedikides, C., Muryama, K., Tanaka, A., Thrash, T. M., & Mapes, R. R. (2012). Cross-cultural generality and specificity in self-regulation: avoidance personal goals and multiple aspects of well-being in the United States and Japan. *Emotion*, 12(5), 1031-1041.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2016). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. California: Sage Publication.
- Haturuk, D. M., & Kartika, H. (2019). *Transaksi mobile banking sejumlah bank tumbuh signifikan*. Retrieved October 31, 2019, from <https://keuangan.kontan.co.id/news/kuartal-iii-2019-transaksi-mobile-banking-sejumlah-bank-tumbuh-signifikan>
- Inkeles, A. (1975). Becoming modern: individual change in six developing countries. *Ethos*, 3(2), 323-342.
- Krohne, H. W., & Hock, M. (2011). Anxiety, coping strategies, and the processing of threatening information: investigations with cognitive-experimental paradigms. *Personality and Individual Differences*, 50(7), 916-925.
- Lazarus, R., & Folkman, S. (1984). *Stress, coping and adaptation*. New York: Springer-Verlag.
- Lazarus, R. S., & Launier, R. (1978). *Stress-related transactions between person and environment*. New York: Springer US.
- Lazarus, R. S. (1991). *Emotion and adaptation*. New York: Oxford University Press.
- Liang, H., & Xue, Y. (2009). Avoidance of information technology threats: a theoretical perspective. *MIS Quarterly*, 33(1), 71-90.
- Liang, H., & Xue, Y. (2010). Understanding security behaviors in personal computer usage: A threat avoidance perspective. *Journal of the Association for Information Systems*, 11(7), 394-413.
- Mahardhika, A. S., & Prasetyo, A. (2019). Dampak collectivism pada hubungan antara moral reasoning dan whistleblowing. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 21(3), 70-74.
- McCrae, R. R. (1984). Situational determinants of coping responses: loss, threat, and challenge. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46(4), 919-928.
- Pikkarainen, T., Pikkarainen, K., Karjaluoto, H., & Pahlila, S. (2004). Consumer acceptance of online



# PENGARUH INFLASI, SUKU BUNGA, DAN NILAI TUKAR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2017-2022

Dini Murjiani<sup>1</sup> dan Mochamad Reza Adiyanto<sup>2</sup>

<sup>12</sup>Universitas Trunojoyo Madura

<sup>1</sup>[dinimurjiani@gmail.com](mailto:dinimurjiani@gmail.com) <sup>2</sup>[reza.adiyanto@trunojoyo.ac.id](mailto:reza.adiyanto@trunojoyo.ac.id)

**Abstract:** *Changes in the economy of a country can affect company value, including food and beverage sub-sector companies listed on the IDX. Fundamental factors such as inflation, interest rates, can be factors that can affect company value. The purpose of this study was to determine the effect of inflation, interest rates and exchange rates on firm value in food and beverage sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX), either simultaneously or partially. This research was conducted using quantitative methods. The analysis used is multiple linear regression analysis. The results of the F test show that inflation, interest rates and exchange rates have a positive and significant effect on firm value in food and beverage subsector companies listed on the IDX. The test results show that partially inflation has a negative and insignificant effect on firm value, interest rates have a positive and significant effect on firm value, and exchange rates have a negative and insignificant effect on firm value.*

**Keywords:** *Inflation, Interest Rates, Exchange Rates, Firm Value*

## PENDAHULUAN

Ketidakpastian kondisi ekonomi global telah berdampak besar pada kondisi perekonomian Indonesia (Frensidy & Mardhaniaty, 2019). Perubahan perekonomian dari suatu negara dapat mempengaruhi nilai perusahaan, hal ini menyebabkan perusahaan-perusahaan semakin ketat dalam melakukan persaingan (Hendayana & Riyanti, 2019). Tujuan utama dari perusahaan ialah memaksimalkan nilai perusahaan (Akmalia et al., 2017) atau kemakmuran para pemegang saham serta mempertahankan perusahaannya (Fadly Bahrun et al., 2020). Tujuan pendek perusahaan ialah untuk memperoleh laba dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki perusahaan (Nursalim et al., 2018). Menurut (Ningsih & Waspada, 2019), nilai perusahaan dicirikan oleh tingkat pengembalian investasi yang lebih tinggi kepada para pemegang saham. Nilai perusahaan dapat dihitung dengan

menggunakan *Price Book Value* (PBV). Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan (Dewi Sartika et al., 2019). Terdapat beberapa faktor yang bisa mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu faktor internal dan faktor eksternal (Lubis et al., 2017). Faktor eksternal yang digunakan dalam penelitian ini adalah inflasi, suku bunga dan nilai tukar.

Pada tahun 2020 dinamika perekonomian dipengaruhi oleh virus Covid-19 yang menyerang hampir seluruh negara di dunia. Pandemi Covid-19 memberikan tekanan berat kepada Indonesia pada tahun 2020, tidak hanya kepada aspek kesehatan dan kemanusiaan, tapi juga aspek sosial dan ekonomi. Perekonomian dunia yang melambat serta kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar untuk memitigasi penyebaran Covid-19 yang menurunkan mobilitas perekonomian, telah mengakibatkan kontraksi pertumbuhan ekonomi tahun 2020 (Bank Indonesia, 2020).

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), Indonesia mengalami kontraksi pertumbuhan ekonomi pada tahun 2020 sebesar -2,07 persen, hal ini menyebabkan perekonomian Indonesia pada tahun 2020 mengalami deflasi atau penurunan drastis karena perkembangan ekonomi di Indonesia mempunyai pergerakan yang kurang stabil. Perubahan yang terjadi dipengaruhi oleh adanya pandemi Covid-19 (Hayati, 2022). Bank Indonesia mencatat inflasi tahunan pada Juli 2022 sebesar 4,94%, hal tersebut merupakan inflasi tertinggi dibanding tahun-tahun sebelumnya (BI, 2022). Tingkat inflasi sendiri tidak boleh terlalu tinggi dan terlalu rendah, karena pemerintah menargetkan persentase inflasi kurang lebih sebesar 3%. Inflasi yang terlalu rendah dapat menekan daya beli, sedangkan inflasi yang terlalu tinggi dapat menekan pertumbuhan ekonomi. Bank Indonesia dapat menggunakan kebijakan moneter yang ketat melalui peningkatan suku bunga yang berdampak pada permintaan agregat sehingga menurunkan tekanan inflasi. Bank sentral memiliki seperangkat kebijakan yang mampu mempengaruhi tingkat inflasi guna mengatur stabilitas harga dan pertumbuhan ekonomi. Inflasi dan suku bunga memiliki korelasi terbalik, di mana ketika inflasi meningkat, suku bunga akan turun. Demikian pula sebaliknya. Ketika suku bunga turun atau rendah, permintaan terhadap pinjaman akan lebih banyak, di mana masyarakat akan memilih untuk meminjam lebih banyak uang daripada menabung. Artinya, semakin banyak uang yang akan dibelanjakan, sehingga ekonomi tumbuh dan tingkat inflasi mengalami kenaikan.

Kebijakan nilai tukar ditempuh Bank Indonesia untuk mengelola stabilitas nilai tukar rupiah agar sesuai dengan nilai fundamentalnya dengan tetap mendorong bekerjanya mekanisme pasar. Kebijakan nilai

tukar dilakukan dalam rangka mengurangi gejala yang muncul dari ketidakseimbangan permintaan dan penawaran di pasar valuta asing (valas) melalui intervensi jual di pasar spot, pasar Domestik Non-Deliverable Forward (DNDF) atau pasar berjangka valas serta pembelian Surat Berharga Negara (SBN) di pasar sekunder. Strategi ini dilakukan untuk menjaga kestabilan nilai tukar dan sekaligus menjaga kecukupan likuiditas Rupiah (Bank Indonesia, 2020). Sejak bulan februari 2021-juli 2022, BI7DRR Indonesia tercatat sebesar 3.50%. Suku bunga tersebut lebih rendah dari bulan januari 2021 3.75% (BI7DRR, 2022). Suku bunga yang turun ini sejalan dengan perlunya menjaga stabilitas nilai tukar rupiah dari peningkatan ketidakpastian pasar keuangan global, di tengah perkiraan inflasi yang tetap rendah (LPS, 2021). Oleh sebab itu, para investor cenderung mengalihkan dana investasinya ke aset berisiko rendah, seperti emas, obligasi pemerintah negara maju, dan mata uang dunia, seperti dolar Amerika Serikat (USD). Melihat dari data informasi Kurs Jakarta Interbank Spot Dollar (Jisdor) Bank Indonesia, nilai tukar rupiah pada Juli 2022 sebesar Rp.14.956 dan terus berfluktuasi sampai bulan-bulan berikutnya (BI7DRR, 2022).

Penelitian tentang pengaruh inflasi, suku bunga dan nilai tukar pada nilai perusahaan sudah banyak dan sering diteliti. Perbedaan pada penelitian ini adalah yaitu, Pertama menggunakan sampel penelitian yang lebih besar yaitu pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman. Kedua, pada tahun penelitian 2022 terjadi lonjakan inflasi pada bulan Juli 2022 sebesar 4,94% terutama pada kelompok *volatile food* khususnya pada bahan makanan sekitar 10% seperti yang dikatakan oleh Sandiaga Uno Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia pada *event* CEO Mastermind7.

## Kerangka Teoritis dan Pengembangan Hipotesis

### Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Menurut (Brigham & Houston, 2011) teori sinyal menjelaskan mengapa perusahaan memiliki dorongan untuk memberikan informasi berupa laporan keuangan kepada pihak eksternal perusahaan. Informasi yang telah disampaikan oleh perusahaan dan diterima pihak eksternal akan diinterpretasikan dan dianalisis terlebih dahulu apakah informasinya dipandang sebagai sinyal positif atau sinyal negatif. Semakin baik perusahaan dalam memberikan sinyal positif maka investor akan merespon positif informasi dari sinyal tersebut dan akan mempengaruhi keputusan investor untuk berinvestasi dan mencari keuntungan pada perusahaan tersebut.

### Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini (Samudra & Widyawati, 2018). Peningkatan nilai perusahaan dapat tercapai apabila ada kerja sama antara manajemen perusahaan dengan pihak lain yang meliputi *shareholder* maupun *stakeholder* (Lubis et al., 2017). Nilai perusahaan yang baik ini akan menarik investor-investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut dengan harapan mereka akan mendapatkan keuntungan (*dividen*) (Akmalia et al., 2017). Dalam hal ini perusahaan harus menyisihkan keuntungan tersebut kepada masyarakat dan lingkungannya, melalui tanggung jawab sosial. Tanggung jawab perusahaan tersebut dituangkan dalam Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau lebih dikenal dengan nama *Corporate Social Responsibility (CSR)* (Buchanan

et al., 2018). Nilai perusahaan direfleksikan melalui harga pasar saham bagi perusahaan *go public*. Investor dalam membeli saham berarti membeli prospek perusahaan jika prospek perusahaan bagus, maka harga saham akan naik (Chandra, 2019). Tentunya nilai perusahaan tidak selalu tinggi, hal ini bisa menjadi suatu pertimbangan bagi investor yang berinvestasi di pasar modal juga bagi para pemegang saham (Rumengan et al., 2020). Terdapat beberapa indikator untuk mengukur nilai perusahaan.

#### 1. *Price Earning Ratio (PER)*

*Price earning ratio* merupakan rasio harga per saham terhadap laba per saham menunjukkan berapa banyak jumlah uang yang rela dikeluarkan oleh para investor untuk membayar setiap dolar laba yang dilaporkan (Brigham & Houston, 2011). Kegunaan *price earning ratio* adalah untuk melihat bagaimana pasar menghargai kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh *earning per share*-nya. *Price earning ratio* menunjukkan hubungan antara pasar saham biasa dengan *earning per share*.

#### 2. *Tobin's Q Ratio (Q Tobin)*

*Tobin's Q ratio* dikemukakan oleh seorang pemenang hadiah nobel dari Amerika Serikat yaitu James Tobin. *Tobin's Q* adalah nilai pasar dari aset perusahaan dengan biaya penggantian. Menurut konsepnya, rasio *Q* lebih unggul daripada rasio nilai pasar terhadap nilai buku karena rasio ini fokus pada beberapa nilai perusahaan saat ini secara relatif terhadap beberapa biaya yang dibutuhkan untuk menggantinya saat ini.

#### 1. *Price Book Value (PBV)*

*Price book value* dapat dihitung dengan cara membandingkan antara harga pasar dengan nilai buku saham. Harga pasar merupakan nilai sekarang (*present value*) dari penghasilan yang akan diterima oleh pemodal dimasa yang akan datang (Husnan & Pudjiastuti, 2012). Nilai buku dapat diperoleh dari total ekuitas dibagi dengan jumlah saham

perusahaan yang beredar. Rasio harga pasar saham terhadap nilai buku saham memberikan indikasi lain tentang bagaimana investor memandang perusahaan. Perusahaan dengan tingkat pengembalian atas ekuitas yang relatif tinggi biasanya menjual saham beberapa kali lebih tinggi dari nilai bukunya, dibanding dengan perusahaan dengan tingkat pengembalian yang rendah.

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Price Book Value (PBV)*. *Price Book Value* merupakan rasio pasar yang menghitung seberapa besar pasar menentukan harga saham terhadap nilai buku saham perusahaan atau perbandingan antara ekuitas saham biasa dengan jumlah saham beredar (Anggraini & Hidayat, 2021).

$$\text{Price Book Value} = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$$

### **Inflasi**

Inflasi adalah kenaikan harga-harga umum yang berlaku dalam suatu perekonomian dari satu periode ke periode lainnya (Sukirno, 2016). Kenaikan harga berarti jika kenaikan harga dari suatu komoditi akan mempengaruhi harga komoditi secara keseluruhan (Hasanah, 2017) Sebaliknya, jika penurunan harga berdampak pada penurunan harga secara keseluruhan, itu berarti deflasi. Kenaikan harga tersebut mengakibatkan masyarakat lebih memilih untuk menyimpan dananya dikarenakan bunga yang ditawarkan lebih tinggi dibandingkan dengan tingkat pengembalian dari investasi saham. Dampak yang diberikan pada nilai perusahaan terlihat saat terjadinya jual/beli di Bursa Efek Indonesia, dimana terjadi penurunan daya beli terhadap saham oleh investor dan secara langsung akan mempengaruhi nilai perusahaan (Permana & Rahyuda, 2019). Menurut (Sukirno, 2016) terdapat beberapa faktor-faktor penyebab inflasi :

1. Tingkat pengeluaran agregat yang melebihi kemampuan perusahaan-

perusahaan untuk menghasilkan barang dan jasa.

Keinginan untuk mendapatkan barang yang mereka butuhkan akan mendorong konsumen meminta barang tersebut pada harga yang lebih tinggi. Sebaliknya para pengusaha akan mencoba menahan barang dan hanya menjual kepada pembeli-pembeli yang bersedia membayar pada harga yang lebih tinggi. Kecenderungan tersebut yang menyebabkan kenaikan harga-harga.

2. Pekerja-pekerja di berbagai kegiatan ekonomi menuntut kenaikan upah.

Jika para pengusaha mulai menghadapi kesulitan mencari tambahan pekerja untuk menambah produksinya, maka pekerja akan terdorong untuk menuntut kenaikan upah. Apabila tuntutan kenaikan upah berlaku secara menyeluruh, maka terjadi kenaikan biaya produksi dari berbagai barang dan jasa yang dihasilkan.

Berdasarkan masalah diatas, inflasi juga dapat diakibatkan oleh kenaikan harga barang yang diimpor, penambahan penawaran uang yang berlebihan tanpa diikuti oleh pertambahan produksi dan penawaran barang, dan kekacauan politik ekonomi sebagai akibat dari pemerintahan yang kurang bertanggung jawab.

### **Suku Bunga**

Suku bunga merupakan instrumen penting untuk menentukan strategi ekonomi makro pengaturan fiscal (Ali, 2021). Bank Indonesia melakukan penguatan kerangka operasi moneter dengan mengimplementasikan suku bunga acuan atau suku bunga kebijakan baru yaitu *BI-7 Day Reverse Repo Rate (BI7DRR)* yang berlaku efektif sejak 19 Agustus 2016, menggantikan *BI Rate (Indonesia, 2020)*. Kerangka operasi moneter senantiasa disempurnakan untuk memperkuat efektivitas kebijakan dalam mencapai sasaran inflasi yang ditetapkan. Khususnya untuk

menjaga stabilitas harga. Faktor utama yang mempengaruhi suku bunga adalah penawaran dan permintaan kredit; persaingan di pasar pinjaman; dan faktor ekonomi seperti inflasi, ekspektasi investor, kebijakan moneter pemerintah (Manamgoda et al., 2018). Dengan mempertimbangkan faktor faktor lain dalam perekonomian, Bank Indonesia pada umumnya akan menaikkan BI Rate apabila inflasi kedepan diperkirakan melampaui sasaran yang telah ditetapkan, sebaliknya Bank Indonesia akan menurunkan BI Rate apabila inflasi kedepan diperkirakan berada di bawah sasaran yang telah ditetapkan (Ningsih & Waspada, 2019).

### Nilai Tukar

Nilai tukar atau bisa disebut *kurs* juga dapat didefinisikan sebagai jumlah uang domestik yang dibutuhkan, yaitu banyaknya rupiah yang dibutuhkan, untuk memperoleh satu unit mata uang asing (Sukirno, 2016). Kurs di Indonesia adalah kurs yang menunjukkan nilai rupiah (IDR) dalam mata uang asing (Firdaus et al., 2017). Nilai tukar juga biasa disebut sebagai perbandingan nilai dalam pertukaran mata uang yang berbeda, dimana melalui perbandingan tersebut menjadi tolak ukur perusahaan dalam menjalankan bisnisnya bisa melihat dari naik turunnya kurs jual dan kurs beli yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Alam & Gupta, 2018).

Dalam berlangsungnya kegiatan usaha suatu perusahaan, *kurs* merupakan salah satu faktor yang dapat memicu terjadinya permasalahan, kurs dapat mempengaruhi tingkat inflasi yang dominan ketika nilai kurs suatu mata uang tersebut dirupiahkan maka kecenderungan barang-barang lain yang ikut melonjak dapat mempengaruhi nilai perusahaan pula dalam mensejahterakan para pemegang saham (Samudra & Widyawati, 2018). Nilai tukar dapat meningkatkan kebutuhan bank sentral untuk mengontrol harga dari mata uang domestik (Capasso et al., 2019). Perubahan nilai tukar secara alami akan

berdampak pada arus kas perusahaan multinasional yang beroperasi di lokasi asing yang berbeda, importir dan eksportir dan perusahaan domestik (Hyde, 2007). Pelemahan nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing, mengakibatkan biaya produksi meningkat dan profitabilitas menurun dan menyebabkan nilai perusahaan menurun (Agustina & Ardiansari, 2015). Terdapat 3 sistem nilai tukar yang dipakai suatu negara (Ekanda, 2014):

1. Sistem kurs bebas (*floating*), Dalam sistem ini tidak ada campur tangan pemerintah untuk menstabilkan nilai kurs. Nilai tukar kurs ditentukan oleh permintaan dan penawaran terhadap valuta asing.
2. Sistem kurs tetap (*fixed*), Dalam sistem ini pemerintah atau bank sentral turut campur secara aktif dalam pasar valuta asing dengan membeli atau menjual valuta asing jika nilainya menyimpang dari standar yang telah ditentukan.
3. Sistem kurs terkontrol atau terkendali (*controlled*). Dalam sistem ini pemerintah atau bank sentral mempunyai kekuasaan eksklusif dalam menentukan alokasi dari penggunaan valuta asing yang tersedia.

Menurut (Sukirno, 2016) faktor-faktor yang mempengaruhi nilai tukar:

1. Perubahan dalam citra masyarakat  
Citarasa masyarakat akan mempengaruhi corak konsumsi mereka. Perubahan citarasa masyarakat juga akan mengubah corak konsumsi mereka dalam produk dalam negeri maupun impor. Perbaikan kualitas produk dalam negeri menyebabkan keinginan mengimpor berkurang dan dapat menaikkan ekspor. Sedangkan perbaikan kualitas produk impor menyebabkan keinginan masyarakat untuk mengimpor semakin besar.
2. Perubahan harga barang ekspor dan impor  
Harga suatu barang merupakan salah satu faktor penting yang menentukan apakah suatu barang akan diimpor atau diekspor.

Produk dalam negeri yang dijual dengan harga yang relatif murah akan menaikkan ekspor dan apabila harganya naik maka ekspornya akan berkurang. Pengurangan harga barang impor akan menambah jumlah impor, dan sebaliknya kenaikan harga barang impor akan mengurangi impor. Dengan demikian perubahan harga barang ekspor dan impor akan menyebabkan perubahan dalam penawaran dan permintaan dalam mata uang negara tersebut.

### 3. Kenaikan harga umum (inflasi)

Inflasi sangat besar pengaruhnya kepada kurs. Inflasi yang berlaku pada umumnya cenderung untuk menurunkan nilai tukar mata uang negara lain. Kecenderungan seperti ini disebabkan oleh efek inflasi: (i) inflasi menyebabkan harga-harga didalam negeri lebih mahal dari harga luar negeri sehingga inflasi berkecenderungan menambah impor, (ii) inflasi menyebabkan harga barang ekspor menjadi lebih mahal, sehingga inflasi berkecenderungan mengurangi ekspor. Keadaan (i) menyebabkan permintaan valuta asing bertambah, dan keadaan (ii) menyebabkan penawaran valuta asing berkurang, maka harga valas akan bertambah (berarti harga mata uang negara yang mengalami inflasi melemah).

### 4. Perubahan suku bunga dan tingkat pengembalian investasi

Suku bunga dan tingkat pengembalian investasi berperan penting dalam mempengaruhi aliran modal. Suku bunga dan tingkat pengembalian investasi yang rendah cenderung menyebabkan modal dalam negeri mengalir ke luar negeri. Sedangkan suku bunga dan tingkat pengembalian investasi yang tinggi akan menyebabkan modal luar negeri masuk ke dalam negeri. Apabila lebih banyak modal mengalir ke suatu negara, permintaan mata uangnya akan bertambah, dan nilai mata uang tersebut bertambah. Nilai mata uang suatu negara akan melemah

apabila lebih banyak modal negara dialirkan ke luar negeri karena suku bunga dan tingkat pengembalian investasi yang lebih tinggi di negara-negara lain.

### 5. Pertumbuhan ekonomi

Efek yang akan diakibatkan oleh sesuatu kemajuan ekonomi pada nilai mata uangnya tergantung kepada corak pertumbuhan ekonomi yang berlaku. Terutama jika kemajuan tersebut diakibatkan oleh perkembangan ekspor, maka permintaan ke atas mata uang negara itu bertambah lebih cepat dari penawaran dan mengakibatkan nilai mata uang negara itu naik. Akan tetapi, apabila kemajuan tersebut menyebabkan impor berkembang lebih cepat dari pada ekspor, maka penawaran mata uang negara itu lebih cepat bertambah dari permintaannya sehingga nilai mata uang negara tersebut akan melemah.

## Hipotesis

- H1: Diduga Inflasi berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan
- H2: Diduga Suku Bunga berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan
- H3: Diduga Nilai Tukar berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan
- H4: Diduga Inflasi, Suku Bunga, dan Nilai Tukar Secara Simultan Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan.

## Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Inflasi terhadap Nilai Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI
2. Untuk mengetahui pengaruh Suku Bunga terhadap Nilai Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI
3. Untuk mengetahui pengaruh Nilai Tukar terhadap Nilai Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI
4. Untuk mengetahui pengaruh Inflasi, Suku Bunga dan Nilai Tukar secara simultan terhadap Nilai Perusahaan

Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI

**Metodologi**

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah inflasi, suku bunga, dan nilai tukar sebagai variabel independen, dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen.

**Definisi Operasionalisasi Variabel**

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
1	Inflasi	Menurut (Sukirno, 2016) inflasi adalah kenaikan harga-harga umum yang berlaku dalam suatu perekonomian dari satu periode ke periode lainnya.	Indeks Harga Konsumen (IHK)	Melihat data triwulan inflasi yang diambil dari Bank Indonesia dalam satuan ratio (%).
2	Suku Bunga	Menurut (Ningsih & Waspada, 2019) Suku bunga Bank Indonesia (BI Rate) adalah suku bunga kebijakan yang mencerminkan sikap kebijakan moneter yang ditetapkan oleh bank Indonesia dan diumumkan kepada publik.	Kondisi Perekonomian, Kebijakan Moneter Pemerintah, Tingkat Inflasi	Melihat data dari SB7DRR triwulan Bank Indonesia dalam satuan ratio (%).
3	Nilai Tukar	Menurut (Dewi Sartika et al., 2019) merupakan harga atau nilai tukar mata uang lokal terhadap mata uang asing.	Kurs jual, kurs beli dan kurs tengah	Melihat dari data kurs triwulan melalui website resmi Bank Indonesia dalam satuan rupiah.
4	Nilai Perusahaan	Menurut (Permana & Rahyuda, 2019) Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham.	Price to Book Value (PBV).	Diukur menggunakan Price to Book Value (PBV) $PBV = \frac{\text{Harga saham / nilai buku saham}}$

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2017-2022. Dan Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *NonProbability Sampling* dengan metode *Purposive Sampling* dengan menetapkan beberapa kriteria tertentu. Pemilihan kriteria dalam penelitian ini adalah:

1. Perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI

2. Perusahaan makanan dan minuman yang terlisting di BEI minimal tahun 2017
3. Perusahaan makanan dan minuman yang rutin melaporkan laporan keuangannya dalam periode triwulan.

Berdasarkan kriteria tersebut, didapatkan sampel sebanyak 13 perusahaan sektor makanan dan minuman dari 41 populasi.

**Tabel 1 Daftar Perusahaan yang menjadi sampel**

No	Nama Perusahaan	Kode Perusahaan
1	PT. Akasha Wira International Tbk	ADES
2	PT. Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk	AISA
3	PT. Tri Banyan Tirta Tbk	ALTO
4	PT. Bumi Teknokultura Unggul Tbk	BTEK
5	PT. Budi Starch & Sweetener Tbk	BUDI
6	PT. Delta Jakarta Tbk	DLTA
7	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	ICBP
8	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk	INDF
9	PT. Multi Bintang Indonesia Tbk	MLBI
10	PT. Mayora Indah Tbk	MYOR
11	PT. Nippon Indosat Corpindo Tbk	ROTI
12	PT. Sekar Bumi Tbk	SKBM
13	PT. Ultra Jaya Milk Industry	ULTJ

Sumber: Bursa Efek Indonesia (data diolah)

**Teknik Analisis Data**

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten.

- 1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji variabel independen dan dependen atau keduanya memiliki distribusi normal dalam model regresi. Uji normalitas pada penelitian ini akan menguji apakah data Inflasi (X1), Suku Bunga (X2), Nilai Tukar Rupiah (X3), dan Nilai Perusahaan (Y) merupakan data normal atau tidak. Untuk menentukan apakah variabel berdistribusi normal atau

tidak yaitu dengan cara menganalisa grafik normalitas P-Plot Kolmogorov-Smirnov.

### 1.2 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk melihat apakah ada hubungan antara *linear error* serangkaian observasi yang diurutkan menurut waktu (*data time series*) (Digdowiseiso, 2017). Uji autokorelasi pada penelitian ini menggunakan uji *Durbin-Watson*.

### 1.3 Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*)

### 1.4 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2016).

## 2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda merupakan analisis statistik yang menghubungkan antara dua variabel *independent* atau lebih dengan variabel *dependen* (Digdowiseiso, 2017)

### 3. Uji Hipotesis

#### 3.1 Uji Parsial (t)

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas mempunyai pengaruh yang nyata terhadap variabel terikat.

#### 3.2 Uji Simultan F

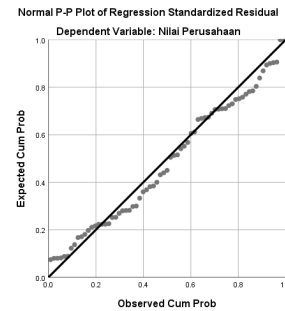
Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas secara keseluruhan memiliki pengaruh yang nyata terhadap variabel terikat secara simultan.

#### 3.3 Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi yaitu mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependen* (Ghozali, 2016)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Normalitas



Gambar 1 Hasil Uji Normalitas Dengan Normal PP-Plot

Sumber: SPSS data diolah (2022)

Hasil uji normalitas dengan menggunakan PP-Plot menunjukkan normalitas data untuk model regresi telah memenuhi asumsi normalitas karena titik-titiknya mengikuti garis diagonal yang dapat diasumsikan bahwa data tersebut terdistribusi secara normal.

Tabel 2 Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			299
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.1277012
			3
Most Extreme Differences	Absolute		.081
	Positive		.081
	Negative		-.070
Test Statistic			.081
Asymp. Sig. (2-tailed)			.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Sumber: SPSS data diolah (2022)

Berdasarkan uji normalitas menggunakan uji *kolmogorov-smirnov* menunjukkan bahwa nilai *test* signifikansi > intensitas nyata. ditunjukkan dengan *Asymp. Sig. (2.tailed)* atau signifikansi residual



sebesar 0,200. Nilai tersebut lebih besar dari intensitas nyata yaitu sebesar 0,05, maka data tersebut dapat disimpulkan bahwa sampel berdistribusi normal.

**Uji Autokorelasi**

**Tabel 3 Uji Autokorelasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.480 <sup>a</sup>	0.231	0.195	1.15343	2.293

a. Predictors: (Constant), Nilai Tukar, Inflasi, Suku Bunga

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: SPSS data diolah (2022)

Hasil uji autokorelasi diatas dapat diketahui bahwa diperoleh nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 2,293. Dari tabel statistik Durbin-Watson ditentukan bahwa jika jumlah variabel bebas sebanyak 3 yang berarti  $k=3$ , taraf signifikan sebesar 0,05, dan sampel sebanyak 69 yang berarti  $n=69$ , maka nilai batas bawah (du) sebesar 1,702. Nilai Durbin-Watson yang diperoleh berada diantara  $1,702 < 2,293 < 2,298$ , dapat diambil kesimpulan bahwa model regresi dengan nilai perusahaan sebagai variabel dependen dapat dinyatakan tidak terjadi autokorelasi.

**Uji Multikolinearitas**

**Tabel 4 Uji Multikolinearitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

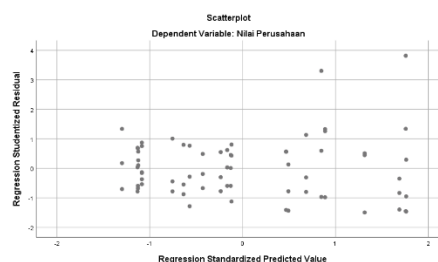
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Inflasi	0.919	1.088
	Suku Bunga	0.919	1.088
	Nilai Tukar	0.991	1.009

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: SPSS data diolah (2022)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel diatas dapat diketahui bahwa seluruh variabel independen memiliki *tolerance* lebih besar dari 0,10 yaitu 0,919, 0,919, dan 0,991. Hasil perhitungan VIF juga menunjukkan hal yang sama dimana variabel independen memiliki nilai VIF tidak ada yang lebih besar dari 10 yaitu 1,088, 1,088, dan 1,009. Tabel di atas dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam metode ini.

**Uji Heteroskedastisitas**



**Gambar 2 Uji Heteroskedastisitas**

Sumber: SPSS data diolah (2022)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada gambar diatas dapat dilihat bahwa pola titik-titik menyebar secara acak dan tidak berkumpul di satu tempat membentuk pola tertentu serta menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak ada atau tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

## Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 5 Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.577	3.173		0.497	0.621
	Inflasi	-0.021	0.130	-0.018	-0.159	0.874
	Suku Bunga	0.707	0.169	0.475	4.187	0.000
	Nilai Tukar	0.000	0.000	-0.069	-0.634	0.528

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: SPSS data diolah (2022)

1. Nilai koefisien untuk variabel inflasi (X1) sebesar -0,021 dan bertanda negatif. Nilai tersebut menunjukkan apabila inflasi mengalami penurunan 1% dengan asumsi variabel independen lainnya tetap, maka Nilai Perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 0,021.

2. Nilai koefisien untuk variabel suku bunga (X2) sebesar 0,707 dan bertanda positif. Nilai tersebut menunjukkan apabila suku bunga mengalami kenaikan 1% dengan asumsi variabel independen lainnya tetap, maka Nilai Perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 0,707.

3. Nilai koefisien untuk variabel nilai tukar (X3) sebesar -0,000 dan bertanda negatif. Nilai tersebut menunjukkan apabila nilai tukar mengalami penurunan 1% dengan asumsi variabel independen lainnya tetap, maka Nilai Perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 0,000.

## Hasil Pengujian Hipotesis

### Hasil Uji Parsial (t)

Tabel 6 Uji Parsial

Coefficients <sup>a</sup>		
Model	t	Sig.
1		
	(Constant)	0.497 0.621
	Inflasi	-0.159 0.874
	Suku Bunga	4.187 0
	Nilai Tukar	-0.634 0.528

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: SPSS data diolah (2022)

1.  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak yang artinya secara parsial variabel inflasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hal tersebut terjadi karena hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung  $-0,159 < 1,99714$  (t tabel) dan nilai signifikansi inflasi sebesar  $0,874 > 0,05$  (taraf signifikansi yang disyaratkan).
2.  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang artinya secara parsial variabel suku bunga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hal tersebut terjadi karena hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung  $4,187 > 1,99714$  (t tabel) dan nilai signifikansi inflasi sebesar  $0,000 < 0,05$  (taraf signifikansi yang disyaratkan).
3.  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak yang artinya secara parsial variabel Nilai Tukar berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hal tersebut terjadi karena hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung  $-0,634 < 1,99714$  (t tabel) dan nilai signifikansi suku bunga sebesar  $0,528 > 0,05$  (taraf signifikansi yang disyaratkan)

Tabel 7 Uji Simultan

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	25.943	3	8.648	6.500	.001 <sup>b</sup>
Residual	86.476	295	1.330		
Total	112.420	298			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Nilai Tukar, Inflasi, Suku Bunga

Sumber: SPSS data diolah (2022)

Berdasarkan hasil diatas menunjukkan bahwa secara bersama-sama Inflasi, Suku Bunga, dan Nilai Tukar Rupiah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hal tersebut terjadi akibat taraf signifikansi hasil perhitungan < taraf signifikansi yang disyaratkan. Hasil menunjukkan bahwa taraf signifikansi hasil perhitungan yaitu sebesar 0,001 < daripada taraf signifikansi yang disyaratkan yaitu sebesar 0,05, maka H0 ditolak dan H1 diterima. Kesimpulannya adalah terdapat pengaruh secara simultan yang signifikan antara variabel inflasi, suku bunga dan nilai tukar rupiah terhadap variabel Nilai Perusahaan.

**Koefisien Determinasi (R2)**

Tabel 8 Koefisien Determinasi

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.480 <sup>a</sup>	0.231	0.195	1.15343	2.293

a. Predictors: (Constant), Nilai Tukar, Inflasi, Suku Bunga

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: SPSS data diolah (2022)

Berdasarkan pada tabel 8 diperoleh angka *Adjusted R Square* sebesar 0,195. Hal tersebut menunjukkan bahwa 19,5% variabel Nilai Tukar dipengaruhi oleh Inflasi, Suku Bunga, dan Nilai Tukar Rupiah. Sisanya

sebesar 80,5%, variabel Nilai Tukar dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

**PEMBAHASAN**

**Pengaruh Inflasi terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa nilai koefisien variabel Inflasi sebesar -0,159 dengan nilai signifikansi sebesar 0,874 lebih besar dari taraf signifikansi sebesar 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa Inflasi secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2022. Inflasi yang sangat tinggi dapat mengganggu perekonomian secara umum karena selain dapat menurunkan daya beli karena penurunan nilai mata uang juga dapat meningkatkan resiko penurunan pendapatan riil masyarakat. Inflasi bernilai negatif (tidak searah) artinya kenaikan inflasi menyebabkan turunnya nilai perusahaan. Saat inflasi meningkat maka akan terjadi penurunan kinerja perusahaan, karena sektor riil tidak berkembang, investasi menjadi lambat, dan hal terburuk banyak perusahaan melakukan PHK terhadap karyawannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu (L. Japhar., M. Mangantar., 2020), (Samudra & Widyawati, 2018) dan (Diani, 2020) yang menyatakan bahwa inflasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Dilihat dari sudut pandang investor inflasi ini tidak mempengaruhi nilai perusahaan karena investor lebih memperhatikan bagaimana cara perusahaan menghasilkan laba yang tinggi sehingga akan menghasilkan return yang tinggi bagi para investor. Investor juga yakin bahwa perusahaan memiliki strategi khusus dalam menghadapi inflasi di Indonesia, sehingga besar kecilnya inflasi tidak mempengaruhi laba yang akan diperoleh oleh perusahaan. Strategi khusus

yang bisa diterapkan perusahaan seperti menekan biaya produksi, operasional dan pemasaran yang tidak perlu.

### **Pengaruh Suku Bunga Terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa nilai koefisien variabel Suku Bunga sebesar 4,187 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa Suku Bunga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2022. Artinya bahwa semakin tinggi nilai BI Rate maka nilai perusahaan akan naik dan berlaku sebaliknya, jika nilai BI Rate mengalami penurunan maka nilai perusahaan akan menurun (Ningsih & Waspada, 2019).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu (Ningsih & Waspada, 2019) dan (Noviyanti et al., 2019) yang menyatakan bahwa suku bunga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Para pelaku pasar modal tidak terpengaruhi oleh kenaikan dan penurunan suku bunga yang sifatnya hanya sementara, pelaku pasar modal lebih mengutamakan return jangka panjang, kemudian dapat disimpulkan bahwa kenaikan atau penurunan tingkat suku bunga dilihat dari sudut pandang investor hanya untuk mengendalikan inflasi dan penurunan nilai tukar rupiah saja bukan untuk menurunkan nilai perusahaan.

### **Pengaruh Nilai Tukar Terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa nilai koefisien variabel Nilai Tukar sebesar -0,634 dengan nilai signifikansi sebesar 0,528 lebih besar dari taraf signifikansi sebesar 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa Nilai

Tukar secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2022. Pengaruh nilai tukar yang negatif menunjukkan bahwa Nilai Tukar mempunyai (arah negatif) terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai tukar dollar Amerika atau melemahnya nilai rupiah, bisa menurunkan nilai perusahaan (Pujiati & Hadiani, 2020). Melemahnya rupiah tersebut akan meningkatkan beban pembelian untuk bahan baku makanan dan minuman yang di impor dan bisa berdampak pada naiknya beban untuk produksi dan turunnya profitabilitas perusahaan, sehingga berimbas pada penurunan kinerja perusahaan (Pasaribu et al., 2019). Penurunan kinerja perusahaan akan berakibat pada penurunan aktiva dan nilai buku saham. Nilai perusahaan yang dihitung menggunakan PBV (perbandingan antara harga saham dan nilai buku saham) akan mengalami penurunan akibat naiknya nilai buku saham.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian (Anggraini & Hidayat, 2021) dan (Kusuma, 2016) yang menyatakan bahwa nilai tukar berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Dikatakan tidak signifikan artinya rata-rata nilai tukar selama tahun 2017 - 2022 tidak mengalami perubahan yang jauh atau perubahannya kecil, sehingga nilai tukar berpengaruh kecil terhadap nilai perusahaan. Hal inilah yang menjadi alasan mengapa nilai tukar berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

### **Pengaruh Inflasi, Suku Bunga, dan Nilai Tukar Terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan (uji f) ketiga variabel yaitu Inflasi, Suku Bunga, dan Nilai Tukar berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan karena nilai f sebesar 6,500

dengan nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$  sehingga hipotesis keempat diterima. Nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) yang diperoleh dari tabel 4.11 sebesar 0,195 atau 19,5%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel dependen atau Nilai Perusahaan mampu dijelaskan oleh variabel dependen atau Inflasi, Suku Bunga, dan Nilai Tukar sebesar 19,5%. Sedangkan sisanya dijelaskan 80,5% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian (Ardelia Rezeki Harsono, 2018) yang mengungkapkan bahwa Inflasi, Suku Bunga, dan Nilai Tukar berpengaruh secara simultan terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian (Nursalim et al., 2018) juga mengungkapkan bahwa Inflasi, Suku Bunga, dan Nilai Tukar berpengaruh secara simultan terhadap Nilai Perusahaan.

## KESIMPULAN

1. Secara parsial variabel Inflasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2022.
2. Secara parsial variabel Suku Bunga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2022.
3. Secara parsial variabel Nilai Tukar berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2022.
4. Variabel Inflasi, Suku Bunga, dan Nilai Tukar secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek

Indonesia (BEI) periode 2017-2022.

## KETERBATASAN PENELITIAN

Mengacu pada keterbatasan dalam penelitian ini, diharapkan penelitian selanjutnya diharapkan untuk menambah periode penelitian juga membahas faktor - faktor lain yang belum diteliti dalam penelitian ini seperti harga saham, ukuran perusahaan maupun menambah objek penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, C., & Ardiansari, A. (2015). Pengaruh Faktor Ekonomi Makro dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *Management Analysis Journal*, 4(1), 10-21.
- Akmalia, A., Dio, K., & Hesty, N. (2017). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2015) Alien. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 8(2). <https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i3.11134>
- Alam, N., & Gupta, A. (2018). Does hedging enhance firm value in good and bad times. *International Journal of Accounting and Information Management*, 26(1), 132-152. <https://doi.org/10.1108/IJAIM-03-2017-0041>
- Ali, B. O. (2021). The international journal of accounting and business society. *The International Journal of Accounting and Business Society*, 26(1), 56-89.
- Anggraini, R., & Hidayat, I. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Nilai Tukar terhadap Nilai Perusahaan Farmasi yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(1), 1-18.
- Ardelia Rezeki Harsono. (2018). Pengaruh Inflasi, Suku Bunga dan Nilai Tukar Rupiah Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan. *Journal Administrasi Bisnis*, 60, 2. [//repository.unjani.ac.id/index.php?](https://repository.unjani.ac.id/index.php?)

- =show\_detail&id=993&keywords=
- Bank Indonesia. (2020a). Kinerja Perekonomian dan Sinergi Kebijakan Nasional di Periode Covid-19. *Laporan Perekonomian Indonesia 2020*, 26. [https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/Documents/4\\_LPI2020\\_BAB2.pdf](https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/Documents/4_LPI2020_BAB2.pdf)
- Bank Indonesia. (2020b). *Tujuan Kebijakan Moneter*. 67. <https://kampusmerdeka.kemdikbud.go.id/web/about/tujuan>
- BI. (2022). *Data Inflasi*. BI. <https://www.bi.go.id/id/statistik/indikator/data-inflasi.aspx>
- BI7DRR. (2022). *BI-7Day-RR*.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2011). *Manajemen Keuangan* (Edisi 8 Bu). Erlangga.
- Buchanan, B., Cao, C. X., & Chen, C. (2018). Corporate social responsibility, firm value, and influential institutional ownership. *Journal of Corporate Finance*, 52(October), 73–95. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2018.07.004>
- Capasso, S., Napolitano, O., & Viveros Jiménez, A. L. (2019). The long-run interrelationship between exchange rate and interest rate: the case of Mexico. *Journal of Economic Studies*, 46(7), 1380–1397. <https://doi.org/10.1108/JES-04-2019-0176>
- Chandra, K. (2019). the Effect of Inflation Levels and Oil Prices on Stock Return Food and Beverage. *Business and Entrepreneurial Review*, 17(2), 135. <https://doi.org/10.25105/ber.v17i1.5192>
- Dewi Sartika, U., Siddik, S., & Choiriyah, C. (2019). Pengaruh Inflasi, Suku Bunga, Nilai Tukar, Dan Produk Domestik Bruto Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 75. <https://doi.org/10.32502/jimn.v8i2.1821>
- Diani, N. P. (2020). PENGARUH STRUKTUR MODAL, PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, INFLASI, DAN SUKU BUNGA TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Vol. 8, Issue 75) [Universitas Pendidikan Indonesia]. <https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125798%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.smr.2020.02.002%0Ahttp://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/810049%0Ahttp://doi.wiley.com/10.1002/anie.197505391%0Ahttp://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090409500205%0Ahttp://>
- Digdowiseiso, K. (2017). Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis. In Suharyono (Ed.), *Universitas Pendidikan Indonesia* (cet. 1, Vol. 1, Issue Metodologi Penelitian). Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS).
- Ekanda, M. (2014). *Ekonomi Internasional* (N. I. Sallama (ed.); Cetakan 1). Erlangga.
- Fadly Bahrhun, M., Tifah, T., & Firmansyah, A. (2020). Pengaruh Keputusan Pendanaan, Keputusan Investasi, Kebijakan Dividen, Dan Arus Kas Bebas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 8(3), 263–276. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v8i3.358>
- Firdaus, N. I., Dewi, A. S., & Iradianty, A. (2017). Volatility Spillover USD-IDR Exchange Rate With Indonesia Stock Price. *Trikonomika*, 16(1), 1. <https://doi.org/10.23969/trikononika.v16i1.415>
- Frensidy, B., & Mardhaniaty, T. I. (2019). The Effect of Hedging with Financial Derivatives on Firm Value at Indonesia Stock Exchange. *Economics and Finance in Indonesia*, 65(1), 20. <https://doi.org/10.47291/efi.v65i1.614>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasanah, E. N. (2017). INFLATION, INTEREST RATE AND CREDIT RATE IN INDONESIA. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 17(2)(July 2005), 93–101. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Hayati, R. N. (2022). *Pemulihan Perekonomian Indonesia Setelah Kontraksi Akibat Pandemi Covid-19*. KPKNL Banjarmasin. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpnl-banjarmasin/baca-artikel/14769/Pemulihan-Perekonomian-Indonesia-Setelah->

- Kontraksi-Akibat-Pandemi-Covid-19.html
- Hendayana, Y., & Riyanti, N. (2019). Pengaruh inflasi, suku bunga, likuiditas, dan leverage terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 36–48.
- Husnan, S., & Pudjiastuti, E. (2012). *Dasar-dasar manajemen keuangan* (Ed.4 Cet.1). UPP AMP YKPN.
- Hyde, S. (2007). The response of industry stock returns to market, exchange rate and interest rate risks. *Managerial Finance*, 33(9), 693–709. <https://doi.org/10.1108/03074350710776244>
- Indonesia, B. (2020). *Apa Itu BI-7 Day Reverse Repo Rate (BI7DRR)*. Bi.Go.Id.
- Kusuma, J. T. (2016). ANALISIS PENGARUH FAKTOR INTERNAL DAN FAKTOR EKSTERNAL PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Vol. 152, Issue 3) [Universitas Muhammadiyah Surakarta]. [file:///Users/andreataquez/Downloads/guia-plan-de-mejora-institucional.pdf%0Ahttp://salud.tabasco.gob.mx/content/revista%0Ahttp://www.revistaalad.com/pdfs/Guias\\_ALAD\\_11\\_Nov\\_2013.pdf%0Ahttp://dx.doi.org/10.15446/revfacmed.v66n3.60060.%0Ahttp://www.cenetec](file:///Users/andreataquez/Downloads/guia-plan-de-mejora-institucional.pdf%0Ahttp://salud.tabasco.gob.mx/content/revista%0Ahttp://www.revistaalad.com/pdfs/Guias_ALAD_11_Nov_2013.pdf%0Ahttp://dx.doi.org/10.15446/revfacmed.v66n3.60060.%0Ahttp://www.cenetec).
- L. Japhar., M. Mangantar., D. N. B. (2020). Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(4), 310–321.
- LPS. (2021). *Indikator Likuiditas*. April.
- Lubis, I. L., Sinaga, B. M., & Sasongko, H. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(3), 458–464. <https://doi.org/10.24912/jpa.v4i3.19744>
- Manamgoda, M. G. N., Perera, B. A. K. S., & Perera, C. S. R. (2018). Impact of interest rates of bank loans on road construction: the case of Sri Lanka. *Journal of Engineering, Design and Technology*, 16(4), 518–532. <https://doi.org/10.1108/JEDT-12-2017-0133>
- Ningsih, M. M., & Waspada, I. (2019). Pengaruh Suku Bunga, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan: Studi Empiris Pada Perusahaan Di Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 97–110. <https://doi.org/10.17509/jrak.v7i1.1634>
- Noviyanti, V., Mardani, R. M., & Wahono, B. (2019). Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Tahun 2014-2017. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 8(1), 115–126.
- Nursalim, A. B., Rate, P. V., Baramuli, D. N., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Ratulangi, U. S. (2018). PENGARUH INFLASI , PROFITABILITAS , SOLVABILITAS DAN RATIO AKTIVITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN SEKTOR MANUFAKTUR PERIODE 2015-2018 THE INFLUENCE OF INFLATION , PROFITABILITY , SOLVABILITY AND THE RATIO OF ACTIVITY TO COMPANY VALUE IN THE MANUFACTURING SECT. 9(4), 559–571.
- Pasaribu, U. R., Nuryartono, N., & Andati, T. (2019). Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(3), 441–454. <https://doi.org/10.17358/jabm.5.3.441>
- Permana, A. A. N. B. A., & Rahyuda, H. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, Likuiditas, Dan Inflasi Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 8(3), 1577–1607.
- Pujiati, A., & Hadiani, F. (2020). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Inflasi dan Nilai Tukar terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Applied Islamic Economics and Finance*, 1(1), 160–170. <https://doi.org/10.35313/jaief.v1i1.2400>
- Rumengan, J., Murni, S., Untu, V. N.,

Rumengan, J., Murni, S., & Untu, V. N. (2020). Analisis Faktor Fundamental Terhadap Nilai Perusahaan Industri Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(4), 587-595.

Samudra, Y. P., & Widyawati, N. (2018). PENGARUH INFLASI, SUKU BUNGA, DAN KURS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN Nurul Widyawati. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(8), 1-18. [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

Sukirno, S. (2016). *Makroekonomi Teori Pengantar* (ketiga). Rajawali Pers.



# PENGARUH PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA DAN TRANSFORMASI DIGITAL TERHADAP KEUNGGULAN KOMPETITIF BERKELANJUTAN: DIMEDIASI OLEH PERILAKU INOVATIF UKM (Study Kasus UKM Makanan dan Minuman di Surabaya)

Donny Arif<sup>1</sup>; Mita Uji Safitri<sup>2</sup>; Varid Martah<sup>3</sup>

Universitas Maarif Hasyim Latif, Sidoarjo

Email: <sup>1</sup>[doni\\_arif@dosen.umaha.ac.id](mailto:doni_arif@dosen.umaha.ac.id), <sup>2</sup>[mita\\_uji@student.umaha.ac.id](mailto:mita_uji@student.umaha.ac.id),

<sup>3</sup>[varid\\_martah@dosen.umaha.ac.id](mailto:varid_martah@dosen.umaha.ac.id)

**Abstract:** *This research aims to find out whether human resource development with digital transformation and innovative behavior has an influence on the sustainable competitive advantage of SMEs in Surabaya. This research uses a questionnaire to collect data with a population of SMEs in Surabaya of 59,969 and samples were taken using the Slovin formula with a result of 99.83 and will be rounded to 100. The method used in this research is descriptive quantitative analysis with comparative causality and path analysis. The results of this research show 1) human resource development has a positive and significant effect on innovative behavior, 2) human resource development has a positive and significant effect on sustainable competitive advantage, 3) innovative behavior has a positive and significant effect on sustainable competitive advantage, 4) digital transformation positive and significant effect on innovative behavior, 5) digital transformation has a positive and significant effect on sustainable competitive advantage..*

**Keywords:** *Human Resource Development, Digital Transformation, Sustainable Competitive Advantage, Innovative Behavior*

## PENDAHULUAN

Pandemi covid-19 terdeteksi di Indonesia pada tanggal 2 Maret tahun 2020 serta memberikan dampak ekonomi bagi Usaha Kecil Menengah (UKM). Pelaku UKM sendiri mengalami penurunan dalam penjualan, sehingga jumlah pendapatan menurun. Aktivitas masyarakat yang sebelumnya tidak dibatasi dengan adanya wabah covid-19, saat ini dibatasi untuk menghindari kerumunan akan terkenanya virus corona. Wabah covid-19 membuat pelaku UKM terus berinovasi agar pendapatan membaik. Kemauan dan niat untuk membuat UKM tetap berjalan walaupun terkendala adanya pandemi ini, pelaku UKM harus selalu mengembangkan kreatifitas dan potensi agar penjualan stabil. Menambah wawasan untuk menghadapi kemajuan tekonolgi yang begitu pesat tidak menutup mata dalam memanfaatkan kecanggihan teknologi saat ini. Dilansir [umkmkoperasi.com](http://umkmkoperasi.com) peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) atau usaha Kecil

Menengah (UKM) dalam pertumbuhan perekonomian suatu negara dinilai penting. UMKM memiliki kontribusi besar dan krusial bagi perekonomian Indonesia, dilansir [beritasatu.com](http://beritasatu.com) menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) Teten Masduki mengungkapkan, pandemi covid-19 telah mendorong banyak pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) untuk bertransformasi ke dalam platform digital. UKM di masa pandemi harus tetap bertahan, agar tetap bertahan dengan adanya sumber daya manusia yang maju dan berkembang dalam berinovasi.

Sumber Daya Manusia (SDM) mempunyai peran didalam UKM untuk menghadapi dimasa pandemi covid-19. Menurut (Dehasen et al., 2020) sumber daya manusia aset penting sebagai perencana, pelaku, untuk mencapai keunggulan kompetitif di era globalisasi serta dalam pengembangan SDM, untuk mengembangkannya bisa dilakukan dengan pendidikan dan pelatihan, karena dapat mempengaruhi kualitas sumber daya

manusia yang ada, Indikator dalam pengembangan sumber daya manusia ada empat yaitu produktivitas kerja, efisiensi, pelayanan, moral serta karir, dalam mengembangkan sumber daya manusia dengan memperhatikan pendidikan dan pelatihan agar meningkatkan kemampuan mengenai pelayanan terhadap pelanggan.

Mengembangkan sumber daya manusia merupakan cara untuk menjadikan peran penting bagi UKM, dengan adanya pengembangan sumber daya manusia menjadi penyebab utama dalam mendorong pelatihan penerimaan teknologi untuk meningkatkan keterampilan, mengenai kemampuan inovasi akan kemauan belajar tentang UKM, agar bisa menciptakan kreativitas dan mengarah pada inovasi di dalam persaingan, karena dalam bisnis akan menghadapi berupa tantangan untuk menurunkannya dengan cara mengeksplorasi inovasi seperti inovasi produk, inovasi proses serta inovasi mengenai model bisnis (Banmairuoy et al., 2021). Dalam berinovasi terdapat tempat untuk mengeluarkan ide-ide baru dan itu merupakan perilaku yang inovatif, perilaku inovatif mempunyai beberapa aspek yang terdiri dari ide-ide baru, eksplorasi tentang peluang, ide dalam promosi serta aplikasi indikator dari perilaku inovatif berupa determinan inovasi yang diidentifikasi, hasil dari inovasi, dan kinerja instansi (Banmairuoy et al., 2021).

Pengembangan sumber daya manusia pada UKM sebagai penentu peningkatan keterampilan, kemampuan bekerja dalam menghadapi perkembangan teknologi dengan menciptakan semangat inovatif, mengenai platform digital untuk menghadapi persaingan (Ong & Mahazan, 2020). Dalam pengembangan sumber daya manusia membuat kemampuan dan pengetahuan untuk menjadikan dasar dari keunggulan kompetitif berkelanjutan, karena dengan adanya keunggulan kompetitif berkelanjutan akan membuat UKM bertahan dalam jangka waktu yang lama, keunggulan kompetitif berkelanjutan, dengan ini indikator keunggulan kompetitif berkelanjutan keuangan dengan maksud memperhatikan pada tingkat laba yang

membuat penjualan meningkat, non keuangan memperhatikan tentang kepuasan dan loyalitas pelanggan (Banmairuoy et al., 2021), SDM sendiri mempunyai peran dalam keberhasilan suatu bisnis dalam mengarahkannya agar menjadi sumber keunggulan kompetitif yang baik dengan cara menjadikan SDM kunci keunggulan kompetitif yang tidak mudah ditiru, karena dengan SDM yang telah diolah dengan baik maka bisa dilihat kompetensinya, dengan itu akan berpengaruh pada keterampilannya, keahlian dan menyelaraskan dengan sistem yang ada (Ong & Mahazan, 2020).

Semakin menguasai kemampuan dalam berinovasi, menanggapi perubahan yang ada serta fokus pada strategi bisnis agar bisa mewujudkan keunggulan dalam bersaing yang akan terus terjadi pada pasar lama maupun baru merupakan pengaruh dalam memperkuat keunggulan kompetitif, yang mempunyai indikator diferensiasi, durabilitas, imitabilitas, keunggulan biaya (Asyhari et al., 2018). Dalam mengembangkan UKM perlu meningkatkan tentang inovasi proses yang akan menumbuhkan kemampuan dalam mencari ide dan penerapannya untuk membentuk suatu produk serta memproses dengan baik, dan memiliki beberapa indikator dalam perubahan bahan baku, perubahan desain produk, perubahan *finishing* produk (Asyhari et al., 2018). Pelaku UKM mempunyai peluang dalam menyelamatkan perekonomian, layaknya kualitas produk, jaringan dalam pemasaran, dengan cara memperkuat keunggulan kompetitif (Ulfa, 2020). Keunggulan kompetitif sendiri mempunyai pengertian yaitu penyampaian suatu nilai yang superior ke konsumen sehingga perusahaan dan stakeholders mendapatkan keuntungan rata-rata (Ulfa, 2020), dalam memperoleh keuntungan dipersaingan bisnis harus mempertimbangkan cara berinovasi, teknologi informasi agar strategi yang dipilih tepat untuk mendapatkan keuntungan, karena faktor penentu keunggulan kompetitif berkelanjutan (Ulfa, 2020).

Pencarian konsumen dalam keunggulan kompetitif merupakan hal untuk mencari tahu perbedaan dengan pesaing karena

adanya pelanggan bisa bertahan berdasarkan nilai yang ada, dengan menempatkan cara yang baik dengan memberikan produk yang berbeda bahkan unik atau pada jasa agar posisi yang kompetitif tetap bertahan (Ulfa, 2020). Sikap pelanggan dimasa pandemi berpengaruh bagi pelaku UKM, pola pikir konsumen dampak dari lingkungan teknologi dan lingkungan sosial terkait kebutuhan apa yang memang harus dibeli, karena lebih mementingkan nilai dan mengabaikan harga, nilai ditambah dengan kombinasi yang unik dari atribut pada suatu produk serta servis bagi pelanggan itu penting (Ulfa, 2020).

Kebutuhan dimasa pandemi membuat perubahan dalam memenuhinya dengan perilaku pelanggan dan memaksa pelaku UKM terus berinovasi untuk unggul dalam transformasi digital yang mempunyai definisi tentang suatu perubahan dengan dibantu berkembangnya teknologi adanya sumber daya manusia agar dapat memanfaatkan kemajuan teknologi saat ini untuk mengembangkan suatu usaha agar lebih mudah (Widnyani et al., 2021). Setiap tahun perkembangan teknologi mengalami kemajuan, banyak pebisnis dari berbagai bidang menggunakan media digital, dengan kelihaihan dalam memainkan teknologi untuk berkembang cepat agar bisa membaca pasar yang berbasis digital dalam memasarkan dan promosi dengan online (Doi., 2021).

Kurangnya pengetahuan dalam transformasi digital pelaku UKM baik secara teoritis dan implementasi menyebabkan UKM tertinggal untuk informasi issue mutakhir keberlanjutan pertumbuhan dan UKM menjadi belum kompetitif (Eman Sulaiman et al., 2021). Transformasi digital sebuah topik yang hangat untuk didiskusikan mengenai sebuah ide dalam produk, pelayanan, serta mudah dipahami dengan baik pada perkembangannya, baik bagi UKM dalam menjalankan usahanya agar mengantisipasi pada masa pandemi yang mengalami perubahan dalam kebiasaan baru agar mampu bertahan,. Di era transformasi digital diharapkan rencana bisnis untuk kedepannya dapat menyesuaikan keunggulan kompetitifnya serta menggali potensi yang dimiliki melalui inovasi digital,

transformasi digital mempunyai indikator berupa infrastruktur digital, akses keuangan, penawaran dan permintaan keterampilan digital, kepemimpinan, budaya kewirausahaan (Eman Sulaiman et al., 2021). Banyak UKM menggunakan media digital untuk mempertahankan usahanya dimasa pandemi. Transformasi digital didatangkan untuk integrasi teknologi digital serta proses bisnis dalam ekonomi digital (Eman Sulaiman et al., 2021). UKM harus mencari tahu dan menemukan strategi apapun agar mampu menjaga tempat untuk bertahan di persaingan pasar, tentang memahami keunggulan kompetitif sebagai keahlian dalam mempertahankan strategi yang tidak bisa dicapai dimasa persaingan didepan pesaing (Eman Sulaiman et al., 2021).

Masyarakat dalam menggunakan media internet menyebabkan perkembangan dalam pemasaran dengan menggunakan digital dan membuat perubahan pada kebiasaan masyarakat itu sendiri (Hasan et al., 2021). Bisnis online di Indonesia bertambah khususnya bisnis tentang kuliner di perkotaan, dalam pemasaran digital mempunyai indikator dengan membuat website yang efektif, promosi online, berpartisipasi dalam kegiatan masyarakat, serta menggunakan email (Hasan et al., 2021). Pengalaman dalam memahami digital untuk pelaksanaan kegiatan dalam UKM dimasa pandemi seperti ini harus diperhatikan agar mampu dalam beradaptasi mengenai perubahan dan menyelaraskan strategi bisnis yang telah ada supaya mampu mempertahankan usahanya dengan keunggulan kompetitifnya (Rasid et al., 2021).

Produk Domestik Bruto (PDRB) di Jawa Timur terkait peran UMKM pada tahun 2016 hingga tahun 2020. Berawal dari tahun 2016 PDRB dengan persentase pada tahun 2016 (54,42 %), tahun 2017 (56,62 %), tahun 2018 (56,93 %), tahun 2019 (57,26 %), tahun 2020 (57,25 %). Pada tahun 2016 lebih dari (56 %) hingga sekarang, (57,25 %) kontribusi KUMKM terhadap PDRB Jawa Timur pada tahun 2020. Dalam angka tersebut terjadi kontraksi dibanding tahun 2019, tetapi lebih tinggi pada tahun 2018.

UKM di Indonesia memiliki berbagai

macam bidang seperti, *fashion*, kuliner, pendidikan, jasa, agribisnis, travel, kerajinan, teknologi. Dilansir *ukmindonesia.com* yang merasakan dampak terbesar yaitu UKM makanan dan minuman terlebih lagi UKM yang belum tersambung dengan media online. Dilansir *mediaindonesia.com* pelaku UKM makanan yang paling terdampak dimasa pandemi covid-19, dengan minim wisatawan. Penelitian ini akan fokus di kota Surabaya. Dilansir *detik.com* UKM di Surabaya banyak menghadapi penurunan dalam omzetnya, namun ada yang masih tetap naik dan kebanyakan dibidang kuliner, karena pola baru masyarakat dimasa pandemi ini lebih meluangkan banyak aktivitas dan waktu di rumah.

Perubahan pola baru masyarakat saat ini lebih banyak memakai media e-commerce dengan membuat diri merasa aman demi menghindari kontak langsung dan mencegah penularan di masa pandemi. UKM kuliner suatu usaha yang menjualkan berbagai macam makanan dan aneka minuman. Berdasarkan uraian diatas dilakukan penelitian dengan judul Pengaruh Pengembangan Sumber Daya Manusia Dengan Transformasi Digital Terhadap Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan Peran Mediasi Perilaku Inovatif Ukm.

Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan dan menghadirkan kebaruan dalam beberapa aspek. Penelitian ini mengintegrasikan dua dimensi penting, yaitu pengembangan sumber daya manusia dan transformasi digital, untuk memahami bagaimana keduanya secara bersama-sama memengaruhi keunggulan kompetitif berkelanjutan pada UKM. Pendekatan ini mencerminkan relevansi dan kompleksitas tantangan yang dihadapi oleh UKM dalam menghadapi perubahan ekonomi digital.

Penelitian ini mengidentifikasi perilaku inovatif sebagai mediator dalam hubungan antara pengembangan sumber daya manusia, transformasi digital, dan keunggulan kompetitif berkelanjutan. Pemahaman lebih mendalam tentang bagaimana inovasi berperan sebagai penghubung antar variabel-variabel tersebut dapat memberikan pandangan yang lebih kaya dan relevan.

Penelitian ini memfokuskan pada sektor

UKM makanan dan minuman di Surabaya, memberikan konteks yang spesifik dan aplikatif. Hal ini meningkatkan keberterimaan hasil penelitian, karena memberikan pandangan yang lebih akurat terkait dampak pengembangan sumber daya manusia dan transformasi digital pada keunggulan kompetitif berkelanjutan di sektor bisnis yang khusus.

Penggunaan analisis jalur dalam penelitian ini memberikan kontribusi terhadap metodologi penelitian. Dengan menganalisis jalur, penelitian ini tidak hanya mengidentifikasi hubungan antar variabel, tetapi juga menyajikan sejauh mana dan melalui jalur apa pengaruh-pengaruh tersebut terjadi. Hal ini dapat membantu dalam menyusun rekomendasi kebijakan yang lebih terarah.

Melalui penggabungan aspek-aspek inovatif dan metodologi yang cermat, penelitian ini menjadi sumbangan yang berharga dalam pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi keunggulan kompetitif berkelanjutan pada UKM di era transformasi digital.

#### **Rumusan Masalah:**

1. Bagaimana pengaruh pengembangan sumber daya manusia terhadap perilaku inovatif UKM di Surabaya?
2. Bagaimana pengaruh pengembangan sumber daya manusia terhadap keunggulan kompetitif berkelanjutan di Surabaya?
3. Bagaimana pengaruh perilaku inovatif UKM terhadap keunggulan kompetitif berkelanjutan di Surabaya?
4. Bagaimana pengaruh transformasi digital terhadap perilaku inovatif UKM di Surabaya?
5. Bagaimana pengaruh transformasi digital terhadap keunggulan kompetitif berkelanjutan di Surabaya ?

#### **TINJAUAN PUSTAKA**

1. Pengaruh Pengembangan SDM terhadap Perilaku Inovatif UKM  
Pengembangan SDM secara tidak langsung mempengaruhi perilaku inovatif pada UKM, dengan adanya pengembangan SDM menyebabkan

keinginan terus belajar akan pengetahuan tentang ide-ide baru supaya bisa menambah inovasi untuk meningkatkan kinerja di UKM agar bisa menncapai tujuan yang diinginkan seperti mendapatkan keuntungan (Banmairuoy et al., 2021).

2. Pengaruh Pengembangan SDM terhadap Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan  
Pengembangan sumber daya manusia tidak berpengaruh langsung secara signifikan terhadap keunggulan kompetitif berkelanjutan. Sumber daya manusia sendiri merupakan aset langka dengan keyakinan, keterampilan yang dimiliki memberikan keunggulan kompetitif berkelanjutan bagi UKM ,Jika adanya pengetahuan pengembangan sumber daya manusia secara tidak langsung mempengaruhi keunggulan kompetitif berkelanjutan dengan melalui komponen suatu inovasi organisasi yang mempunyai ide-ide baru sebuah dasar dari pengembangan sumber daya manusia melalui pelatihan (Banmairuoy et al., 2021)
3. Pengaruh Perilaku Inovatif UKM terhadap Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan.  
Dalam adanya perilaku inovatif dalam suatu perusahaan, UKM berpengaruh langsung terhadap keunggulan kompetitif berkelanjutan, karena inovasi mempunyai pengetahuan dalam mengeksplorasi sebuah hal yang baru untuk bersaing di era yang dihadapi sekarang maupun akan datang dalam waktu yang lama dengan adanya perubahan dalam era yang akan datang maka perilaku inovatif berpengaruh pada keunggulan kompetitif berkelanjutan (Banmairuoy et al., 2021)
4. Pengaruh Transformasi Digital terhadap Perilaku Inovatif UKM  
Transformasi digital berpengaruh bagi perilaku inovatif UKM, dengan adanya transformasi digital bisa memperluas tentang inovasi dalam berbisnis karena dengan adanya perilaku inovatif membantu dalam meningkatkan tentang digitalisasi (Eman Sulaiman et al., 2021)
5. Pengaruh Transformasi Digital terhadap Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan.

Transformasi digital berpengaruh pada keunggulan kompetitif berkelanjutan dengan adanya Transformasi digital dapat membantu menjembatani konsep yang akan membuat UKM menjadi keunggulan kompetitif berkelanjutan untuk menghadapi insutry 4.0 disaat masa pandemi untuk menghadapi persaingan kedepan dalam waktu yang lama (Eman Sulaiman et al., 2021).

## METODOLOGI

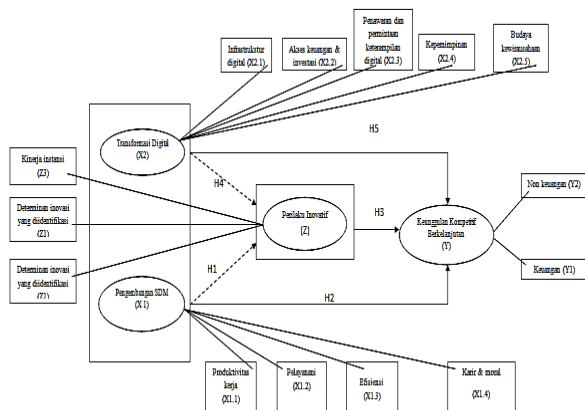
Metode penelitian ini menggunakan kuantitatif, dengan desain penelitian kausal komparatif. Dalam penelitian ini analisis jalur yang digunakan ialah penggabungan regresi linier berganda dengan model mediasi.

- a. Variabel pengembangan Sumber daya Manusia (X1) berpengaruh terhadap variabel Keunggulan kompetitif berkelanjutan (Y) secara langsung dan secara tidak langsung melalui variabel moderator perilaku inovatif (Z).
- b. Variabel Transformasi Digital (X2) berpengaruh terhadap variabel Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan(Y) secara langsung dan secara tidak langsung melalui variabel moderator Perilaku Inovatif (Z).

Dalam model ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Variabel X berfungsi sebagai variabel eksogen (mempengaruhi) terhadap variabel Y.
2. Variabel Z memiliki dua fungsi:
  - a. Fungsi pertama adalah sebagai variabel endogen (mendapat pengaruh) dari variabel eksogen X.

- b. Fungsi kedua adalah sebagai variabel eksogen perantara untuk melihat pengaruh X terhadap Y melalui Z



Gambar Kerangka Konseptual

## HASIL

### Bentuk Pertama

- a. Dependent Z (perilaku inovatif)
 

Dalam koefisien pada jalur pertama :

  1. Pada tabel 4.50 nilai signifikan pada X1 (pengembangan sumber daya manusia) sebesar 0,004 sedangkan X2 (transformasi digital) nilai signifikan sebesar 0,001 dimana X1 & X2 sama-sama lebih kecil < 0,05 . maka menyimpulkan dalam jalur model pertama atau regresi model 1 variabel X1 (pengembangan sumber daya manusia) serta X2 (transformasi digital) berpengaruh signifikan terhadap variabel Z (perilaku inovatif).
  2. Untuk nilai R Square pada tabel 4.49 atau model summary mempunyai nilai sebesar 0,273, dimana pengaruh X1 (pengembangan sumber daya manusia), X2 (transformasi digital) terhadap Z (perilaku inovatif) nilainya sebesar 27,3% dan memiliki sisa 72,7%, termasuk kontribusi dari variabel lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian, dari nilai e1 sendiri dapat dicari dengan rumus  $e1 = \sqrt{1 - 0,273} = 0,852$ , sedangkan untuk nilai R menunjukkan besarnya pengaruh dari variabel pengembangan sumber daya manusia (X1), dan transformasi digital (X2), terhadap perilaku inovatif (Z) sebesar 0,526 atau 52,6%.

3. Pada tabel 4.50 dengan nilai konstant 18,222 yang menunjukkan adanya pengaruh positif pada variabel pengembangan sumber daya manusia (X1), transformasi digital (X2) dan dimana dari variabel tersebut berpengaruh dalam satu satuan maka variabel perilaku inovatif (Z) akan naik atau terpenuhi.
4. Pada tabel 4.50 nilai koefisien regresi pada variabel pengembangan sumber daya manusia (X1) terhadap variabel perilaku inovatif (Z) sebesar 25,4% dengan artian kinerja pengembangan sumber daya manusia (X1) mengalami kenaikan satu satuan, maka perilaku inovatif akan mengalami kenaikan sebesar 25,4%, koefisien 25,4% memiliki nilai positif antara kinerja pengembangan sumber daya manusia (X1) dan perilaku inovatif (Z) hubungan positif, kenaikan dalam variabel pengembangan sumber daya manusia (X1) akan mengakibatkan kenaikan pada variabel perilaku inovatif (Z).
5. Pada tabel 4.50 dimana nilai koefisien regresi pada variabel transformasi digital (X2) terhadap variabel perilaku inovatif (Z) sebesar 21,9% dengan artian kinerja transformasi digital (X2) mengalami kenaikan satu satuan, maka perilaku inovatif akan mengalami kenaikan sebesar 21,9%, koefisien 21,9% memiliki nilai positif antara kinerja transformasi digital (X2) dan perilaku inovatif (Z) hubungan positif, kenaikan dalam variabel transformasi digital (X2) akan mengakibatkan kenaikan pada variabel perilaku inovatif (Z).

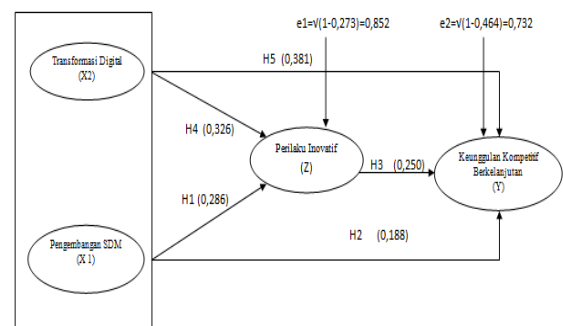
### Bentuk Kedua

1. Pada tabel 4.52 dari nilai signifikan X1 (pengembangan sumber daya manusia) 0,046 , X2 (transformasi digital) dengan nilai signifikan 0,000, (perilaku inovatif) Z sebesar 0,001 dimana X1,X2 dan Z sama-sama memiliki nilai signifikan < 0,05, maka kesimpulan dalam jalur model kedua atau regresi model 2, X1 (pengembangan sumber daya manusia), X2 (transformasi digital), dan variabel (perilaku inovatif) Z berpengaruh

- signifikan terhadap (keunggulan kompetitif berkelanjutan) Y
2. Pada tabel 4.51 model summary yang menunjukkan nilai R Square sebesar 0,464, dimana X1 (pengembangan sumber daya manusia), X2 (transformasi digital) serta Z (perilaku inovatif) terhadap variabel Y (keunggulan kompetitif berkelanjutan) dengan nilai 46,4% dengan sisa 53,6% termasuk dari kontribusi dari variabel yang tidak dilibatkan dalam penelitian, untuk itu nilai dari  $e2 = \sqrt{1-0,464} = 0,732$ , sedangkan untuk nilai R menunjukkan besarnya pengaruh dari variabel pengembangan sumber daya manusia (X1), dan transformasi digital (X2), dan perilaku inovatif (Z) terhadap keunggulan kompetitif berkelanjutan (Y) sebesar 0,674 atau 67,4%.
  3. Pada tabel 4.52 dengan nilai konstant 1,287 yang menunjukkan adanya pengaruh positif pada variabel pengembangan sumber daya manusia (X1), transformasi digital (X2), perilaku inovatif (Z) dan dimana dari variabel tersebut berpengaruh dalam satu satuan maka variabel keunggulan kompetitif berkelanjutan (Y) akan naik atau terpenuhi.
  4. Pada tabel 4.52 dimana nilai koefisien regresi pada variabel pengembangan sumber daya manusia (X1) terhadap variabel keunggulan kompetitif berkelanjutan (Y) sebesar 17,4% dengan artian kinerja pengembangan sumber daya manusia (X1) mengalami kenaikan satu satuan, maka keunggulan kompetitif berkelanjutan akan mengalami kenaikan sebesar 17,4%, koefisien 17,4% memiliki nilai positif antara kinerja pengembangan sumber daya manusia (X1) dan keunggulan kompetitif berkelanjutan (Y) hubungan positif, kenaikan dalam variabel pengembangan sumber daya manusia (X1) akan mengakibatkan kenaikan pada variabel keunggulan kompetitif berkelanjutan (Y).
  5. Tabel 4.52 nilai koefisien regresi pada variabel transformasi digital (X2) terhadap variabel keunggulan

kompetitif berkelanjutan (Y) sebesar 20,8% dengan artian kinerja transformasi digital (X2) mengalami kenaikan satu satuan, maka keunggulan kompetitif berkelanjutan akan mengalami kenaikan sebesar 20,8%, dimana koefisien 20,8% memiliki nilai yang positif antara kinerja transformasi digital dan keunggulan kompetitif berkelanjutan hubungan positif, kenaikan ini dalam variabel transformasi digital akan berakibat pada variabel keunggulan kompetitif berkelanjutan.

6. Tabel 4.52 nilai koefisien regresi pada perilaku inovatif (Z) terhadap variabel keunggulan kompetitif berkelanjutan (Y) sebesar 21,6%, kinerja perilaku inovatif mengalami kenaikan dalam satu satuan maka keunggulan kompetitif berkelanjutan akan mengalami kenaikan sebesar 21,6%, nilai koefisien 21,6% memiliki nilai positif antara kinerja perilaku inovatif dan keunggulan kompetitif berkelanjutan, kenaikan ini dalam variabel perilaku inovatif akan berakibat pada variabel keunggulan kompetitif berkelanjutan.



Gambar 1. Output SPSS

## PEMBAHASAN

1. Pengaruh Pengembangan Sumber Daya Manusia (X1) terhadap Perilaku Inovatif (Z) pada Pelaku UKM di Surabaya.  
Dari hasil pengujian hipotesis yang pertama

dapat menyimpulkan dari variabel pengembangan sumber daya manusia berpengaruh terhadap perilaku inovatif, sehingga berpengaruh signifikan terhadap para pelaku UKM di Surabaya pada perilaku inovatif. Karena dari nilai t-statistik sebesar 3,052 lebih besar dari nilai t-tabel 1,984 dengan signifikan yang jumlahnya 0,004 lebih kecil dari 0,05. dengan nilai R Square pada tabel 4.49 berjumlah 27,3%. Yang memiliki sisa 72,7% termasuk kontribusi dari variabel lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian, nilai R menunjukkan besarnya pengaruh dari variabel pengembangan sumber daya manusia (X1), dan transformasi digital (X2), terhadap perilaku inovatif (Z) sebesar 0,526 atau 52,6%.

Pada tabel 4.50 dengan nilai konstant 18,222 yang menunjukkan adanya pengaruh positif pada variabel pengembangan sumber daya manusia (X1), transformasi digital (X2) dan dimana dari variabel tersebut berpengaruh dalam satu satuan maka variabel perilaku inovatif (Z) akan naik atau terpenuhi.

Pada tabel 4.50 nilai koefisien regresi pada variabel pengembangan sumber daya manusia (X1) terhadap variabel perilaku inovatif (Z) sebesar 25,4% jika kinerja pengembangan sumber daya manusia (X1) mengalami kenaikan satu satuan, maka perilaku inovatif akan mengalami kenaikan sebesar 25,4%, koefisien 25,4% memiliki nilai positif antara kinerja pengembangan sumber daya manusia (X1) dan perilaku inovatif (Z) hubungan positif, kenaikan dalam variabel pengembangan sumber daya manusia (X1) akan mengakibatkan kenaikan pada variabel perilaku inovatif (Z).

Maka hipotesis pertama terdukung secara statistik dimana variabel pengembangan sumber daya manusia terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap prestasi kerja baik secara parsial maupun simultan menurut (Dehasen et al., 2020) dari penelitian beliau menjelaskan bahwasannya pengembangan sumber daya manusia berpengaruh positif terhadap prestasi kerja yang dimana dalam prestasi kerja meliputi etika, inovasi dari penjual atau pelaku UKM itu sendiri.

Dalam penelitian ini pengembangan

sumber daya manusia pada pelaku UKM (usaha kecil menengah) dengan adanya pelatihan atau melatih dalam bidang keahliannya supaya mempunyai pengetahuan yang lebih baik lagi dari sebelumnya untuk menyelesaikan tugas dalam bekerja, dimana dalam kinerja pelaku UKM itu sendiri melakukan penawaran produk pada konsumen dengan baik, maka konsumen akan merespon dengan baik.

## 2. Pengaruh Pengembangan Sumber Daya Manusia (X1) terhadap Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan (Y) pada Pelaku UKM di Surabaya.

Dari hasil pengujian pada hipotesis yang kedua disimpulkan bahwasannya pengembangan sumber daya manusia berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif berkelanjutan. Dapat dilihat dari nilai t-statistik sebesar 2,431 yang lebih besar dari t-tabel 1,984, dan signifikannya 0,046 lebih kecil dari 0,05. Pada tabel 4.51 nilai R Square sebesar 0,464, dimana nilai 46,4% dengan sisa 53,6% termasuk dari kontribusi dari variabel yang tidak dilibatkan dalam penelitian., untuk nilai R menunjukkan besarnya pengaruh dari variabel pengembangan sumber daya manusia (X1), dan transformasi digital (X2), dan perilaku inovatif (Z) terhadap keunggulan kompetitif berkelanjutan (Y) sebesar 0,674 atau 67,4%.

Pada tabel 4.52 dengan nilai konstant 1,287 yang menunjukkan adanya pengaruh positif pada variabel pengembangan sumber daya manusia (X1), transformasi digital (X2), perilaku inovatif (Z) dan dimana dari variabel tersebut berpengaruh dalam satu satuan maka variabel keunggulan kompetitif berkelanjutan (Y) akan naik atau terpenuhi.

Pada tabel 4.52 dimana nilai koefisien regresi pada variabel pengembangan sumber daya manusia (X1) terhadap variabel keunggulan kompetitif berkelanjutan (Y) sebesar 17,4% , jika kinerja pengembangan sumber daya manusia (X1) mengalami kenaikan satu satuan, maka keunggulan kompetitif berkelanjutan mengalami kenaikan sebesar 17,4%, koefisien 17,4% nilai positif antara kinerja pengembangan sumber daya manusia (X1) dan keunggulan kompetitif berkelanjutan (Y) hubungan



positif, kenaikan dalam variabel pengembangan sumber daya manusia (X1) akan mengakibatkan kenaikan pada variabel keunggulan kompetitif berkelanjutan (Y).

hal ini dari penelitian terdahulu Tidak adanya pengaruh yang signifikan secara langsung antara Pengembangan sumber daya manusia terhadap keunggulan kompetitif yang berkelanjutan menurut (Banmairuoy et al., 2021), tetapi dengan penelitian kuantitatif yang dilakukan ini dengan hasil yang signifikan dan berpengaruh positif.

Dalam penelitian ini keinginan pelaku UKM (usaha kecil menengah) untuk mencapai target yang akan dicapai seperti target penjualan dengan memperhatikan peningkatan penjualan dan laba, pelaku UKM dengan adanya laporan keuangan yang dilakukan dapat menginformasikan hasil pencapaian usaha.

### 3. Pengaruh Perilaku Inovatif (Z) terhadap Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan (Y) pada Pelaku UKM di Surabaya.

Dari hasil pengujian hipotesis yang ketiga bahwa variabel perilaku inovatif berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif berkelanjutan yang dilihat dari nilai t-statistic sebesar 3,198 lebih besar dari t-tabel 1,984 dengan hasil signifikan 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Pada tabel 4.51 nilai R Square sebesar 46,4%, dimana X1 (pengembangan sumber daya manusia), X2 (transformasi digital) serta Z (perilaku inovatif) terhadap variabel Y (keunggulan kompetitif berkelanjutan) dengan nilai 46,4% dengan sisa 53,6% termasuk dari kontribusi dari variabel yang tidak dilibatkan dalam penelitian, untuk nilai R menunjukkan besarnya pengaruh dari variabel pengembangan sumber daya manusia (X1), dan transformasi digital (X2), dan perilaku inovatif (Z) terhadap keunggulan kompetitif berkelanjutan (Y) sebesar 0,674 atau 67,4%.

Pada tabel 4.52 dengan nilai konstant 1,287 yang menunjukkan adanya pengaruh positif pada variabel pengembangan sumber daya manusia (X1), transformasi digital (X2), perilaku inovatif (Z) dan dimana dari variabel tersebut berpengaruh dalam satu satuan maka variabel keunggulan kompetitif berkelanjutan (Y) akan naik atau terpenuhi.

Tabel 4.52 nilai koefisien regresi pada perilaku inovatif (Z) terhadap variabel keunggulan kompetitif berkelanjutan (Y) sebesar 21,6%, jika kinerja perilaku inovatif mengalami kenaikan dalam satu satuan maka keunggulan kompetitif berkelanjutan akan mengalami kenaikan sebesar 21,6 % , nilai koefisien 21,6% memiliki nilai positif antara kinerja perilaku inovatif dan keunggulan kompetitif berkelanjutan, kenaikan ini dalam variabel perilaku inovatif akan berakibat pada variabel keunggulan kompetitif berkelanjutan.

Maka penelitian ini dapat didukung oleh (Asyhari et al., 2018) yang menjelaskan bahwa dari kualitas strategi bisnis, etika perilaku penjual, inovasi proses, perspektif orientasi kewirausahaan dan adaptabilitas lingkungan usaha merupakan faktor determinan dalam peningkatan kerja bisnis UKM, hal ini disebabkan adanya peran mediasi dari keunggulan kompetitif terhadap hubungan yang positif kualitas strategi dan etika perilaku penjual. Dan juga menurut (Banmairuoy et al., 2021) terkait tentang kepemimpinan inovasi, inovasi sebagai proses, inovasi, merupakan perilaku inovatif atau biasa disebut organisasi inovasi yang dimana terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepemimpinan yang berorientasi pada pengetahuan terhadap keunggulan kompetitif berkelanjutan.

Dalam penelitian ini untuk menciptakan inovasi dengan mengikuti perkembangan zaman berupa membuat produk terbaru, promo, dimana konsumen akan melakukan pembelian berulang, hal ini dengan terus menambah inovasi membuat daya tarik konsumen untuk selalu mencoba produk terbaru dengan adanya promo yang telah diberikan.

### 4. Pengaruh Transformasi Digital (X2) terhadap Perilaku Inovatif (Z) pada Pelaku UKM di Surabaya

Dalam hasil pengujian hipotesis yang keempat transformasi digital berpengaruh signifikan terhadap perilaku inovatif pada pelaku UKM di Surabaya. Dapat dilihat dari hasil t-statistik sebesar 3,516 yang lebih besar dari t-tabel 1,984 dan signifikansinya sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05. nilai R Square pada

tabel 4.49 sebesar 27,3%, dimana pengaruh X1 (pengembangan sumber daya manusia), X2 (transformasi digital) terhadap Z (perilaku inovatif) nilainya sebesar 27,3% dan memiliki sisa 72,7%, termasuk kontribusi dari variabel lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian, sedangkan untuk nilai R menunjukkan besarnya pengaruh dari variabel pengembangan sumber daya manusia (X1), dan transformasi digital (X2), terhadap perilaku inovatif (Z) sebesar 0,526 atau 52,6%.

Pada tabel 4.50 dengan nilai konstant 18,222 yang menunjukkan adanya pengaruh positif pada variabel pengembangan sumber daya manusia (X1), transformasi digital (X2) dan dimana dari variabel tersebut berpengaruh dalam satu satuan maka variabel perilaku inovatif (Z) akan naik atau terpenuhi.

Pada tabel 4.50 dimana nilai koefisien regresi pada variabel transformasi digital (X2) terhadap variabel perilaku inovatif (Z) sebesar 21,9%, jika kinerja transformasi digital (X2) mengalami kenaikan satu satuan, maka perilaku inovatif akan mengalami kenaikan sebesar 21,9%, koefisien 21,9% memiliki nilai positif antara kinerja transformasi digital (X2) dan perilaku inovatif (Z) hubungan positif, kenaikan dalam variabel transformasi digital (X2) akan mengakibatkan kenaikan pada variabel perilaku inovatif (Z).

Maka penelitian ini didukung secara statistik oleh (Widnyani et al., 2021) yang mengatakan pemicu utama transformasi digital berasal dari eksternal, tidak banyak faktor internal yang menjadi pemicu transformasi digital ditemukan, khususnya dalam masa pandemi covid-19, transformasi yang dilakukan bersifat reaktif dan akan cenderung mengikuti langkah-langkah transformasi yang sudah berkembang, sehingga tidak menciptakan keunikan UKM yang memiliki peluang untuk berdaya saing unggul dibanding dengan pesaing, pelaksanaan umum transformasi digital UKM telah menetapkan keharusan strategis bagi mereka untuk melakukan transformasi digital tetapi belum menetapkan tolak ukur sehingga transformasi digital yang dilakukan tidak dapat diukur tingkat keberhasilannya.

Dalam penelitian ini adanya *E-commerce* membantu menawarkan produk yang dijual oleh UKM (usaha kecil menengah) dengan menciptakan inovasi berupa mempercantik tampilan produk atau disebut kemasan yang menarik, serta membuat ciri khas seperti rasa, aroma, warna dari tampilan hasil produk agar konsumen bisa mempunyai daya tarik tersendiri tentang produk yang telah dibeli.

#### 5. Pengaruh Transformasi Digital (X2) terhadap Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan (Y).

Hasil dari pengujian hipotesis yang kelima dengan menunjukkan transformasi digital berpengaruh signifikan terhadap keunggulan kompetitif berkelanjutan dengan melihat nilai t-statistik yang sebesar 4,474 lebih besar dari nilai t-tabel 1,984 dan signifikasni sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Pada tabel 4.51 nilai R Square sebesar 46,4%, dimana X1 (pengembangan sumber daya manusia), X2 (transformasi digital) serta Z (perilaku inovatif) terhadap variabel Y (keunggulan kompetitif berkelanjutan) dengan nilai 46,4% dengan sisa 53,6% termasuk dari kontribusi dari variabel yang tidak dilibatkan dalam penelitian, untuk nilai R menunjukkan besarnya pengaruh dari variabel pengembangan sumber daya manusia (X1), dan transformasi digital (X2), dan perilaku inovatif (Z) terhadap keunggulan kompetitif berkelanjutan (Y) sebesar 0,674 atau 67,4%.

Pada tabel 4.52 dengan nilai konstant 1,287 yang menunjukkan adanya pengaruh positif pada variabel pengembangan sumber daya manusia (X1), transformasi digital (X2), perilaku inovatif (Z) dan dimana dari variabel tersebut berpengaruh dalam satu satuan maka variabel keunggulan kompetitif berkelanjutan (Y) akan naik atau terpenuhi.

Tabel 4.52 nilai koefisien regresi pada variabel transformasi digital (X2) terhadap variabel keunggulan kompetitif berkelanjutan (Y) sebesar 20,8% dengan artian kinerja transformasi digital (X2) mengalami kenaikan satu satuan, maka keunggulan kompetitif berkelanjutan akan mengalami kenaikan sebesar 20,8%, dimana koefisien 20,8% memiliki nilai yang positif antara kinerja transformasi digital dan keunggulan kompetitif berkelanjutan

hubungan positif, kenaikan ini dalam variabel transformasi digital akan berakibat pada variabel keunggulan kompetitif berkelanjutan.

Maka hipotesis kelima didukung secara penelitian statistik menurut (Eman Sulaiman et al., 2021) yang dimana menjelaskan inovasi model bisnis dapat menciptakan hubungan baru antar elemen, mungkin yang lebih penting, model dapat ditingkatkan presisinya dengan sehubungan dengan detail tentang digitalisasi.

## KESIMPULAN

1. Yang pertama bahwasannya variabel Pengembangan Sumber Daya Manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Inovatif, dimana nilai signifikansinya dibawah 5% dengan nilai sebesar 3,052 lebih besar dari t-tabel 1,984. dengan nilai R Square 27,3 %. Yang memiliki sisa 72,7% termasuk kontribusi dari variabel lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian, nilai R menunjukkan besarnya pengaruh dari variabel pengembangan sumber daya manusia (X1), dan transformasi digital (X2), terhadap perilaku inovatif (Z) sebesar 0,526 atau 52,6%. Nilai konstant 18,204 yang menunjukkan adanya pengaruh positif pada variabel pengembangan sumber daya manusia (X1), transformasi digital (X2) dan dimana dari variabel tersebut berpengaruh dalam satu satuan maka variabel perilaku inovatif (Z) akan naik atau terpenuhi.

Nilai koefisien regresi pada variabel pengembangan sumber daya manusia (X1) terhadap variabel perilaku inovatif (Z) sebesar 25,4% jika kinerja pengembangan sumber daya manusia (X1) mengalami kenaikan satu satuan, maka perilaku inovatif akan mengalami kenaikan sebesar 25,4%, koefisien 25,4% memiliki nilai positif antara kinerja pengembangan sumber daya manusia (X1) dan perilaku inovatif (Z) hubungan positif, kenaikan dalam variabel pengembangan sumber daya manusia (X1) akan mengakibatkan kenaikan pada

variabel perilaku inovatif (Z).

2. Yang kedua bahwasannya variabel Pengembangan Sumber Daya Manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan dimana nilai t-statistik 2,431 lebih besar dari t-tabel 1,984. dimana nilai signifikansinya dibawah 5% yaitu 0,046. nilai R Square sebesar 0,464, dimana nilai 46,4% dengan sisa 53,6% termasuk dari kontribusi dari variabel yang tidak dilibatkan dalam penelitian, untuk nilai R menunjukkan besarnya pengaruh dari variabel pengembangan sumber daya manusia (X1), dan transformasi digital (X2), dan perilaku inovatif (Z) terhadap keunggulan kompetitif berkelanjutan (Y) sebesar 0,674 atau 67,4%.

Pada tabel 4.48 dengan nilai konstant 1,287 yang menunjukkan adanya pengaruh positif pada variabel pengembangan sumber daya manusia (X1), transformasi digital (X2), perilaku inovatif (Z) dan dimana dari variabel tersebut berpengaruh dalam satu satuan maka variabel keunggulan kompetitif berkelanjutan (Y) akan naik atau terpenuhi.

Pada tabel 4.48 dimana nilai koefisien regresi pada variabel pengembangan sumber daya manusia (X1) terhadap variabel keunggulan kompetitif berkelanjutan (Y) sebesar 17,4%, jika kinerja pengembangan sumber daya manusia (X1) mengalami kenaikan satu satuan, maka keunggulan kompetitif berkelanjutan mengalami kenaikan sebesar 17,4%, koefisien 17,4% nilai positif antara kinerja pengembangan sumber daya manusia (X1) dan keunggulan kompetitif berkelanjutan (Y) hubungan positif, kenaikan dalam variabel pengembangan sumber daya manusia (X1) akan mengakibatkan kenaikan pada variabel keunggulan kompetitif berkelanjutan (Y).

3. Yang ketiga variabel Perilaku Inovatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan, dengan signifikan dibawah 5% yang mempunyai nilai t-statistik 3,198

lebih besar dari nilai t-tabel 1,984. nilai R Square sebesar 46,4%, dimana X1 (pengembangan sumber daya manusia), X2 (transformasi digital) serta Z (perilaku inovatif) terhadap variabel Y (keunggulan kompetitif berkelanjutan) dengan nilai 46,4% dengan sisa 53,6% termasuk dari kontribusi dari variabel yang tidak dilibatkan dalam penelitian, untuk nilai R menunjukkan besarnya pengaruh dari variabel pengembangan sumber daya manusia (X1), dan transformasi digital (X2), dan perilaku inovatif (Z) terhadap keunggulan kompetitif berkelanjutan (Y) sebesar 0,674 atau 67,4%.

Pada tabel 4.48 dengan nilai konstant 1,287 yang menunjukkan adanya pengaruh positif pada variabel pengembangan sumber daya manusia (X1), transformasi digital (X2), perilaku inovatif (Z) dan dimana dari variabel tersebut berpengaruh dalam satu satuan maka variabel keunggulan kompetitif berkelanjutan (Y) akan naik atau terpenuhi.

Tabel 4.48 nilai koefisien regresi pada perilaku inovatif (Z) terhadap variabel keunggulan kompetitif berkelanjutan (Y) sebesar 21,6%, jika kinerja perilaku inovatif mengalami kenaikan dalam satu satuan maka keunggulan kompetitif berkelanjutan akan mengalami kenaikan sebesar 21,6% , nilai koefisien 21,6% memiliki nilai positif antara kinerja perilaku inovatif dan keunggulan kompetitif berkelanjutan, kenaikan ini dalam variabel perilaku inovatif akan berakibat pada variabel keunggulan kompetitif berkelanjutan.

4. Yang keempat variabel Transformasi digital berpengaruh positif terhadap Perilaku Inovatif dimana dengan signifikan dibawah 5% nilai t-statistik 3,516 lebih besar dari nilai t-tabel 1,984. nilai R Square pada tabel 4.49 sebesar 27,3%, dimana pengaruh X1 (pengembangan sumber daya manusia), X2 (transformasi digital) terhadap Z (perilaku inovatif) nilainya sebesar 27,3% dan memiliki sisa

72,7%, termasuk kontribusi dari variabel lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian, sedangkan untuk nilai R menunjukkan besarnya pengaruh dari variabel pengembangan sumber daya manusia (X1), dan transformasi digital (X2), terhadap perilaku inovatif (Z) sebesar 0,526 atau 52,6%.

Pada tabel 4.46 dengan nilai konstant 18,222 yang menunjukkan adanya pengaruh positif pada variabel pengembangan sumber daya manusia (X1), transformasi digital (X2) dan dimana dari variabel tersebut berpengaruh dalam satu satuan maka variabel perilaku inovatif (Z) akan naik atau terpenuhi.

Pada tabel 4.46 dimana nilai koefisien regresi pada variabel transformasi digital (X2) terhadap variabel perilaku inovatif (Z) sebesar 21,9%, jika kinerja transformasi digital (X2) mengalami kenaikan satu satuan, maka perilaku inovatif akan mengalami kenaikan sebesar 21,9%, koefisien 21,9% memiliki nilai positif antara kinerja transformasi digital (X2) dan perilaku inovatif (Z) hubungan positif, kenaikan dalam variabel transformasi digital (X2) akan mengakibatkan kenaikan pada variabel perilaku inovatif (Z).

5. Yang kelima variabel Transformasi Digital berpengaruh positif terhadap Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan. Dimana dengan signifikansinya dibawah 5% nilai t-statistik sejumlah 4,474 lebih besar dari ilai t-tabel 1,984. nilai R Square sebesar 46,4%, dimana X1 (pengembangan sumber daya manusia), X2 (transformasi digital) serta Z (perilaku inovatif) terhadap variabel Y (keunggulan kompetitif berkelanjutan) dengan nilai 46,4% dengan sisa 53,6% termasuk dari kontribusi dari variabel yang tidak dilibatkan dalam penelitian, untuk nilai R menunjukkan besarnya pengaruh dari variabel pengembangan sumber daya manusia (X1), dan transformasi digital (X2), dan perilaku inovatif (Z) terhadap keunggulan kompetitif berkelanjutan (Y) sebesar 0,674 atau 67,4%.

Pada tabel 4.48 dengan nilai konstant 1,356 yang menunjukkan adanya pengaruh positif pada variabel pengembangan sumber daya manusia (X1), transformasi digital (X2), perilaku inovatif (Z) dan dimana dari variabel tersebut berpengaruh dalam satu satuan maka variabel keunggulan kompetitif berkelanjutan (Y) akan naik atau terpenuhi.

Tabel 4.48 nilai koefisien regresi pada variabel transformasi digital (X2) terhadap variabel keunggulan kompetitif berkelanjutan (Y) sebesar 20,8% dengan artian kinerja transformasi digital (X2) mengalami kenaikan satu satuan, maka keunggulan kompetitif berkelanjutan akan mengalami kenaikan sebesar 20,8% , dimana koefisien 20.8% memiliki nilai yang positif antara kinerja transformasi digital dan keunggulan kompetitif berkelanjutan hubungan positif, kenaikan ini dalam variabel transformasi digital akan berakibat pada variabel keunggulan kompetitif berkelanjutan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Asyhari, A., Pudjihastuti, S. H., & Kurdaningsih, D. M. (2018). Peran mediasi keunggulan kompetitif pada faktor determinan kinerja bisnis UKM di sentra tenun batik di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*, 22(2), 111-131. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol22.iss2.art1>
- Banmairuroy, W., Kritjaroen, T., & Homsombat, W. (2021). The effect of knowledge-oriented leadership and human resource development on sustainable competitive advantage through organizational innovation's component factors: Evidence from Thailand 's new S- curve industries. *Asia Pacific Management Review*, xxxx. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2021.09.001>
- Dehasen, U., Bengkulu, U. D., Bengkulu, U. D., Afrizal, M., Soleh, A., Herfianti, M., & Performance, J. (2020). *Bima Journal – Bussiness Management And Accounting The Effect Of Human Resources Development and Work Ability Area Of Kaur Regency Pengaruh Pengembangan Sdm Dan Kemampuan Kerja*. 1(2), 73-83.
- Doi, A. (n.d.). *p-ISSN 2615-4293 e-ISSN 2723-7567*. 3(2), 140-153.
- Eman Sulaiman, Cucu Handayani, & Susi Widyastuti. (2021). Transformasi Digital Technology-Organization-Environment (Toe) Dan Inovasi Difusi E-Business Untuk Umkm Yang Berkelanjutan: Model Konseptual. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 7(1), 51-62. <https://doi.org/10.36805/manajemen.v7i1.1947>
- Hasan, M., Dzakiyyah, A., Kumalasari, D. A., Safira, N., & Aini, S. N. (2021). Transformasi Digital UMKM Sektor Kuliner Di Kelurahan Jatinegara, Jakarta Timur. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 17(2), 135-150. <https://doi.org/10.31940/jbk.v17i2.2529>
- Ong, J. O., & Mahazan, M. (2020). Strategi Pengelolaan SDM dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan Berkelanjutan di Era Industri 4.0. *Business Economic, Communication, and Social Sciences (BECOSS) Journal*, 2(1), 159-168. <https://doi.org/10.21512/becossjournal.v2i1.6252>
- Rasid, F. E. T., H, S. P., & Rizal, M. N. (2021). Faktor Pendorong, Proses Dan Tantangan Transformasi Digital Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah: Tinjauan Pustaka Sistematis. *Pemodelan Arsitektur Sistem Informasi Perizinan Menggunakan Kerangka Kerja Togaf Adm*, 6(2), 62.
- Ulfa, E. H. (2020). No Title. *SELL Journal*, 5(1), 55.
- Widnyani, N. M., Astitiani, N. L. P. S., & Putri, B. C. L. (2021). Penerapan Transformasi Digital Pada Ukm Selama Pandemi Covid-19 Di Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 79-87. <https://doi.org/10.38043/jimb.v6i1.3093>

# ANALISA BEBAN MENTAL KARYAWAN MENGGUNAKAN NASA - TLX ROOMS DIVISION PRIME PLAZA HOTEL KUALANAMU

Mohamad Yusak Anshori<sup>1</sup>, Febronia Meda Sulistyaningtyas<sup>2</sup>, Khairi Wahyuni<sup>2,3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya, <sup>2</sup>Prime Plaza Hotel Kualanamu

e-mail: [1yusak.anshori@unusa.ac.id](mailto:yusak.anshori@unusa.ac.id); [2meda.febronia@gmail.com](mailto:meda.febronia@gmail.com); [3khairiwahyuni@gmail.com](mailto:khairiwahyuni@gmail.com)

**Abstract:** *This research aims to analyze the mental workload of Prime Plaza Hotel Kualanamu employees and provide recommendations to management to overcome the decline in service quality due to workload. Data was taken from the Rooms Division which consists of the front office department and housekeeping department with a total of 18 respondents from various levels of positions. The NASA-TLX method was used to process the data, and the results showed that the workload in the Rooms Division was very high based on six indicators. This research aims to understand the level of mental workload on employees after the Covid-19 pandemic and provide input to management for more effective workload distribution. The research results show the need for additional training for supervisors and additional workforce in the Front Office area, such as reservations, drivers and security. Training is also needed for supervisors and staff in the housekeeping area so that work becomes more efficient.*

**Keywords:** *Workload, NASA - TLX, Hotel*

## PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 telah mengacaukan seluruh sektor kehidupan mulai dari sektor kesehatan, perindustrian, perdagangan, olahraga, pariwisata, termasuk industri perhotelan. Memasuki awal Maret 2020, virus corona (COVID-19) mulai merebak di Indonesia dan menjadi masalah kesehatan dunia karena telah menyerang banyak orang secara global, dan sebagian dari mereka telah meninggal (Anshori et al., 2022). Di samping itu, COVID-19 juga telah merubah perilaku masyarakat dalam menjalankan kehidupan sehari-hari mereka baik dalam berkehidupan sosial maupun dalam menjalankan perekonomian mereka. Era globalisasi ini mendorong persaingan perusahaan yang semakin tinggi (Dewi et al., 2023). Kebijakan dan pembatasan pemerintah untuk mengatur orang-orang yang melakukan perjalanan sangat mempengaruhi kehidupan masyarakat dalam menjalani kehidupan mereka. Hampir semua bisnis mengalami penurunan ekonomi kecuali bisnis Kesehatan. Hal ini memberikan dampak yang kurang baik terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat. Sementara itu semua keberhasilan suatu hotel sangat ditentukan oleh tamu yang menginap (Anshori & Dewi, 2023).

Penurunan yang signifikan juga terjadi pada seluruh industri perhotelan tanpa terkecuali di seluruh Indonesia yang mengakibatkan banyaknya Hotel yang memutuskan untuk berhenti beroperasi (tutup). Pada masa pandemi saat ini, setiap perusahaan melakukan pengaturan ulang

strategi agar mampu bertahan (Salim et al., 2021). Oleh sebab itu, manajemen Hotel harus memikirkan cara agar dapat bertahan pada kondisi seperti ini. Banyak Hotel yang akhirnya memutuskan untuk mengurangi gaji karyawan, merumahkan karyawan sementara tanpa digaji, dan mengurangi jumlah karyawan untuk menghemat cost. Padahal SDM memiliki peran yang sangat penting dalam bisnis hotel dalam memberikan layanan ke tamu/ konsumen (Anshori, 2022). Prime Plaza Kualanamu merupakan salah satu hotel yang berusaha untuk menekan cost dengan mengurangi jumlah karyawan seperti yang dapat terlihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 1. Total Seluruh Karyawan Tahun 2019, 2020, dan 2021**

Tahun	Front Office	House keeping	Security	Total Seluruh Karyawan
2021	5	8	7	59
2020	9	14	7	60
2019	11	17	12	95

Melalui tabel diatas dapat kita ketahui terjadi pengurangan karyawan yang sangat signifikan pada Hotel Prime Plaza Kualanam. Dengan adanya pengurangan karyawan yang dilakukan oleh Hotel untuk menekan *cost*, akan dapat menyebabkan perubahan pada beban kerja karyawan. Jika jumlah pekerja dalam suatu fungsi terlalu sedikit, maka beban kerja per orang akan terlalu tinggi (Hendrawan et al., 2013). Karyawan merupakan manusia biasa yang juga memiliki rasa lelah (Ramadhan et al., 2014) Memberikan beban fisik yang berlebihan akan dapat memberikan dampak seperti sakit kepala, sakit punggung, cedera, dan lain-lain. Sedangkan untuk kelebihan beban kerja mental dapat memberikan dampak seperti stres, hilangnya motivasi kerja, dan lain-lain (Terranova, 2014). Disamping itu kompensasi dan lingkungan kerja fisik juga memberikan

menerima beban kerja tersebut agar tidak terjadi kelelahan. Oleh sebab itu, penyesuaian antara beban kerja dengan kemampuan dari pekerja sangatlah penting demi menunjang tingkat produktivitas dari perusahaan untuk lebih baik (Terranova, 2014). Dengan bertambahnya beban kerja karyawan, hal ini dapat menimbulkan munculnya beban kerja mental pada karyawan.

Beban kerja merupakan suatu proses analisa terhadap waktu yang digunakan oleh seseorang atau sekelompok orang dalam menyelesaikan tugas-tugas suatu pekerjaan (jabatan) atau kelompok jabatan (unit kerja) yang dilaksanakan dalam keadaan/kondisi normal (Pradnyana & Widyastini, 2023). Untuk menjaga kualitas dan layanan yang diberikan, perusahaan perlu melakukan analisis beban kerja mental pada karyawan.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis beban kerja mental pada karyawan Prime Plaza Hotel Kualanam. Dengan melihat gejala beban kerja yang mulai timbul di karyawan, diharapkan bisa memberikan solusi kepada manajemen untuk pengambilan keputusan selanjutnya agar dapat mengantisipasi terjadinya penurunan kualitas pelayanan yang diberikan. Aspek psikologi dalam suatu pekerjaan berubah setiap saat. Banyak faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan psikologi tersebut. Faktor-faktor tersebut dapat berasal dari dalam diri pekerja (internal) atau dari luar diri

pekerja/ lingkungan (eksternal). Baik faktor internal maupun eksternal sulit untuk dilihat secara kasat mata, sehingga dalam pengamatan hanya dilihat dari hasil pekerjaan atau faktor yang dapat diukur secara obyektif, atau pun dari tingkah laku dan penuturan si pekerja sendiri yang dapat diidentifikasi.

Pengukuran beban psikologi dapat dilakukan dengan pengukuran beban psikologi secara obyektif yaitu pertama, pengukuran denyut jantung. Secara umum, peningkatan denyut jantung berkaitan dengan meningkatnya level pembebanan kerja. Kedua, Pengukuran waktu kedipan mata. Secara umum, pekerjaan yang membutuhkan atensi visual berasosiasi dengan kedipan mata yang lebih sedikit, dan durasi kedipan lebih pendek. Ketiga, Pengukuran dengan metoda lain pengukuran dilakukan dengan alat *flicker*, berupa alat yang memiliki sumber cahaya yang berkedip makin lama makin cepat hingga pada suatu saat sukar untuk diikuti oleh mata biasa.

Pengukuran beban kerja psikologis secara subyektif dapat dilakukan dengan beberapa metode, yaitu: *NASA Task Load Index (NASA-TLX)*, *SWAT*, *Modified Cooper Harper Scaling (MCH)*. Dari beberapa metode tersebut metode yang paling banyak digunakan dan terbukti memberikan hasil yang cukup baik adalah *NASA TLX* dan *SWAT*. *NASA-TLX* merupakan salah satu metode pengukuran beban kerja mental secara subjektif (Terranova, 2014). Metode *NASA - TLX* ini dikembangkan oleh Sandra G. Hart dari *NASA-Ames Research Centre* dan Lowell E. Staveland dari *San Jose State University* pada tahun 1981 berdasarkan munculnya kebutuhan pengukuran subjektif yang terdiri dari skala Sembilan faktor (kesulitan tugas, tekanan waktu, jenis aktivitas, usaha fisik, usaha mental, performansi, frustrasi, stress dan kelelahan) (Pradhana et al., 2018).

Metode ini berupa kuisisioner yang dikembangkan berdasarkan munculnya kebutuhan pengukuran subyektif yang lebih mudah namun lebih sensitif pada pengukuran beban kerja. Langkah-langkah dalam pengukuran beban kerja mental dengan menggunakan Metode *NASA - TLX*, yaitu:

1. Penjelasan indikator beban mental yang akan diukur. Terdapat enam indikator yang diukur dalam metode *NASA - TLX*

yaitu kebutuhan mental, kebutuhan fisik, kebutuhan waktu, *performance*, tingkat usaha dan tingkat frustrasi. Penjelasan tersebut dapat dilihat pada Tabel. 2:

**Tabel 2. Deskripsi indikator NASA - TLX**

Indikator	Deskripsi	Skala
Kebutuhan Mental	Berapa besar aktifitas mental dan perseptual di butuhkan (berfikir, memutuskan, menghitung, mengingat, memantau, mencari dll)? Apakah tugas itu mudah atau menuntut, sederhana atau kompleks, ketat atau longgar.	Rendah - tinggi
Kebutuhan Fisik	Berapa besar aktifitas fisik dibutuhkan (mendorong, menarik, memutar, mengendalikan, mengaktifkan)? Apakah tugas itu mudah atau menuntut, longgar atau sibuk, tenang atau melelahkan.	Rendah - tinggi
Kebutuhan Waktu	Berapa banyak tekanan waktu yang diraskan karena rate atau laju untuk pekerjaan yang timbul? Apakah lajunya lambat dan tidak tergesa-gesa atau cepat dan panik?	Rendah - tinggi
Performansi Kerja	Seberapa besar perasaan tidak aman, patah semangat, kesal, stress dan terganggu dibandingkan dengan perasaan aman, bersyukur, kepuasan, santai dan puas diri yang anda rasakan	Rendah - tinggi

Indikator	Deskripsi	Skala
	dalam mengerjakan tugas.	
Tingkat Frustrasi	Seberapa sukses yang anda pikirkan ketika menyelesaikan sasaran dari pekerjaan yang ditetapkan? Seberapa puas anda dengan performa dalam menyelesaikan sasaran.	Rendah - tinggi
Usaha Fisik dan Mental	Seberapa keras anda harus bekerja (secara mental dan fisik) untuk menyelesaikan level performa anda?	Rendah - tinggi

2. Pembobotan. Pada tahap pembobotan responden/ pekerja diminta untuk membandingkan dua dimensi yang berbeda dengan metode perbandingan berpasangan. Total perbandingan berpasangan untuk keseluruhan dimensi (6 dimensi) yaitu 15. Jumlah *tally* untuk masing-masing dimensi inilah yang akan menjadi bobot dimensi.
3. Pemberian *Rating*. Dalam tahap ini, responden diminta memberikan penilaian/ *rating* terhadap keenam indikator beban mental. *Rating* yang diberikan adalah subyektif tergantung pada beban mental yang dirasakan oleh responden tersebut. Untuk mendapatkan skor beban mental NASA - TLX, bobot dan *rating* untuk setiap indikator dikalikan kemudian dijumlahkan dan dibagi dengan 15 (jumlah perbandingan berpasangan).
4. Menghitung Nilai Produk. Diperoleh dengan mengalikan *rating* dengan bobot factor untuk masing-masing *descriptor*. Dengan demikian dihasilkan 6 nilai produk untuk 6 indikator (KM, KF, KW, PK, TF, UFM).
 
$$\text{Produk} = \text{rating} \times \text{bobot faktor}$$
5. Menghitung *Weighted Worload* (WWL). Diperoleh dengan menjumlahkan keenam nilai produk.
 
$$\text{WWL} = \sum \text{Produk}$$



6. Menghitung rata-rata WWL. Diperoleh dengan membagi WWL dengan jumlah bobot total.

$$\text{Skor} = \frac{\text{Produk}}{\text{Bobot}} \quad (1)$$

7. Interpretasi skor berdasarkan penjelasan Hart dan Staveland (1981) dalam teori NASA - TLX, skor beban kerja yang diperoleh terbagi dalam tiga bagian, yaitu:

**Tabel 3. Nilai Golongan Beban Kerja**

Golongan Beban Kerja	Nilai
Rendah	0 - 9
Sedang	10 - 29
Agak Tinggi	30 - 49
Tinggi	50 - 79
Sangat Tinggi	80

Permasalahan yang terjadi di Divisi Kamar Prime Plaza Hotel Kualanamu adalah: Adanya penurunan kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan di Divisi Kamar dan belum adanya evaluasi lebih lanjut terkait jenis beban kerja yang dialami oleh karyawan Divisi Kamar saat ini penelitian ini dilakukan.

**METODOLOGI**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan mengambil responden seluruh *staff* yang bekerja di Departemen *Housekeeping* dan *Front Office* Prime Plaza Hotel Kualanamu di mulai dari level *rank* and *file* hingga level *supervisor* dengan total responden delapan belas orang.

Alat yang digunakan untuk melakukan penelitian ini adalah dengan pengisian kuisisioner sesuai dengan metode yang dipakai pada NASA - TLX. Setelah pengisian kuisisioner selesai, tahap selanjutnya adalah melakukan wawancara dengan responden terkait dengan situasi kerja yang dirasakan saat itu.

Setelah pengambilan data, maka dilakukan pengolahan data dengan menggunakan metode pengukuran dari NASA - TLX. Kemudian data yang sudah diolah dilakukan uji keseragaman dan uji kecukupan data. Apabila data tersebut setelah diuji dinyatakan seragam dan cukup, maka hasil olah data tadi dapat dilanjutkan ke tahap Analisa. Metodologi berisi teori atau pendekatan model, justifikasi model, algoritma penyelesaian model-model, dan teknik penyelesaiannya.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Data yang telah diperoleh akan diolah dengan perhitungan NASA - TLX. Berikut rekapan hasil perhitungan skor NASA - TLX:

**Tabel 4. Data Perhitungan Skor NASA - TLX Karyawan Prime Plaza Hotel Kualanamu**

No	Nama	Umur	Jabatan	Lama Bekerja	Penilaian	Aspek						WWL	Skor	Grade
						Kebutuhan Mental	Kebutuhan Fisik	Kebutuhan Waktu	Performansi Kerja	Tingkat Frustrasi	Usaha Fisik & Mental			
1	Januardi	25	FO Supervisor	2 Bulan	Bobot	90	60	80	80	95	75	1240	82.67	Sangat Tinggi
					Rating	270	180	240	240	285	225			
					Produk	3	3	3	3	3	3			
2	Davit	24	FDA	4 Tahun	Bobot	60	60	80	85	80	80	1090	72.67	Tinggi
					Rating	180	180	240	240	240	240			
					Produk	3	3	3	3	3	3			
3	Ellena	23	FDA	4 Tahun	Bobot	3	0	1	4	5	2	1065	71.00	Tinggi
					Rating	65	65	75	85	65	65			
					Produk	195	0	75	340	325	130			
4	Tasya	27	FDA	3 Tahun	Bobot	3	0	1	4	2	5	1045	69.67	Tinggi
					Rating	65	70	75	80	65	65			
					Produk	195	0	75	320	130	325			
5	Putra	31	Concierge	1 Bulan	Bobot	1	2	2	3	3	4	1200	80.00	Sangat Tinggi
					Rating	85	85	90	80	75	75			
					Produk	85	170	180	240	225	300			
6	Miswandi	23	RA / PA	2 Tahun	Bobot	2	2	3	2	2	3	1230	82.00	Sangat Tinggi
					Rating	80	85	85	75	80	85			
					Produk	240	255	255	150	160	170			
7	Tia	22	RA	1 Tahun	Bobot	80	100	80	75	80	75	1235	82.33	Sangat Tinggi
					Rating	240	300	240	210	240	225			
					Produk	160	300	240	150	160	225			
8	Indah	19	RA	8 Bulan	Bobot	2	2	3	3	3	2	1205	80.33	Sangat Tinggi
					Rating	80	90	75	80	80	80			
					Produk	160	180	225	240	240	160			
9	Dinda	25	HK Supervisor	6 Bulan	Bobot	1	1	4	2	4	3	1500	100.00	Sangat Tinggi
					Rating	100	100	100	100	100	100			
					Produk	100	100	400	200	400	300			
10	Rini	19	RA	8 Bulan	Bobot	3	3	2	4	2	1	1205	80.33	Sangat Tinggi
					Rating	100	75	75	80	70	70			
					Produk	300	225	150	320	140	70			
11	Putri	23	RA	1 Tahun	Bobot	2	2	3	3	3	2	1275	85.00	Sangat Tinggi
					Rating	80	100	80	80	95	75			
					Produk	160	200	240	240	285	150			
12	Musmuliono	40	Danru Security	5 Tahun	Bobot	5	4	2	3	1	0	1490	99.33	Sangat Tinggi
					Rating	100	100	95	100	100	80			
					Produk	500	400	190	300	100	0			
13	Kiki	29	Security	3 Tahun	Bobot	2	2	2	5	0	4	1500	100.00	Sangat Tinggi
					Rating	100	100	100	100	100	100			
					Produk	200	200	200	500	0	400			
14	Abdul	23	Security	4 Tahun	Bobot	3	4	1	2	0	5	1230	82.00	Sangat Tinggi
					Rating	90	70	65	95	65	85			
					Produk	270	280	65	190	0	425			
15	Revi	27	Security	3 Tahun	Bobot	2	2	3	3	3	5	1215	81.00	Sangat Tinggi
					Rating	70	80	85	85	70	90			
					Produk	140	160	170	85	210	450			
16	Mamat	22	Security	1 Tahun	Bobot	1	2	3	2	1	1	1155	77.00	Tinggi
					Rating	90	100	80	100	75	10			
					Produk	180	300	80	200	375	20			
17	Farid	22	Security	7 Bulan	Bobot	2	3	2	5	2	1	1205	80.33	Sangat Tinggi
					Rating	90	65	70	95	65	85			
					Produk	180	195	140	475	130	85			
18	Okky	24	Security	2 Bulan	Bobot	3	0	2	4	3	3	1200	80.00	Sangat Tinggi
					Rating	95	75	80	80	70	75			
					Produk	285	0	160	320	210	225			

- Melakukan uji keseragaman untuk mengetahui keseragaman data yang diperoleh.

$$\sigma = \sum (xi - x)^2 / n - 1$$

$$BKA = x + 3$$

$$BKB = x - 3$$

**Tabel 5. Hasil Uji Keseragaman**

No	Nama	Jabatan	Data	$\sigma$	BKA	BKB	Keterangan
1	Januardi	FO Supervisor	82.67	8.9290	100.3951	64.6790	Seragam
2	Davit	FDA / NA	72.67	8.9290	100.3951	64.6790	Seragam
3	Ellena	FDA	71.00	8.9290	100.3951	64.6790	Seragam
4	Tasya	FDA	69.67	8.9290	100.3951	64.6790	Seragam
5	Putra	Concierge	80.00	8.9290	100.3951	64.6790	Seragam
6	Miswandi	RA / PA	82.00	8.9290	100.3951	64.6790	Seragam
7	Tia	RA / PA	82.33	8.9290	100.3951	64.6790	Seragam
8	Indah	RA / PA	80.33	8.9290	100.3951	64.6790	Seragam
9	Dinda	HK Supervisor	100.00	8.9290	100.3951	64.6790	Seragam
10	Rini	RA / PA	80.33	8.9290	100.3951	64.6790	Seragam
11	Putri	RA / PA	85.00	8.9290	100.3951	64.6790	Seragam
12	Musmuliono	Danru Security	99.33	8.9290	100.3951	64.6790	Seragam
13	Kiki	Security	100.00	8.9290	100.3951	64.6790	Seragam
14	Abdul	Security	82.00	8.9290	100.3951	64.6790	Seragam
15	Revi	Security	81.00	8.9290	100.3951	64.6790	Seragam
16	Mamat	Security	77.00	8.9290	100.3951	64.6790	Seragam
17	Farid	Security	80.33	8.9290	100.3951	64.6790	Seragam
18	Okky	Security	80.00	8.9290	100.3951	64.6790	Seragam

- Melakukan uji kecukupan data untuk mengetahui apakah data yang diambil sudah tercukupi.

Tingkat kepercayaan 95% □ nilai k= 2  
 Tingkat ketelitian 5% □ nilai s = 0,05  
 Nilai N = 18  
 Nilai N' = 17.7.

Karena nilai N' kurang dari N yaitu 17.7 kurang dari 18, maka dapat dikatakan kalau data yang diperoleh telah mencukupi untuk menjadi bahan penelitian dengan tingkat kepercayaan 95% dan tingkat ketelitian 10%.

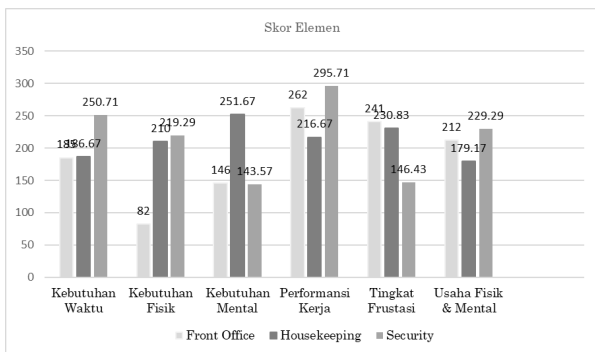
3. Klasifikasi skor NASA - TLX

Tabel 6. Hasil Uji Keseragaman

No	Nama	Jabatan	Data	Klasifikasi
1	Januardi	FO Supervisor	82.67	Sangat Tinggi
2	Davit	FDA / NA	72.67	Tinggi
3	Ellena	FDA	71.00	Tinggi
4	Tasya	FDA	69.67	Tinggi
5	Putra	Concierge	80.00	Sangat Tinggi
6	Miswandi	RA / PA	82.00	Sangat Tinggi
7	Tia	RA / PA	82.33	Sangat Tinggi
8	Indah	RA / PA	80.33	Sangat Tinggi
9	Dinda	HK Supervisor	100.00	Sangat Tinggi
10	Rini	RA / PA	80.33	Sangat Tinggi
11	Putri	RA / PA	85.00	Sangat Tinggi
12	Musmuliono	Danru Security	99.33	Sangat Tinggi
13	Kiki	Security	100.00	Sangat Tinggi
14	Abdul	Security	82.00	Sangat Tinggi
15	Revi	Security	81.00	Sangat Tinggi
16	Mamat	Security	77.00	Tinggi
17	Farid	Security	80.33	Sangat Tinggi
18	Okky	Security	80.00	Sangat Tinggi

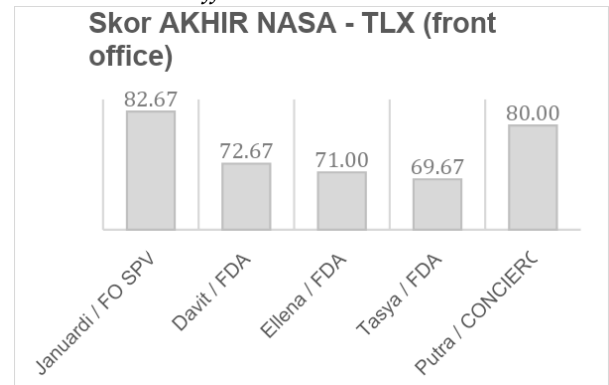
Analisa Beban Kerja Mental Menggunakan NASA-TLX

Pada penelitian ini dilakukan analisa beban kerja mental setiap karyawan yang bekerja di section front office, housekeeping, dan security di Prime Plaza Hotel Kualanamu dengan Metode NASA-TLX.



Gambar 1 Skor Elemen Setiap Departemen

1. Front Office



Gambar 2 Skor Akhir NASA - TLX Karyawan Front Office

Dari gambar di atas, responden dengan jabatan Supervisor Front Office dan Concierge mendapatkan bobot nilai paling besar dan masuk ke dalam golongan beban kerja sangat tinggi sedangkan untuk Front Desk Agent berada pada bobot nilai tinggi.

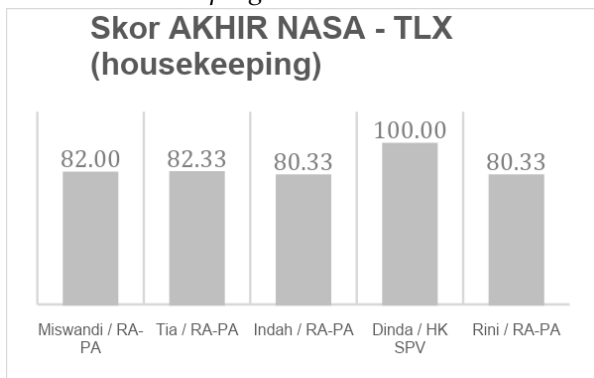
Sesuai dengan gambar 2 perhitungan skor NASA, beban nilai tertinggi sebagai Front Office Supervisor adalah tingkat frustrasi. Tingkat frustrasi menjadi beban nilai yang paling tinggi dikarenakan berkaitan dengan usia kerja Front Office Supervisor yang tergolong baru, yaitu dua bulan dan belum pernah ada pengalaman sebagai leader sebelumnya, beberapa hal baru yang masih dikerjakan dengan meraba sehingga hasil yang dicapaipun kurang memuaskan menurutnya. Selain itu tanggung jawab jalannya kegiatan operasional baik di section reception, concierge, dan security juga dirasakan terlalu kompleks dengan kondisi hanya satu orang sebagai Front Office Supervisor.

Untuk area Front Desk Agent, masa kerja karyawan yang berada di section ini sudah lebih dari tiga tahun walaupun demikian nilai beban mental untuk Front Desk Agent adalah tinggi. Sebagai Front Desk Agent, beban nilai tertinggi ada pada aspek performansi kerja dikarenakan tidak diperbolehkan ada kesalahan apapun dalam melakukan pekerjaannya karena berhubungan langsung dengan tamu dan cashiring. Selain karenan tuntutan pekerjaan, Front Desk Agent yang bertugas hanya satu orang di setiap shift. Pekerjaan yang dilakukan oleh Front Desk Agent di setiap shift meliputi menangani reservasi yang masuk dan memasukan ke dalam sistem, mengatur

kamar sesuai dengan reservasi tamu, mempersiapkan kelengkapan untuk kedatangan tamu, melakukan proses *check in*, menerima pembayaran kamar atau event, melakukan proses *check out*, dan khusus untuk *shift* malam melakukan proses *night audit*. Pekerjaan yang berkaitan dengan administrasi seperti pembuatan laporan rutin, pengecekan kelengkapan kerja, menghitung inventaris juga menjadi pekerjaan *Front Desk Agent*. Situasi yang semakin membuat aspek performansi kerja menjadi paling tinggi ketika tingkat hunian hotel yang tinggi (diatas 70%).

Pada area *concierge*, nilai beban kerjanya adalah sangat tinggi dimana aspek yang paling tinggi adalah tingkat usaha. Sama halnya *Front Office Supervisor*, karyawan *concierge* hanya terdiri dari satu orang dengan masa kerja satu bulan. Pekerjaan utama dari seorang *concierge* adalah melakukan pengantaran dan penjemputan tamu dari dan ke Bandara. Selain itu, seorang *concierge* juga bertanggung jawab terhadap perawatan mobil sebanyak enam unit. Rata-rata pengantaran atau penjemputan ke Bandara perhari dalam 8 jam adalah 8 - 10 kali. Beban tingkat usaha menjadi semakin tinggi pada saat pengantaran grup dengan jumlah penumpang lebih dari 100 orang. Pada saat aktifitas penjemputan ataupun pengantaran cukup padat, pekerjaan ini akan dibantu oleh *section security*.

2. *Housekeeping*



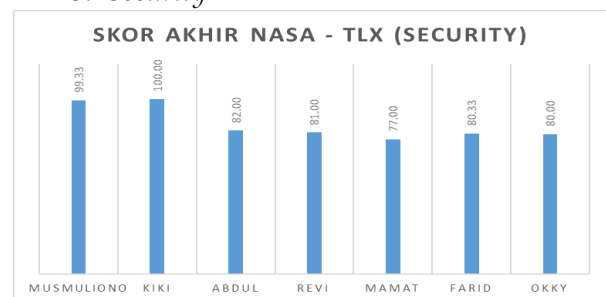
Gambar 3 Skor Akhir NASA - TLX Karyawan Housekeeping

Dari gambar di atas, untuk area *Housekeeping* terdapat dua jabatan kerja, yaitu *Housekeeping Supervisor* dan *Room Attendant / Public Area*. Bobot nilai pada area *Housekeeping* memiliki beban kerja yang sangat tinggi.

Aspek kebutuhan waktu memiliki nilai yang paling tinggi baik dari *Housekeeping Supervisor* maupun *Room Attendant / Public Area*. Beban kebutuhan waktu menjadi sangat tinggi diantara jam 12 siang, yaitu jam *check out* tamu sampai dengan jam 2 siang, yaitu jam *check in* tamu. Standard untuk satu orang *Room Attendant* membersihkan kamar adalah 25 menit untuk satu kamar dan setiap *Room Attendant* mendapatkan jatah 18 - 22 kamar.

Kebutuhan waktu menjadi semakin tinggi ketika berada di kondisi kamar *back to back* pada tingkat hunian di atas 80% dan banyaknya permintaan tamu untuk *check in* di jam 2 siang tepat. Sedangkan untuk *Public Area* karyawan yang bertugas di setiap *shift* adalah satu orang untuk area kerja yang cukup luas meliputi teras lobi, lobi, *restaurant*, ruang *meeting*, toilet umum, area parkir kendaraan, dan area kolam renang. Selain aspek kebutuhan waktu, aspek frustrasi menjadi beban mental dengan nilai tertinggi kedua. Hal ini berkaitan dengan ketidakpuasan karyawan ketika bertugas sebagai *Public Area Attendant* tidak dapat menyelesaikan seluruh cakupan area kerjanya dan kualitas kebersihan yang seadanya. *Housekeeping Supervisor* kebutuhan waktu mendapat nilai tinggi dikarenakan posisi tersebut hanya ada satu orang dengan pekerjaan mengontrol area kerja, area linen, pembuatan laporan serta urusan administrasi.

3. *Security*



Gambar 4 Skor Akhir NASA - TLX Karyawan Security

Pada area *Security*, nilai beban mental yang di dapati adalah sangat tinggi, hanya satu orang saja yang memiliki nilai beban mental tinggi. Aspek yang paling tinggi dalam penilaian beban mental di area *Security* adalah aspek performansi kerja. Jumlah *Security* yang bertugas di Prime Plaza Hotel Kualanamau adalah tujuh personil dengan pembagian jam kerja dua shift dalam satu

hari dengan konfigurasi hari kerja 5 - 2. Pada setiap harinya ada dua personil bertugas di shift pagi, dua personil bertugas di shift malam, dan hari-hari tertentu satu personil bertugas di *middle shift*. Tanggung jawab area kerja *Security* meliputi menjaga keamanan di seluruh area hotel dengan luas 11 hektar dengan 9 lantai, mengatur area parkir kendaraan roda empat ataupun dua, menjaga pintu masuk utama hotel dengan memeriksa setiap kendaraan yang masuk. Sebagai tambahan pekerjaan terkadang petugas *security* juga membantu untuk melakukan pengantaran atau penjemputan tamu dan mengantarkan barang bawaan tamu ke kamar. Melihat jenis dan jumlah pekerjaan yang menjadi tanggung jawab petugas *security* beberapa pekerjaan tidak bisa dikerjakan dengan maksimal sehingga seringkali petugas *security* mendapatkan teguran dari *Supervisor* atau pun tamu.

## KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah karyawan di divisi kamar Prime Plaza Hotel Kualanamu berada pada beban mental yang sangat tinggi untuk *Front Office Supervisor*, *Concierge*, *Housekeeping Supervisor*, *Room Attendant / Public Area*. Sedangkan untuk *Front Desk Agent* memiliki beban mental tinggi. Dari kesimpulan diatas maka dapat diberikan saran untuk pihak management sebagai berikut: di departemen *Front Office* beberapa hal yang dapat diperbaiki diantaranya untuk *Front Office Supervisor* diberikan kembali pelatihan-pelatihan yang berkaitan dengan *leadership*, *time management*, dan *stress management* sehingga *Front Office Supervisor* semakin memiliki kemampuan untuk mengatur kegiatan di operasional termasuk kemampuan untuk mendelegasikan pekerjaan kepada *subordinate*. Kembali ke fungsi *supervisor* sendiri yaitu sebagai kontrol dan pengawasan maka tugas untuk *Front Office Supervisor* ini harus dikaji ulang apakah lebih banyak mengerjakan pekerjaan operasional atau menjalankan fungsinya sebagai fungsi kontrol dan pengawasan.

Sedangkan untuk area *Front Desk Agent* dengan meninjau jumlah dan variasi pekerjaan maka penulis mengusulkan untuk melakukan penambahan karyawan khusus

untuk area reservasi, persiapan kedatangan tamu, dan administrasi. Penambahan karyawan ini selain membagi tugas kerja di area *Front Desk Agent* juga sedikit demi sedikit akan mengembalikan fungsi *Front Office Supervisor* sebagai alat kontrol dan pengawasan. Untuk area *Concierge* juga disarankan untuk ditambahkan satu tenaga kerja untuk membagi beban kerja di area *Concierge* sendiri sehingga baik operasional penjemputan tamu maupun merawat kendaraan tetap berjalan dan terkontrol dengan baik, selain itu tugas tambahan *Security* membantu penjemputan tamu akan berkurang dan mereka lebih fokus ke area kerja *Security* yang sebenarnya.

Sedangkan departemen *Housekeeping* perlu menambah satu orang sebagai *order taker* yang bisa merangkap pekerjaan administrasi dan area linen sehingga *Housekeeping Supervisor* bisa menjalankan fungsinya sebagai alat kontrol dan pengawasan. Sedangkan untuk area *Room Attendant* perlu disusun strategi baru pada jam-jam kritikan seperti di jam 12 siang sampai jam 2 siang, seperti mencari informasi lebih detail ke area *Front Office* terkait jam datang tamu atau grup, meminta *list* kamar apa saja yang menjadi prioritas saat hari kedatangan. Selain itu juga perlu diberikan pelatihan bagaimana cara meningkatkan kecepatan membersihkan kamar, manata troli supaya lebih efisien dan *management parstock*. Sedangkan untuk *Public Area* perlu ditambah satu karyawan disetiap shift supaya kualitas kebersihan bisa tercapai. Disamping itu juga dapat menggunakan robot kebersihan untuk area-area yang tidak terlalu vital seperti teras *ballroom*, area tersebut sangat luas dan ketika tidak ada *event* dengan menggunakan robot kebersihan bisa lebih efisien, karyawan bisa mengerjakan pekerjaan lain yang hanya bisa dikerjakan oleh manusia.

Untuk *Security* perlu ditambah jumlah petugas pada setiap *shift* menjadi tiga orang dan menambah jumlah pemasangan titik CCTV untuk pengawasan keamanan area hotel terutama ditempat-tempat yang jarang dilewati tamu atau karyawan hotel. Dengan adanya pemasangan titik CCTV di area vital maka pekerjaan seperti patrol dapat

berkurang durasinya dan petugas *security* dapat difungsikan ke pekerjaan yang lain.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anshori, M. Y. (2022). Threecle Model: Penerapan Kepemimpinan di PrimeBiz Hotel Surabaya. *Accounting and Management Journal*, 6(2), 54–62.
- Anshori, M.Y., & G.A.R.M.D. Dewi. (2023). *Manajemen Hotel: Antara Teori dan Studi Kasus Manajemen Sumber Daya Manusia*. Deepublish, Yogyakarta.
- Anshori, M. Y., Shawyun, T., Madrigal, D. V., Rahmalia, D., Susanto, F. A., Herlambang, T., & Adzkiya, D. (2022). Estimation of Closed Hotels and Restaurants in Jakarta as Impact of Corona Virus Disease Spread Using Adaptive Neuro Fuzzy Inference System. *IAES International Journal of Artificial Intelligence*, 11(2), 462–472. <https://doi.org/10.11591/ijai.v11.i2.pp462-472>
- Dewi, R. F., M. Nurhadi, E. Julianti, & T. Prawitowati. (2023). Peran Mediasi Motivasi Kerja Pada Stres Kerja dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan di Kantor Pemangku Hutan. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminstrasi Dan Pelayanan Publik*, 10(1).
- Hendrawan, B., Ansori, M., & Hidayat, R. (2013). Pengukuran dan Analisis Beban Kerja Pegawai Bandara Hang Nadim. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 3(1), 55–67.
- Pradhana, C. A., & Suliantoro, H. (2018). *Analisis Beban Kerja Mental Menggunakan Metode NASA-TLX Pada Bagian Shipping Perlengkapan di PT. Triangle Motorindo*.
- Pradnyana, N. S., & Widyastini, N. M. A. (2023). Pengaruh Komunikasi, Beban Kerja, dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminstrasi Dan Pelayanan Publik*, 10(2).
- Ramadhan, R., Tama, I. P., & Yanuar, R. (2014). *Analisa Beban Kerja Dengan Menggunakan Work Sampling dan NASA-TLX Untuk Menentukan Jumlah Operator (Studi Kasus: PT XYZ)*. 964–973.
- Rianda, S., & Winarno, A. (2022). Pengaruh Kompensasi dan Lingkungan Kerja Fisik Terhadap Kinerja Pegawai Pada PT Rajasaland Bandung. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminstrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(2), 192–203.
- Salim, M. V. T., Satrya, I. D. G., & Anshori, M. Y. (2021). Strategi Bisnis PrimeBiz Hotel Surabaya Menghadapi Pandemi COVID-19. *JUMPA*, 8(1), 192–212.
- Terranova, D. N. T. (2014). *Menentukan Jumlah Optimal Karyawan dengan Metode NASA-TLX (Studi Kasus: Departemen Perencanaan & Gudang Material PT. Petrokimia Gresik)*. Institut Teknologi Sepuluh November.

# ANALISIS PENGARUH RISIKO KREDIT DAN RISIKO OPERASIONAL TERHADAP PROFITABILITAS BANK UMUM BUMN TERDAFTAR DI BEI UNTUK PERIODE 2021-2022

Mohammad Ghofirin<sup>1</sup>, Dina Anggraeni Susesti<sup>2</sup>

Universiyas Nahdlatul Ulama Sidoarjo,

e-mail: [ghofie@unusa.ac.id](mailto:ghofie@unusa.ac.id), [dins@unusa.ac.id](mailto:dins@unusa.ac.id)

**Abstract:** *The global economy is still having an impact on the banking industry. Financial and monetary conditions this year are better than the previous year. Several domestic factors support the expansion of the banking industry. The aim of this research is to see the influence of credit risk and operational risk on profitability in state-owned commercial banks listed on the IDX for the 2021-2022 period. This research method is multiple linear regression, using tools in the form of SPSS software. The results of this research show that credit risk and operational risk simultaneously influence profitability for state-owned commercial banks registered on the IDX in the 2021-2022 period, partially using Return on Assets (ROA).*

**Keywords:** *Credit Risk, Operational Risk, Profitability, Return on Assets (ROA)*

## PENDAHULUAN

Era pembangunan dewasa ini telah menunjukkan banyak perkembangan yang sangat berarti terutama dalam bidang perekonomian Negara. Salah satu sektor yang memegang peranan penting dalam perkembangan perekonomian adalah sektor perbankan. Hal ini dikarenakan bank selaku lembaga penghimpun dan penyalur dana dengan menciptakan produk yang beragam untuk ditawarkan pada masyarakat pengguna jasa perbankan (Rinofah et al., 2022). Perekonomian global masih berdampak pada industri perbankan. Kondisi keuangan dan moneter tahun ini lebih baik dibandingkan tahun sebelumnya. Beberapa faktor domestik mendukung ekspansi industri perbankan. Akibatnya, bank-bank pemerintah berusaha meningkatkan investasinya di berbagai industri yang tidak lebih dari 15%, karena beberapa penilaian, baik dukungan nasional maupun pengaruh ekonomi global, sektor perbankan terus berkonsolidasi dan

mengalami pertumbuhan kredit yang meningkat (Maryana & Widiastuti, 2020).

Lembaga keuangan adalah perusahaan yang berspesialisasi dalam bidang keuangan, kegiatan utamanya adalah menghimpun dana, atau menyalurkan dana secara eksklusif atau keduanya. Dalam usaha tersebut bank berfungsi untuk memfasilitasi transaksi keuangan yang berperan dalam pembangunan perekonomian suatu negara, transaksi tersebut juga merupakan bagian dari sistem moneter yang berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi (Sante et al., 2021). Sesuai dengan UU Perbankan Syariah tahun 2008, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat. Sebagai korporasi yang bertugas mengelola simpanan nasabah dan menyalurkannya kepada nasabah lain (badan ekonomi) yang membutuhkan uang dalam bentuk pinjaman (Yanti, 2020)

Bank dalam menjalankan operasinya tentunya tak lepas dari berbagai macam risiko. Risiko usaha bank merupakan tingkat ketidak pastian mengenai suatu hasil yang diperkirakan atau diharapkan akan diterima. Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/25/PBI/2009 Tahun 2009 terdapat beberapa risiko dalam perbankan, yaitu risiko kredit, risiko pasar, risiko operasional, risiko likuiditas, risiko stratejik, risiko reputasi, risiko hukum dan risiko kepatuhan (Utami & Silaen, 2018). Bank bekerja sebagai perantara antara penyedia dana dan mereka yang membutuhkan dana. Bank juga berperan dalam pelaksanaan kebijakan moneter negara, sehingga bank yang *profitable* akan menjamin kelangsungan pertumbuhan ekonomi, serta stabilitas sistem keuangan (Hermawan et al., 2021).

Pengendalian pada Risiko kredit tentu dilakukan oleh setiap bank. Pengendalian tersebut diantisipasi oleh kualitas suatu sistem manajemen risiko kredit yang baik untuk meminimalkan risiko kredit. Pengetahuan mengenai manajemen risiko kredit sangat penting dan berguna sebagai salah satu input alternative dalam mempertahankan kondisi perbankan agar tetap stabil (Kumaralita & Purwanto, 2019).

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi (Setiani & Widiastuti, 2022). Sistem keuangan yang sehat akan berpengaruh pada efektivitas dan profitabilitas bank. Faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas bank dapat berasal dari metrik profitabilitas yang berbeda yang ditunjukkan oleh metrik yang

berbeda. Semakin besar profitabilitas suatu perusahaan, semakin besar kemampuannya untuk bertahan dalam lingkungan ekonomi yang kompetitif. Analisis profitabilitas dapat berfungsi sebagai alat untuk mengukur efektivitas korporasi. Indikator profitabilitas utama bagi bank adalah Return on Assets (ROA).

Return on Assets (ROA) yang buruk dapat mengindikasikan kemampuan perbankan yang tidak memadai. Penurunan pendapatan bank disertai dengan peningkatan risiko kredit akibat gagal bayar debitur atau pihak lain atas kewajibannya kepada bank. Risiko operasional pada umumnya disebabkan oleh masalah dalam perusahaan, dan risiko ini disebabkan oleh tidak adanya sistem manajemen yang kuat dari berbagai pihak dalam perusahaan (Sugiartha et al., 2021).

Faktanya adalah trend penurunan profitabilitas perbankan di Indonesia terjadi dimulai tahun 2015, didasarkan pada Laporan Statistik Perbankan Indonesia periode Oktober 2015 (OJK), dengan indikator rasio NPL (kredit macet) perbankan nasional yang meningkat. Pada Oktober 2015, NPL perbankan tercatat sebesar 2,67 %. Trend ini tentunya akan menjadi masalah bila manajemen tidak segera mengantisipasi dengan baik fluktuasi dari ROA di atas dan menjadi sinyal bagi bank untuk selalu waspada dalam menghadapi risiko yang timbul serta sinyal bagi investor untuk berhati-hati dalam melakukan investasinya (Hermawan et al., 2021).

Manajemen risiko oprasional menjadi hal yang sanagat penting dalam pengelolaan suatu instansi keuangan. Lembaga keuangan syariah seharusnya sudah memikirkan cara mengelola dan meminimalisir risiko yang

kemungkinan akan dialami dimasa mendatang. Hal yang sangat penting dalam penerapan manajemen risiko oprasional yakni dengan cara melaksanakan prosedur-prosedur sesuai dengan SOP yang berlaku dan melaksanakan pengelolaan peminimalisiran risiko, sehingga semua kegiatan usahanya dapat berjalan dengan kondusif dan sesuai dengan yang diinginkan (Anam, 2023).

Kondisi industri perbankan Indonesia banyak mengalami perubahan dari periode ke periode. Jika ditelaah lebih dalam lagi contoh-contoh perbankan di Indonesia, terjadi penurunan efektivitas. Hal ini berdampak negatif terhadap industri perbankan secara keseluruhan, karena efek ini secara tidak langsung akan mempengaruhi profitabilitas, atau kemampuan bank untuk menghasilkan uang. Berkaitan dengan manifestasi dari fenomena tersebut, sangat penting bagi bank untuk memiliki kemampuan yang baik dalam mengelola risiko, dengan manajemen risiko yang efektif, bank akan memiliki kesempatan yang lebih baik dalam memilih strategi untuk menghadapi risiko yang mungkin timbul dari situasi tersebut.

## TINJAUAN TEORI

### Profitabilitas

Profitabilitas adalah metrik yang digunakan untuk mengevaluasi kapasitas perusahaan untuk menghasilkan pendapatan (Hermawan et al., 2021). Salah satu metrik keuangan yang digunakan bank untuk menilai profitabilitasnya adalah Return On Assets (ROA). Profitabilitas diukur menggunakan pengembalian aset (Return on Assets), dimana rasio ini menghitung laba bersih tahunan menggunakan seluruh aset

perusahaan. Rasio ini menggambarkan tingkat keuntungan dalam kaitannya dengan total asetnya. Oleh karena itu cocok digunakan dalam mengukur tingkat profitabilitas yang tujuannya menghasilkan laba. Jika ROA perusahaan tumbuh, itu berarti menghasilkan keuntungan lebih besar dari basis asetnya secara keseluruhan. Hal ini menandakan telah efisiennya perusahaan dalam mengelola asetnya yang dilakukan untuk menghasilkan laba (Setiadi & Utomo, 2023). Berikut adalah Kriteria Penetapan Peringkat Profitabilitas pada Tabel di bawah ini :

**Tabel 1. Kriteria Penetapan Peringkat Profitabilitas**

Peringkat	Kriteria	Keterangan
1	ROA > 1,5%	Sangat sehat
2	1,25% < ROA ≤ 1,5%	Sehat
3	0,5% < ROA ≤ 1,25%	Cukup sehat
4	0% < ROA ≤ 0,5%	Kurang sehat
5	ROA ≤ 0%	Tidak sehat

Sumber : Surat Edaran Bank Indonesia No. 6/23/DPNP Tahun 2004 dalam (Hermawan et al., 2021)

### Risiko Kredit

Risiko kredit merupakan risiko kerugian yang disebabkan oleh ketidakmampuan debitur dalam kewajiban pembayaran utang, baik utang pokok maupun bunganya atau keduanya. Risiko kredit ini dapat diukur menggunakan Non Performing Loan (NPL). NPL adalah suatu rasio yang menunjukkan kemampuan manajemen bank untuk mengelola kredit bermasalah yang diberikan bank. Sehingga, apabila semakin tinggi rasio ini maka semakin buruk kinerja bank tersebut. Kredit bermasalah yaitu kredit yang termasuk



dalam kategori diragukan, kurang lancar serta macet (Rinofah et al., 2022).

### **Risiko Operasional**

Risiko operasional adalah jenis risiko yang biasanya bersumber dari masalah dalam perusahaan, akibat lemahnya sistem pengendalian manajemen yang diterapkan di dalam perusahaan (Heryani et al., 2022).

Risiko Operasional adalah risiko yang antara lain disebabkan adanya ketidakcukupan dan atau tidak berfungsinya proses internal, kesalahan manusia, kegagalan sistem, atau adanya masalah eksternal yang memengaruhi operasional bank. Rasio BOPO adalah sebagai rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi dan kemampuan bank dalam melakukan kegiatan operasinya, maka apabila rasio ini semakin meningkat mencerminkan kurangnya kemampuan bank dalam menekan biaya operasionalnya yang dapat menimbulkan kerugian karena bank kurang efisien dalam mengelola usahanya. Biaya operasi merupakan biaya yang dikeluarkan oleh bank dalam rangka menjalankan aktivitas usaha utamanya seperti biaya bunga, biaya pemasaran, biaya tenaga kerja, dan biaya operasi lainnya. Sedangkan pendapatan operasi merupakan pendapatan utama bank yaitu pendapatan yang diperoleh dari penempatan dana dalam bentuk kredit dan pendapatan operasi lainnya. Rasio ini dirumuskan sebagai berikut Surat Edaran Bank Indonesia No.6/DPNP tanggal 31 Mei 2004 (Utami & Silaen, 2018).

$$\text{BOPO} = \frac{\text{Biaya operasional}}{\text{Pendapatan operasional}} \times 100\%$$

## **METODE PENELITIAN**

### **Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang mengutamakan analisis data (angka) yang diolah dengan menggunakan metode statistik. Sugiyono (2017) menjelaskan pendekatan kuantitatif sebagai metode penelitian yang memanfaatkan data numerik untuk mengukur pengaruh variabel.

### **Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling**

Bank Umum BUMN yang terdaftar di BEI periode 2021 hingga 2022 merupakan populasi yang digunakan pada penelitian ini. Dan sampling jenuh merupakan teknik sampel yang dipakai dalam penelitian ini. Pada penelitian terdapat 3 Bank Umum BUMN yang tercatat di BEI yaitu Bank Rakyat Indonesia, Bank Tabungan Negara, dan Bank Mandiri.

### **Jenis dan Sumber Data**

Data sekunder adalah data yang digunakan dalam penelitian ini, hal ini disebut sumber langsung. Data sekunder investigasi ini diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI) dan Laporan Tahunan Perbankan. Informasi yang dikumpulkan dapat diakses melalui situs resmi BEI yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

### **Teknik Pengumpulan Data**

Metode studi dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini. Memanfaatkan informasi dari *annual report* dan *sustainability report* yang telah dirilis oleh perusahaan selama periode 2021-2022 di Bank Umum BUMN. Selain itu, analisis data

menggunakan perangkat lunak SPSS difasilitasi.

**Teknik Analisis Data**

Regresi linier berganda adalah metode analisis yang digunakan untuk menyelidiki hipotesis dalam penyelidikan ini. Teknik analisis digunakan untuk mengetahui apakah variabel yang bersangkutan berpengaruh terhadap variabel dependen.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Biaya Operasional berbanding Pendapatan Operasional (BOPO) yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen bank dalam mengendalikan biaya operasional berbanding pendapatan operasional. Berikut ini nilai BOPO PT Bank Rakyat Indonesia, Bank Tabungan Negara, dan Bank Mandiri periode tahun 2021-2022.

Menurut (Ghozali, 2016) analisis deskriptif menggambarkan atau mendeskripsikan data yang dilihat dari rata-rata (mean), modus, median, standar deviasi, minimum dan maksimum. Statistik deskriptif pada penelitian ini akan diperlihatkan pada tabel berikut:

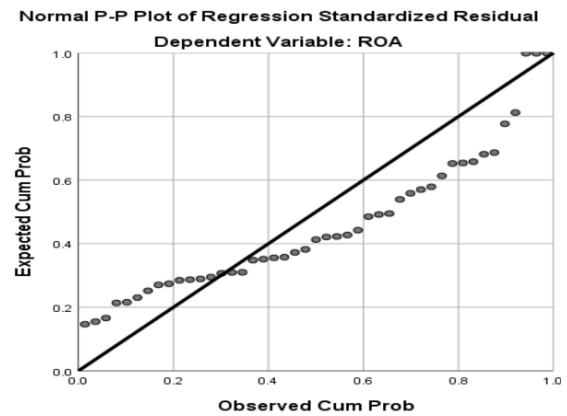
**Tabel 1. Descriptive Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
ROA	2.8771	2.77560	45
NPL	2.6876	.85176	45
BOPO	77.5707	11.03369	45

Sumber: Data olahan (2023)

ROA (Return On Assets) merupakan rasio yang dapat menjelaskan kinerja keuangan perusahaan dari segi earning atau rentabilitasnya. ROA atau rasio laba bersih terhadap total aktiva adalah indikator yang menggambarkan bukan hanya kemampuan manajemen memperoleh laba, tapi juga

mengukur kemampuan untuk mengendalikan seluruh biaya-biaya operasional dan non operasional.



Gambar 2. Grafik P-P Plot

Sumber: Data Olahan (2023)

Berdasarkan Gambar 1. diatas, dapat dilihat Normal P-P Plot Regression Standardized Residual mengikuti dan mendekati garis diagonalnya, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual bersdistribusi normal.

**Tabel 1. Descriptive Statistics**

Model	Regresi berganda B
(constant)	11.982
NPL	-.873
BOPO	-.132

Sumber: Data olahan, 2023

Berdasarkan hasil uji t (parsial) untuk variabel risiko kredit (NPL) diperoleh nilai koefisien regresinya sebesar -0.873. Hal ini menunjukkan bahwa NPL memiliki pengaruh negatif terhadap ROA serta tidak signifikan, karena nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05. Maka hipotesis risiko kredit (NPL) berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas (ROA) diterima.

Berdasarkan uji t (parsial) untuk variabel risiko operasional (BOPO), hasil penelitian diperoleh nilai koefisien regresinya sebesar -0.132. Hal ini menunjukkan bahwa BOPO memiliki

pengaruh negatif terhadap ROA serta signifikan, karena nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05. Maka hipotesis risiko operasional (BOPO) berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas (ROA) diterima.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diatas maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah simultan risiko kredit dan risiko operasional berpengaruh terhadap profitabilitas untuk Bank Umum BUMN yang telah terdaftar di BEI pada periode 2021-2022 secara parsial menggunakan Return on Assets (ROA).

## DAFTAR PUSTAKA

- Aji, I. T., & Priyono, A. (2021). The role of equity crowdfunding company as a knowledge broker in supporting digital transformation of smes through knowledge sharing and dissemination process. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147-4478)*, 10(3), 109-122. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v10i3.1158>
- Crupi, A., Del Sarto, N., Di Minin, A., Gregori, G. L., Lepore, D., Marinelli, L., & Spigarelli, F. (2020). The digital transformation of SMEs - a new knowledge broker called the digital innovation hub. *Journal of Knowledge Management*, 24(6), 1263-1288. <https://doi.org/10.1108/JKM-11-2019-0623>
- Kmieciak, R. (2020). Trust, knowledge sharing, and innovative work behavior: empirical evidence from Poland. *European Journal of Innovation Management*. <https://doi.org/10.1108/EJIM-04-2020-0134>
- Larassaty, A. L., Novie, M., Tanaya, V., & Prastyawa, E. E. (2022). Trend Seminar Online Kewirausahaan; Kapabilitas Daya Serap Pengetahuan sebagai Mediasi Knowledge Sharing Anggota UKM dalam Menciptakan Inovasi UKM di Sidoarjo. *Journal of Research and Technology*, 8(1), 75-86.
- Muditomo, A., & Wahyudi, I. (2021). Conceptual Model For Sme Digital Transformation During The Covid-19 Pandemic Time In Indonesia: R-. *Journal Of Bussiness & Entrepreneurship*, 3(1), 13-24.
- Nerina, R., Ng, S. imm, & Ho, J. A. (2018). The influence of SMEs employees ' intention towards innovative behaviour Social Sciences & Humanities The Influence of SMEs Employees ' Intention towards Innovative Behaviour. *Sossial Sciences & Humanities*, 26(3), 1905-1923.
- Perry. (2021). *Bisnis E-Commerce Semakin Gurih*. Kominfo. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/32999/bisnis-e-commerce-semakin-gurih/0/artikel>
- Pradana, E. R., & Suhariadi, F. (2020). The Effect Of Job Crafting On Innovative Behavior Through. *Airlangga Journal of Indonesian Management*, 1(1), 77-91.
- Prayitno, J. (2018). Knowledge Management Dalam Pengembangan Smart City. *Konferensi Nasional Sistem Informasi 2018*, 473-477.
- Primiarti, S. (2016). Era Transformasi Digital. *Media Service Bisnis Indonesia*, 1-31.
- Rasid, F. E. T., H, S. P., & Rizal, M. N. (2021). Faktor Pendorong, Proses Dan Tantangan Transformasi Digital Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah: Tinjauan Pustaka Sistematis. *Pemodelan Arsitektur Sistem Informasi Perizinan Menggunakan Kerangka Kerja Togaf Adm*, 6(2), 62.
- Shin, S., & Yim, D. S. (2014). A Knowledge

Broker in a Regional Innovation System : A Case of Gyeonggi Province in Korea. *STI Policy Review*, 5(1), 112-130.

Ulas, D. (2019). Digital Transformation Process and SMEs. *Procedia Computer Science*, 158, 662-671. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.09.101>

Wibowo, A. (2022). *Transformasi Ekonomi Digital* (M. K. Dr. Joseph Teguh Santoso, S.Kom. (ed.)). Yayasan prima Agus Teknik Bekerjasama Dengan Universitas Sains dan teknologi Komputer.

Yulianti, P., & Arifien, F. P. (2019). Innovative Behavior on Millennials: Antecedent Proactive Personality and Task Conflict With Moderating Job Autonomy. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 12(2), 177. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v12i2.4358>

# PENGARUH COPYWRITING TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN FOOD AND BEVERAGE DIMEDIASI BRAND AWARENESS PADA PENGGUNA INSTAGRAM DI KEDIRI

**Ernik Anisa Mayasari, Yudiarto Perdana Putra, Nindi Vaulia Puspita**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen Universitas Kediri

[ernik.anisa298@gmail.com](mailto:ernik.anisa298@gmail.com), [yudiarto@unik-kediri.ac.id](mailto:yudiarto@unik-kediri.ac.id), [nindi.vaulia@unik-kediri.ac.id](mailto:nindi.vaulia@unik-kediri.ac.id)

**Abstract:** *This study aims to determine the effect of copywriting on consumer buying interest, food and beverage mediated by brand awareness in Instagram users in Kediri. The influence you want to know is both direct and indirect. This type of research is explanatory research that explains the position between hypothesized variables. This study used a sample of 96 respondents. Sampling using purposive sampling techniques with the characteristics of active Instagram users and followers of Instagram accounts related to food and beverage. The data collection technique used in this study is by using questionnaires distributed through google forms, while data analysis uses the path analysis method with the help of SmartPLS analysis tools. The results of this test can be concluded that copywriting (X) has a significant influence on brand awareness (Z). Brand awareness (Z) also has a significant influence on buying interest (Y). While copywriting (X) has an insignificant influence on buying interest (Y). The test results also show that copywriting (X) has an indirect influence on buying interest (Y) mediated by brand awareness (Z).*

**Keywords:** *Copywriting, Brand awareness, Buying Interest*

## PENDAHULUAN

Pertumbuhan bisnis di bidang *food and beverage* yang terus meningkat membuat persaingan juga semakin ketat. Pada kuartal ketiga tahun 2022, Indonesia pada bisnis *food and beverage* meningkat sebesar 3,57%, melebihi angka dari periode sebelumnya. (Kemenperin 2022, n.d.). Di wilayah Kediri, jumlah restoran mencapai 155 pada tahun 2021 dan diprediksi akan terus meningkat (BPS Kabupaten Kediri, n.d.). Dalam industri *food and beverage* yang kompetitif, para pelaku usaha perlu menetapkan strategi yang tepat untuk mempertahankan bisnis. Salah satunya menggunakan digital marketing. Sasaran utama digital marketing ialah promosi merek, membentuk preferensi konsumen, dan meningkatkan lalu lintas penjualan melalui berbagai teknik pemasaran digital. (Wati et al., 2020). Hal ini efektif karena efek yang luas, interaktif, dan tersedia kapan saja. Pemasaran digital efisien sesuai target dan menghemat

waktu, tenaga, dan biaya promosi (Zuhdi & Meldi, 2022). Digital marketing meliputi promosi melalui website, email, dan social media. Menurut (Nasrullah, 2017) social media merupakan alat yang digunakan untuk mempublikasikan berbagai konten. Mulai dari profil pengguna, aktivitas, hingga berbagi opini antar pengguna. Media sosial mengubah bagaimana orang menemukan, mengakses, berinteraksi, dan menyebarkan informasi, berita, dan data kepada orang lain. (Syaiful Akhsin, 2022). Media sosial juga akan meningkatkan kepercayaan publik dan membangun hubungan dengan pelanggan, serta meningkatkan *brand awareness* (Yanuar et al., 2021). Media sosial mengacu pada aplikasi seperti Facebook, WhatsApp, Twitter, YouTube, dan Instagram. Dimana konten dalam media sosial tersebut dapat dibuat oleh para pengguna. Oleh karena itu, aplikasi-aplikasi media sosial tersebut sangat mempengaruhi perilaku konsumen dalam

melakukan pembelian (Choedon & Chan Lee, 2020)

Akses internet yang cepat mempermudah masyarakat dalam mendapatkan informasi. Data dari survei yang telah dijalankan AAPJIII masa tahun 2022 menunjukkan bahwa lebih dari 50% dari 210,03 juta yang memakai internet mayoritas digunakan untuk media sosial (APJII: 2022, n.d.). Media sosial mempermudah interaksi dan berbagi informasi. Penggunaannya terus meningkat karena akses yang mudah dan biaya rendah (Feroza & Misnawati, 2020). Maka dari itu Media sosial digunakan oleh pengusaha sebagai alat promosi untuk menjangkau pasar lebih luas. Ini dikenal sebagai pemasaran digital.

Instagram merupakan social media yang sangat populer dipakai masyarakat (Setiawan, 2018). Instagram menyediakan konten visual seperti gambar dan video yang memancing interaksi seperti like, comment, dan share (Prajarini & Sayogo, 2021). Menurut data (NapoleonCat, n.d.) Pengguna Instagram di Indonesia pada November 2022 mencapai 97.071.400, mayoritas perempuan (51,4%), dan kelompok pengguna terbesar adalah usia 18-24 tahun (36.900.000). Instagram menjadi media promosi dengan teknik *copywriting* yang populer bagi pelaku usaha. Penggunaan Instagram dalam kampanye produk dapat meningkatkan *brand awareness* (Mona et al., 2023). Hal ini mencakup strategi komunikasi pemasaran, segmentasi pasar, dan penggunaan *copywriting* yang optimal untuk memasarkan produk (Jesslyn & Agustiningih, 2021).

*Copywriting* merupakan seni atau teknik menggunakan bahasa secara optimal dalam periklanan dan bentuk komersial lainnya. Sedangkan menurut (Albrighton, 2013) pada "*The ABC of Copywriting*" menyebutkan bahwa *copywriting* ialah teknik penggunaan bahasa secara optimal yang bertujuan untuk mempromosikan dan membujuk calon

konsumen tujuannya untuk menarik konsumen agar melakukan tindakan seperti pembelian atau berlangganan layanan *streaming* (Yogantari, 2021). *Copywriting* yang baik adalah *copywriting* yang mampu untuk menyampaikan pesan berharga Kepada individu yang cocok dan pada waktu yang sesuai. (Soeryanto Soegoto et al., 2022). Sedangkan menurut (Syaiful Akhsin, 2022) *Copywriting* menarik harus memiliki kata-kata yang unik dan mudah diingat akan lebih diterima konsumen dan akan menjadi *top of mind* bagi konsumen.

Menurut (Albrighton, 2013) ada beberapa elemen-elemen yang diperlukan dalam *copywriting* yaitu: (1) *Headline* dan *slogan*, (2) *Struktur*, (3) *Company Taglines*, (4) *Calls to Action (CTA)*. Menurut penelitian oleh (Sheriff et al., 2019) indikator-indikator dari *copywriting* dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Menarik perhatian
2. Mengkomunikasikan
3. Membujuk
4. Meyakinkan

*Brand awareness* merupakan tolak ukur seberapa banyak konsumen mengetahui merek tersebut (Yanuar et al., 2021). Sedangkan menurut penelitian dalam (Kurniasari & Agung, 2018) mengemukakan bahwa *brand awareness* adalah kemampuan seorang calon konsumen untuk mengenali dan mengingat kembali suatu merek sebagai bagian dari suatu kategori produk tertentu. Pembeli jauh lebih puas dengan produk yang familiar daripada produk yang tidak familiar (Bahrumsyah & Iskandar, 2018). Menurut penelitian pada (Yanuar et al., 2021) ada 4 tahapan dalam *brand awareness*. (1) *Unaware of Brand* (tidak menyadari merek), (2) *Brand Recognition* (Pengenalan merek), (3) *Brand Recall* (Peningkatan kembali merek) (4) *Top of Mind* (Puncak pikiran).

Indikator - indikator dari *brand awareness* menurut penelitian pada (Utami & Ekawati,

2019) dan (Sutariningsih & Widagda K, 2021) adalah sebagai berikut :

1. Pengakuan merek
2. Pengetahuan merek
3. Merek mudah diingat
4. Merek dapat dibedakan dengan merek yang lain

Menurut (Al Hafizi & Ali, 2021) Minat beli adalah hasil dari dorongan konsumen setelah melihat produk yang memunculkan keinginan untuk membeli. Salah satu hal yang memengaruhi minat konsumen adalah iklan promosi barang di Internet. Internet mengubah pola hidup menjadi lebih praktis dengan ketergantungan pada media digital dan arus informasi yang tak henti mengalir (Putra, 2020). Menurut penelitian dalam (Mustika & Kurniawati, 2022) minat beli bisa diidentifikasi menggunakan indikator berikut :

- a. Minat transaksional
- b. Minat referensial
- c. Minat preferensial
- d. Minat eksploratif

*Copywriting* pada media sosial sering digunakan dalam bisnis *food and beverage*. Bisnis ini mencakup pembuatan makanan dan minuman, seperti rumah makan, café, dan restoran mewah, dan terus berkembang pesat di Indonesia (Alus et al., 2022).

Penelitian oleh (Yogantari & Ariesta, 2020) *Copywriting* berpengaruh terhadap minat konsumen karena dianggap kreatif dan mampu memicu emosi. Seiring penelitian yang pernah diteliti (Fauziah, 2022) menunjukkan *copywriting* dalam marketing communication berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen pada produk barang maupun jasa. Dari penelitian oleh (Sheriff et al., 2019) juga menunjukkan bahwa *copywriting* berpengaruh signifikan terhadap minat beli *online*. Menurut (Liu, 2021) Iklan dengan *copy* yang

mendiskriminasi gender dapat merugikan dan menolak customer untuk membeli produk.

Hasil penelitian dari (Chusnaini & Amri Rasyid, 2022) *brand awareness* pengaruh terhadap minat membeli konsumen. Sedangkan Penelitian (Sutariningsih & Widagda K, 2021) dapat disimpulkan bahwa adanya kesadaran merek yang tinggi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian. .

Berdasarkan penelitian terdahulu yang menunjukkan hasil berbeda tersebut membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kembali. Sesuai dengan yang telah diuraikan, peneliti tertarik melakukan penelitian lebih dalam dengan judul "Pengaruh *Copywriting* terhadap Minat Beli Konsumen *Food and beverage* dimediasi *Brand awareness* pada Pengguna Instagram di Kediri"

## METODOLOGI

Penelitian ini merupakan jenis penelitian *explanatory research* dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan pada Kota Kediri dengan populasi adalah masyarakat Kota Kediri yang merupakan pengguna aktif aplikasi Instagram dan *followers* dari akun Instagram terkait *food and beverage*.

Pada penelitian ini pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling* khususnya dengan teknik *purposive sampling*. Dari perhitungan lemeshow didapat sampel sebanyak 96 responden yang karena jumlah populasi pengguna Media Sosial Instagram di Kota Kediri belum diketahui dengan pasti atau tidak terhingga.

Data primer penelitian didapat dengan pengumpulan kuesioner yang disebar melalui link *Google Form* kepada masyarakat kota Kediri yang memenuhi kriteria sebagai responden penelitian. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari studi sebelumnya berupa buku, dokumen atau Bahan pustaka lain yang relevan dengan

penelitian ini.. Data penelitian dianalisis menggunakan SmartPLS 3.0.

Metode penelitian memakai analisis jalur. Teknik analisis ini digunakan dalam penelitian kuantitatif yang Merupakan suatu perluasan dari analisis regresi berganda dan bivariat. Model ini digunakan untuk melihat pengaruh secara langsung maupun tidak langsung dari kumpulan variabel (eksogen) terhadap variabel (endogen) (Ghozali, 2018)

Dalam Smart PLS, analisis *outer model* (model pengukuran) digunakan guna memvalidasi dan menguji reliabilitas konstruk yang telah diukur melalui uji *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *composite reliability* Selain itu, untuk menguji model struktural dan hubungan antar variabel yang diajukan dalam penelitian dapat menggunakan analisis *inner model* (model struktural) melalui *r-square* dan *effect sizes*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Outer Model (Model Pengukuran)

#### Convergent Validity

*Convergent validity* adalah parameter sejauh mana indikator-indikator pada variabel laten berkorelasi dengan baik. Nilai *loading factor* yang ideal adalah  $> 0,7$ . Dalam variabel *copywriting*, *brand awareness*, dan minat beli terdapat 4 indikator nonvalid. Sebab itu itu, harus dilaksanakan eliminasi atau penghapusan instrumen penelitian yang tidak valid sebagai pengukur variabel laten tersebut.

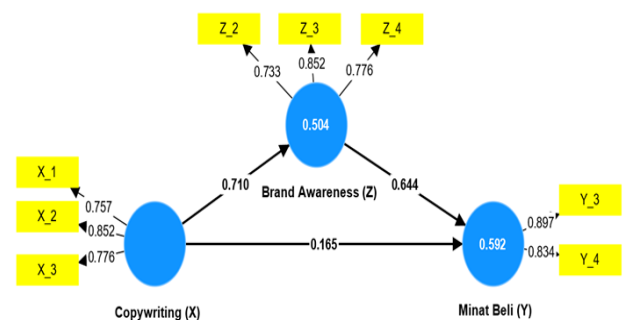
Tabel 1 Nilai Loading Factor

Konstruk	Variabel	Loading factor	Ket
Copywriting	X.1	0.757	Valid
	X.2	0.852	Valid
	X.3	0.776	Valid
Brand awareness	Z.2	0.733	Valid
	Z.3	0.852	Valid
	Z.4	0.776	Valid
Minat Beli	Y.3	0.897	Valid
	Y.4	0.834	Valid

Sumber : Hasil Output PLS, 2023

Dari hasil penghitungan tabel diatas menunjukkan bahwa pasca dilaksanakan eliminasi indikator yang nonvalid, semua indikator variabel mempunyai nilai *loading factor*  $> 0,7$ . Hasil menunjukkan bahwa seluruh variabel telah memenuhi kriteria validitas konvergen.

Gambar 1 Hasil Outer Model



#### Discriminant Validity

*Discriminant validity* adalah nilai *cross loading factor* yang digunakan untuk menentukan apakah konstruk memiliki diskriminasi yang memadai dengan membandingkan nilai *cross loading* pada konstruk yang dituju harus lebih tinggi daripada nilai *loading* dengan konstruk lainnya. *Loading factor*  $> 0,7$  dianggap ideal.

Tabel 2 Nilai Cross Loading

Kode Item	X	Z	Y
X.1	0.757	0.629	0.430
X.2	0.852	0.540	0.484
X.3	0.776	0.522	0.565
Z.2	0.584	0.733	0.615
Z.3	0.485	0.852	0.692
Z.4	0.564	0.776	0.466
Y.3	0.580	0.727	0.897
Y.4	0.532	0.578	0.834

yang berarti instrumen penelitian memiliki validitas diskriminan yang baik. Mengindikasikan sepenuhnya per indikator secara konsisten dapat mengukur variabel yang dituju.



**Composite Reliability, Cronbach's Alpha, dan Average Variance Extracted (AVE)**

Penenguji reliabilitas dapat digunakan *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*. Data dengan *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* > 0,8 menunjukkan reliabilitas yang tinggi.

**Tabel 3 Konstruk Reliabilitas dan Validitas**

<i>Cronbach Alpha</i>	
<i>Copywriting</i> (X)	0.709
<i>Brand awareness</i> (Z)	0.695
Minat Beli (Y)	0.669
<i>Composite Reliability</i>	
<i>Copywriting</i> (X)	0.838
<i>Brand awareness</i> (Z)	0.831
Minat Beli (Y)	0.857
<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	
<i>Copywriting</i> (X)	0.634
<i>Brand awareness</i> (Z)	0.622
Minat Beli (Y)	0.749

Sumber : Hasil Output PLS, 2023

Berdasarkan tabel perhitungan, pengujian reliabilitas melibatkan penggunaan seluruh nilai variabel yang terlibat, pengujian realibility meliputi *cronbach's alpha* dan *composite reliability* > 0,8. Selain itu, nilai *AVE* > 0,5 pada pengujian validitas.

Dengan demikian, variabel dalam penelitian ini dapat dianggap valid atau sesuai dan reliabel, sehingga memungkinkan untuk dapat lanjut uji model struktural lebih lanjut.

**Inner Model (Model Struktural)**

*R-Square*

Korelasi antara perubahan nilai *R-squares* dan pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen dapat diamati. Ketika nilai *R-squares* mencapai 0,75, maka model memiliki kekuatan yang kuat. Jika nilai *R-squares* berada pada 0,50, maka model

dikategorikan sebagai model yang memiliki kekuatan moderat. Sedangkan, ketika nilai *R-squares* berada pada 0,25, maka model dianggap memiliki kekuatan yang lemah.

**Tabel 4 R-squares**

Item	R Square	R Square Adjusted
<i>Brand awareness</i> (Z)	0.504	0.499
Minat Beli (Y)	0.592	0.583

*copywriting* memiliki pengaruh sebesar 49,9% terhadap variabel *brand awareness* yang menunjukkan model yang kuat. Sementara itu, variabel *copywriting* berpengaruh besar dengan nilai presentase 58,3% terhadap variabel minat beli yang termasuk dalam model moderat.

*Effect sizes*

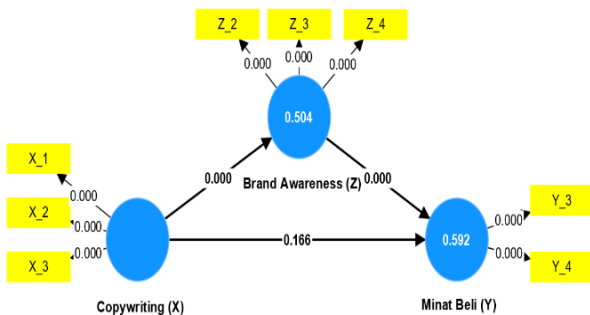
*Effect sizes* (F-square) digunakan untuk mengevaluasi kebaikan model. Dalam mengukur pengaruh variabel laten eksogen pada level struktural, nilai F-square yang direkomendasikan adalah sebagai berikut: 0,02 menunjukkan pengaruh yang kecil, 0,15 menunjukkan pengaruh yang moderat, dan nilai >0,35 menunjukkan pengaruh yang besar.

Berdasarkan hasil analisis menggunakan smart PLS, variabel *copywriting* memiliki pengaruh besar terhadap variabel *brand awareness* dengan nilai > 0,35 (1,017). Variabel *copywriting* memiliki pengaruh kecil terhadap variabel minat beli dengan nilai 0,033. Sementara itu, variabel *brand awareness* memiliki pengaruh moderat terhadap variabel minat beli dengan nilai 0,503.

### Uji Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis meliputi direct effect dan indirect effect .

Gambar Hasil Uji Hipotesis



Sumber : Hasil Output PLS, 2023

Table 5 Direct effect

Konstruk	Original Sampel (O)	T-Statistics	P Value
Copywriting (X) -> Brand awareness (Z)	0.710	11.279	0.000
Brand awareness (Z) -> Minat Beli (Y)	0.644	5.617	0.000
Copywriting (X) -> Minat Beli (Y)	0.165	1.384	0.166
Copywriting (X) -> Brand awareness (Z) -> Minat Beli (Y)	0.457	4.773	0.000

Sumber : Hasil Output PLS, 2023

### Pembahasan

#### Pengaruh copywriting terhadap brand awareness

Copywriting (X) Brand awareness (Z) dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh faktor tersebut. Dengan kata lain, faktor tersebut berkontribusi dalam meningkatkan tingkat kesadaran dan pengetahuan konsumen terhadap merek (brand awareness). Dari analisis jalur menunjukkan bahwa nilai pengaruhnya (O=0.710) signifikan, dengan t-statistik 11.279 > 1.96 dan p-values 0.000 < 0.05 . Dalam penelitian ini, copywriting berperan penting dalam menyampaikan pesan yang jelas dan menarik kepada audiens, yang membantu dalam membangun brand awareness. Hasil ini sesuai dengan penelitian oleh

(Sutariningsih & Widagda K, 2021) dan penelitian oleh (Chusnaini & Amri Rasyid, 2022) penggunaan copywriting yang efektif dalam konteks pemasaran social media mampu meningkatkan kesadaran dan pemahaman konsumen terhadap merek secara berarti.

#### Pengaruh brand awareness terhadap Minat Beli

Tingkat kesadaran merek (Brand awareness, Z) memainkan peran penting dalam mempengaruhi minat beli (Purchase intention, Y) dengan pengaruh yang positif dan signifikan. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat brand awareness, semakin kuat dan signifikan hubungannya dengan minat beli konsumen. Artinya, konsumen yang lebih sadar dan mengenali merek akan cenderung lebih tertarik untuk melakukan pembelian produk atau layanan tersebut.. Hasil analisis jalur menunjukkan nilai pengaruhnya (O=0.644) yang signifikan, dengan t-statistik 5.617 > 1.96 dan p-values 0.000 < 0.05. Penelitian ini membuktikan bahwa brand awareness berperan penting dalam memengaruhi minat beli konsumen. Hasil ini sesuai dengan penelitian oleh (Sutariningsih & Widagda K, 2021) dan penelitian oleh (Chusnaini & Amri Rasyid, 2022) yang menunjukkan juga Temuan dari penelitian mengindikasikan bahwa brand awareness memiliki pengaruh yang positif dan secara signifikan mempengaruhi minat beli konsumen, yang menandakan bahwa semakin tinggi tingkat brand awareness, semakin besar kemungkinan konsumen untuk berencana melakukan pembelian produk atau layanan tersebut.

#### Pengaruh copywriting terhadap minat beli

Dalam konteks ini, copywriting (X) mempengaruhi minat beli (Purchase intention, Y) dengan pengaruh yang positif, akan tetapi pengaruh tersebut tidak

mencapai tingkat signifikansi yang dapat diandalkan secara statistik. Artinya, meskipun copywriting memiliki pengaruh positif terhadap minat beli, perbedaan dalam minat beli yang disebabkan oleh variabel copywriting tidak dapat dianggap sebagai perbedaan yang nyata secara statistik. Hasil analisis jalur menunjukkan nilai pengaruhnya ( $O=0.165$ ) dan nilai t-statistik pada hubungan antara variabel ini adalah  $1.384 < 1.96$  dengan nilai  $p\text{-values } 0.166 > 0.05$ . Dalam penelitian ini, *copywriting* yang lebih baik dan menarik pada produk dapat menaikkan minat beli konsumen. Hasil ini penelitian yang dilaksanakan (Liu, 2021) yang menyebutkan penggunaan *copywriting* yang buruk tidak memengaruhi minat customer untuk beli suatu barang .

#### **Pengaruh mediasi *Brand awareness* dalam hubungan antara *Copywriting* terhadap Minat Beli**

*Brand awareness* (Z) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dalam memediasi hubungan antara *copywriting* (X) terhadap minat beli (Y) dengan ( $O=0.457$ ) dan nilai t-statistik  $4.773 > 1.96$  beserta nilai  $p\text{-values } 0.000 < 0.05$ . *Brand awareness* menciptakan asosiasi positif antara merek dan konsumen, sehingga konsumen merespons positif terhadap *copywriting* yang sejalan dengan citra merek tersebut. Hasil ini sesuai dengan penelitian (Sutariningsih & Widagda K, 2021) yang menunjukkan *brand awareness* memediasi pengaruh pemasaran media sosial dengan teks informasi terhadap *purchase intention*.

#### **KESIMPULAN**

Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. *Copywriting* memiliki pengaruh terhadap *brand awareness* secara signifikan.

- b. *Brand awareness* memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen *food and beverage* secara signifikan.
- c. *Copywriting* memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap minat beli konsumen *food and beverage*.
- d. *Copywriting* memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen *food and beverage* yang dimediasi oleh *brand awareness*.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Al Hafizi, N. A., & Ali, H. (2021). Purchase Intention and Purchase Decision Model: Multi Channel Marketing and Discount on Medcom.Id Online News Portal. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(3), 460-470. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v2i3.826>
- Albrighton, T. (2013). The ABC of *Copywriting*. ABC Business Communications Ltd, 97.
- Alus, G. P., Siwu, A. A., Wongkar, C., Waseda, P., Sebagai, B., Ambassador, B., Perilaku, D. A. N., Syaputra, M. R., Sumual, I. V., Michelly, B., Montolalu, T., Manajemen, J., Ekonomi, F., Alus, G. P., Siwu, A. A., & Wongkar, C. (2022). Pengaruh Waseda Boys Sebagai Brand Ambassador dan Perilaku Konsumtif Terhadap Minat Beli Produk Menantea di Kota Manado. 10(4), 1881-1890.
- APJII: Pengguna Internet Indonesia Tembus 210 Juta pada 2022. (n.d.).
- Bahransyah, M. A., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh bauran promosi dan *brand awareness* terhadap minat beli topi kulit eervoleather. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 1(1), 37-46. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v1i1.18>
- BPS Kabupaten Kediri. (n.d.).
- Choedon & Chan Lee. (2020). The Effect of Social Media Marketing Activities on Purchase Intention with Brand Equity and Social Brand Engagement: Empirical Evidence from Korean Cosmetic Firms. *The Knowledge Management Society of Korea*, 21(3), 141-160.
- Chusnaini, A., & Amri Rasyid, R. (2022).

*Social Media Marketing: Social Media Content, Brand Image, Brand awareness And Purchase.*

- Fauziah. (2022). Pengaruh Marketing Communication Caffe Kenangan di Instagram Terhadap Minat Beli Pengunjung. *6, 7787(8.5.2017)*, 2003-2005.
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan media sosial instagram pada akun @yhoophii\_official sebagai media komunikasi dengan pelanggan. *Jurnal Inovasi*, *14(1)*, 32-41.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariete SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Instagram users in Indonesia - November 2022 | NapoleonCat*. (n.d.).
- Jesslyn, & Agustiningsih, G. (2021). Application of Copywriting Elements in Social Media Advertising Drinking Products Now in Creating Consumer Interest. *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis*, *9(1)*, 55-67. <https://doi.org/10.46806/jkb.v9i1.678>
- Kemenperin: Kemenperin: Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 3,57% di Kuartal III-2022*. (n.d.).
- Kurniasari, M., & Agung, B. (2018). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA J.CO DONUTS & COFFEE SEMARANG. *DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITIC*, *11(2)*, 430-439.
- Liu, T. (2021). Strategies of Promotion Copywriting of Female Product Brand Under the Development of Feminist. *Proceedings of the 7th International Conference on Humanities and Social Science Research (ICHSSR 2021)*, *554(Ichssr)*, 447-450. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210519.088>
- Mona, N., Puass, S., & Instagram, D. I. (2023). *Jurnal Sosial Humaniora Terapan PERAN COPYWRITER DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS SARIMI PUASS DI INSTAGRAM*. *5(1)*.
- Mustika, W., & Kurniawati, D. M. (2022). Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Minat Beli Handuk Pada Marketplace "X." *Serina Iv*, 709-716.
- Prajarini, D., & Sayogo, D. (2021). Pengaruh Desain Post Instagram Terhadap Minat Pembelian Produk Umkm Kedai Kopi Di Kabupaten Sleman. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, *7(01)*, 187-199. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v7i01.4139>
- Putra, I. K. A. M. (2020). Visual and copywriting strategies in digital product marketing through sponsored content and landing pages on social media for SMEs. *International Proceeding Conference on Multimedia, Architecture & Design (IMADe)*, *1(October)*, 266-274.
- Setiawan. (2018). *Instagram Business Roadmap*. PT Safira International.
- Sheriff, N. M., Zulkifli, A. S., & Othman, W. N. S. W. (2019). Accentuating Customer Engagement, Visual Presentation and Copywriting for Effective Social Media Marketing: A Case Study. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, *8(12)*. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v8-i12/5263>
- Soeryanto Soegoto, E., Yuliawati, S., & Vinora Putri, A. (2022). Digitalization Through Creative Writing on Social Media. *International Journal of Research and Applied Technology*, *2(1)*, 142-150.
- Sutariningsih, N. M. A., & Widagda K, I. G. N. J. A. (2021). Peran Brand awareness Memediasi Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Purchase Intention. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, *10(2)*, 145. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i02.p03>
- Syaiful Akhsin. (2022). *Pengaruh Copywriting dan Kualitas Visual Konten Pemasaran terhadap Minat Beli Konsumen pada Pengguna Instagram di Kelurahan Tanjung Selamat*.
- Utami, N. K. D., & Ekawati, N. W. (2019). Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap

Brand Attitude Melalui *Brand awareness* Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(10), 5947.

<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i10.p04>

Wati, P., Martha, A., & Indrawati. (2020). Digital Marketing. In A. Fransiska (Ed.), *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย* (Vol. 4, Issue 1). Edulitera.

Yanuar, D., Azman, Z., Nurrahmi, F., & Kamara, F. (2021). Penggunaan Viral Marketing di Instagram untuk Meningkatkan *Brand awareness*. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, June, 145-168. <https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v13i1.1984>

Yogantari, M. V. (2021). Kajian Pengaruh *Copywriting* Kreatif Terhadap Intensitas Brand Kedai Kopi Takeway Denpasar. *Jurnal Nawala Visual*, Volume 3,(1), 8-16.

Yogantari, M. V., & Ariesta, B. B. B. (2020). The Creative *Copywriting* on Takeaway Coffee Brand Identity. *International Proceeding Conference on Multimedia, Architecture & Design (IMADe)*, 1(October), 341-347.

Zuhdi, R., & Meldi, K. (2022). *Kepuasan Konsumen Pada Usaha Food and beverage*. 7(3), 554-570.

# PENGARUH NILAI UTAMA ASN BerAKHLAK, WORKPLACE FRIENDSHIP, SELF EFFICACY DAN EMOTIONAL INTELLIGENCE TERHADAP KINERJA

Vikka Putri Makhfiroh<sup>1</sup>, Dani Rizana<sup>2\*</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Putra Bangsa

Email : [1vikkaputrim22@gmail.com](mailto:1vikkaputrim22@gmail.com), [2danirizana@gmail.com](mailto:2danirizana@gmail.com)

**Abstract:** *This study aims to analyze the influence of the main ASN value BerAKHLAK, workplace friendship, self efficacy, and emotional intelligence on performance in the ASN of the Kebumen Regency Population and Civil Registration Office. Collecting data using a questionnaire with a Likert scale and a total sample of 36 respondents. The sampling technique used in this research is saturated sampling. The hypothesis was tested using multiple regression analysis techniques, t test, f test and the coefficient of determination using SPSS for windows version 25.00. The results of this study indicate that the main value of ASN BerAKHLAK partially has a positive and significant effect on performance, workplace friendship partially has a negative and significant effect on performance, self-efficacy partially has a positive and significant effect on performance, emotional intelligence partially has a positive and significant effect on performance. The main value of ASN BerAKHLAK, workplace friendship, self-efficacy, and emotional intelligence simultaneously affect performance.*

**Keywords:** *ASN main value BerAKHLAK, workplace friendship, self-efficacy, and emotional intelligence, performance.*

## PENDAHULUAN

Sumber daya manusia merupakan salah satu bagian penting dalam sebuah organisasi, sebab keberhasilan suatu organisasi bergantung pada bagaimana pengelolaan sumber daya manusia yang ada di dalamnya. Dalam sebuah instansi terdapat sebuah organisasi yang memerlukan peningkatan kinerja secara efektif dan efisien sehingga dapat menyelesaikan pekerjaan dengan maksimal. Keberhasilan seorang pegawai dalam menyelesaikan pekerjaan dapat diukur dengan bagaimana mereka dapat mengontrol hubungan intrapersonal antar pegawai sehingga dapat memudahkan proses dalam menyelesaikan pekerjaan.

Menurut (Rosmaini & Tanjung, 2019) kinerja merupakan perbandingan hasil kerja yang telah di capai oleh seorang karyawan dengan standar yang telah di tentukan, kinerja juga hasil yang telah di capai oleh seseorang baik kualitas maupun kuantitas dalam suatu organisasi sesuai dengan

tanggung jawab yang di berikan oleh perusahaan. Kinerja pegawai berkaitan dengan penilaian kinerja, untuk itu penilaian kinerja pegawai perlu dilakukan oleh suatu organisasi. Penilaian kinerja (performance evaluation) yaitu sebuah proses untuk mengukur hasil pekerjaan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dalam organisasi (Rivai V, 2016). Penilaian kinerja ditentukan oleh hasil kegiatan sumber daya manusia (SDM) dengan standar kinerja yang telah ditetapkan organisasi sebelumnya.

Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Kebumen merupakan salah satu instansi pemerintah kabupaten yang memberikan pelayanan administrasi kependudukan masyarakat. Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil beralamat di Jl. HM Sarbini No.91, Prumpung, Bumirejo, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen ini memiliki 36 pegawai ASN yang terdiri dari Pegawai Negeri Sipil (PNS) dan Pegawai Pemerintah

dengan Perjanjian Kerja (PPPK) yang bertugas memberikan pelayanan dan bertanggung jawab untuk menerbitkan data kependudukan masyarakat seperti pencetakan KTP (Kartu Tanda Penduduk), KK (Kartu Keluarga), Akta Kelahiran, Akta Kematian, dan Akta Perceraian, sehingga sebuah instansi memerlukan pengelolaan manajemen yang baik untuk mencapai kinerja yang sesuai dengan target kerja dan rencana kerja yang sudah ditetapkan. Penilaian kinerja pegawai ASN dilakukan menggunakan penilaian SKP pegawai yang dilakukan satu tahun sekali untuk mengukur seberapa besar kinerja yang diberikan pegawai untuk instansi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala bagian Kepegawaian Disdukcapil Kabupaten Kebumen, penilaian kinerja ASN dilakukan berdasarkan penilaian SKP setiap tahunnya, dan diperoleh hasil rata - rata penilaian kinerja ASN pada tahun 2019 sebesar 87,11 %, tahun 2020 sebesar 88,99 %, dan tahun 2021 sebesar 93,11 %, hasil penilaian tersebut menunjukkan bahwa kinerja ASN Disdukcapil Kabupaten Kebumen dapat dikatakan sudah baik karena selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pencapaian target pelayanan yang telah dilakukan ASN tidak lepas dari peranan instansi dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Sesuai dengan adanya Core Values ASN BerAKHLAK atau Nilai Utama ASN BerAKHLAK sebagai sari dari nilai-nilai dasar ASN sesuai yang dengan Undang-Undang No. 5 Tahun 2014 tentang Aparatur Sipil Negara yang memiliki satu kesamaan persepsi yang lebih mudah dipahami dan diterapkan oleh seluruh ASN. Core Values ASN BerAKHLAK atau Nilai Utama ASN BerAKHLAK menjadi titik tonggak penguatan budaya kerja, yang tidak hanya dilakukan pada ASN tingkat pusat namun menyeluruh hingga tingkat daerah. Nilai Utama ASN BerAKHLAK merupakan

akronim dari Berorientasi Pelayanan, Akuntabel, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif ini menjadi acuan ASN Disdukcapil Kabupaten Kebumen dalam melaksanakan program kerja yang telah ditetapkan.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan Kepala Bagian Kepegawaian Disdukcapil Kabupaten Kebumen, Nilai Utama ASN ini baru diimplementasikan mulai tahun 2021, begitu pula dengan penerapan yang dilakukan pada pegawai ASN Disdukcapil Kabupaten Kebumen, dimana dalam usaha meningkatkan dan menerapkan nilai utama ASN para pegawai ASN mengikuti workshop untuk meningkatkan kapasitas kinerja dari masing - masing ASN seperti yang baru saja di laksanakan pada 1 bulan lalu di Pantai Menganti. Nilai utama ASN BerAKHLAK ini menjadi acuan ASN dalam melaksanakan program kerja yang telah ditetapkan dimana nantinya pengukuran nilai ini akan menentukan tinggi rendahnya penyerapan nilai tersebut yang berkaitan dengan kinerja ASN dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat sesuai dengan asas nilai utama ASN.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala bagian Kepegawaian Disdukcapil Kabupaten Kebumen, menunjukkan bahwa pertemanan antar pegawai ditempat kerja berlangsung dengan baik, hal ini dibuktikan dengan adanya hubungan antar pegawai dapat memberikan motivasi, membangun sikap positif, serta saling membantu dalam pekerjaan. Pegawai ASN Disdukcapil Kabupaten Kebumen selalu menjaga hubungan pertemanan tidak hanya dengan teman satu divisi saja, namun juga menjalin pertemanan dengan rekan antar divisi. Kehangatan hubungan pertemanan di tempat kerja akan memberikan kenyamanan pegawai dalam melakukan pekerjaan, dengan diiringi dengan sedikit candaan akan

mengurangi stress kerja serta beban kerja yang kerap dirasakan oleh pegawai. Pertemanan dalam sebuah organisasi memiliki periode yang cukup lama, sehingga tentu akan mudah membangun pertemanan di tengah organisasi. Kegiatan yang dilakukan oleh ASN Disdukcapil Kabupaten Kebumen dalam usaha meningkatkan persahabatan di tempat kerja adalah mengadakan olahraga bersama atau makan bersama pada hari Jumat pagi dalam rangka jumat berkah dengan seluruh pegawai

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala bagian Kepegawaian Disdukcapil Kabupaten Kebumen, pegawai ASN Disdukcapil memiliki keyakinan terhadap kemampuan yang telah dimiliki untuk menyelesaikan pekerjaan yang diberikan. Dalam usaha meningkatkan kemampuan kerja dan pelayanan terhadap masyarakat, ASN Disdukcapil Kabupaten Kebumen mengikuti serangkaian kegiatan diklat dinas, dan workshop peningkatan kapasitas kinerja yang dilakukan minimal satu kali dalam satu tahun. Selain mengikuti diklat, dan workshop para pegawai juga mengikuti pelatihan ketika ada perubahan aturan ataupun kebijakan terhadap penerbitan dokumen kependudukan dan pencatatan sipil sehingga dapat mempelajari dengan cepat perubahan yang terjadi dan dapat memberikan peningkatan pelayanan penerbitan dokumen kepada masyarakat. Dengan mengikuti kegiatan diklat dan workshop peningkatan kapasitas, akan meningkatkan kinerja pegawai dalam bekerja. Semakin tinggi self efficacy yang dimiliki pegawai, maka kinerja yang dihasilkan akan semakin baik.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Bagian Kepegawaian Disdukcapil Kabupaten Kebumen, Disdukcapil Kabupaten Kebumen merupakan instansi pemerintah yang memberikan pelayanan publik, dimana pegawai dalam melaksanakan pekerjaan akan berhadapan

secara langsung dengan masyarakat yang mempunyai sifat dan sikap yang berbeda - beda. Pegawai ASN Disdukcapil Kabupaten Kebumen dituntut untuk memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat yaitu dengan memberikan informasi mengenai persyaratan administrasi kependudukan, biaya atau denda administrasi, dan waktu yang dibutuhkan untuk menerbitkan dokumen. Kecerdasan emosional yang dimiliki pegawai akan berpengaruh penting dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat dimana hal tersebut merupakan tugas dari pegawai. Semakin tinggi kecerdasan emosional yang dimiliki seorang pegawai akan berpengaruh penting terhadap kinerja yang di berikan. Dengan memiliki kemampuan untuk menendalikan situasi atau suasana pada saat berhadapan langsung dengan masyarakat akan memudahkan pegawai dalam memberikan pelayanan secara maksimal.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, peneliti tertarik untuk mengajukan sebuah penelitian dengan judul "Pengaruh Nilai Utama ASN, *Workplace Friendship*, *Self Efficacy*, dan Kecerdasan Emosional terhadap Kinerja (Studi pada ASN Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Kebumen)

## **KAJIAN TEORI**

### **Nilai Utama ASN**

Sugiarti, et al (2022) Nilai Personal Aparatur Sipil Negara (ASN) Indonesia ditetapkan sebagai sebuah nilai yang wajib diamalkan oleh semua ASN dalam rangka memberikan layanan prima dan profesional. Tujuan dari adanya nilai ini adalah terwujudnya *good governance* yaitu pengelolaan administrasi negara yang bersih, dengan kompetensi yang sesuai, dilakukan secara efisien dan dapat dipertanggung jawabkan, serta mampu bekerja sama secara sinergis. Berdasarkan Undang - Undang No.5 tahun 2014 Indikator nilai utama ASN



BerAKHLAK yaitu : Berorientasi pelayanan, Akuntabel, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, Kolaboratif

### Workplace Friendship

*Workplace friendship* merupakan suatu hubungan di tempat kerja yang bersifat sukarela yang melibatkan rasa saling percaya, komitmen, keinginan timbal balik dan minat serta nilai bersama (Berman, 2002). Persahabatan di tempat kerja sangat penting untuk kinerja organisasi karena dapat meningkatkan dukungan emosional terhadap kinerja individu (Rizana, 2023). Adapun indikator *workplace friendship* dalam penelitian ini dibatasi pada indikator yang dikemukakan oleh (Nielsen, 2000) antara lain: Keintiman, Sosialisasi, Berbagi cerita, Kepercayaan, Motivasi, Netral

### Self efficacy

*Self efficacy* adalah keyakinan diri yang dimiliki oleh individu dalam menyelesaikan tugas dan permasalahan yang ada dalam pekerjaannya (Lunnenburg, 2011). Brown, et al (dalam Yuniati Elis, et al, 2016) merumuskan beberapa indikator *self efficacy* yaitu : Yakin dapat menyelesaikan tugas tertentu, Yakin dapat memotivasi diri untuk melakukan tindakan yang diperlukan dalam menyelesaikan tugas, Yakin bahwa dirinya mampu berusaha dengan keras, gigih, dan tekun, Yakin bahwa diri mampu menghadapi hambatan dan kesulitan, Yakin dapat menyelesaikan tugas yang memiliki range yang luas atau sempit (spesifik).

### Kecerdasan Emosional

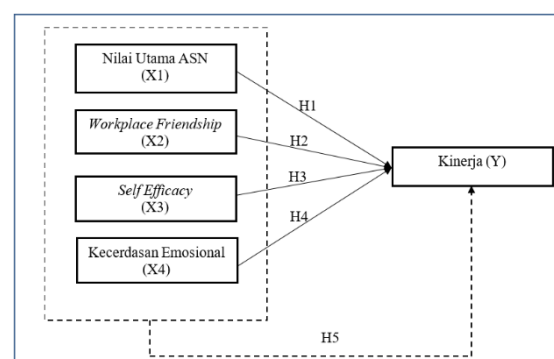
Armansyah (2018) menyatakan bahwa kemampuan kecerdasan emosional adalah memantau dan mengendalikan perasaan sendiri dan keterampilan orang lain, serta dapat menggunakan perasaan tersebut untuk menyatukan pikiran dan perilaku. Indikator

kecerdasan emosional menurut Salovey dan Mayer yang dikutip oleh Martin (2003) adalah sebagai berikut : Kesadaran diri, Mengelola emosi, Memotivasi diri sendiri, Empati, Menjaga relasi

### Kinerja

Menurut (Rosmaini & Tanjung, 2019) kinerja merupakan perbandingan hasil kerja yang telah di capai oleh seorang karyawan dengan standar yang telah di tentukan, kinerja juga hasil yang telah di capai oleh seseorang baik kualitas maupun kuantitas dalam suatu organisasi sesuai dengan tanggung jawab yang di berikan oleh perusahaan. Menurut Robbins dalam Bintoro dan Daryanto (2017:107) indikator untuk mengukur kinerja karyawan secara individu ada 5 (lima) indikator yaitu : Kualitas, Kuantitas, Ketepatan waktu, Efektivitas, Kemandirian.

Berdasarkan kajian literatur tersebut maka kerangka dari penelitian ini adalah:



Gambar 1. Kerangka penelitian

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

- H1 : Nilai Utama ASN BerAKHLAK diduga berpengaruh terhadap Kinerja ASN Disdukcapil Kabupaten Kebumen
- H2 : *Workplace Friendship* diduga berpengaruh terhadap Kinerja ASN Disdukcapil Kabupaten Kebumen

H3: *Self Efficacy* diduga berpengaruh terhadap Kinerja ASN Disdukcapil Kabupaten Kebumen

H4: Kecerdasan Emosional diduga berpengaruh terhadap Kinerja ASN Disdukcapil Kabupaten Kebumen

H5: Nilai Utama ASN BerAKHLAK, *Workplace Friendship*, *Self Efficacy*, dan Kecerdasan Emosional secara bersama - sama diduga berpengaruh terhadap Kinerja ASN Disdukcapil Kabupaten Kebumen.

## METODOLOGI PENELITIAN

Subyek penelitian ini adalah Aparatur Sipil Negara (ASN) Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Kebumen dengan populasi yang berjumlah 36 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik sampling jenuh atau teknik sensus karena populasinya kurang dari 100. Sampling jenuh adalah teknik pengambilan sampel apabila semua populasi digunakan sebagai sampel dan dikenal juga dengan istilah sensus (Riduwan, 2007). Jadi seluruh sampel atau responden berjumlah 36 orang.

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara dan studi pustaka. Instrumen atau alat pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang ditunjukkan untuk memperoleh jawaban dari responden. Skala yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Alat bantu pengolahan data menggunakan SPSS for Windows versi 25.0.

Teknik analisis data dilakukan dengan dua cara yaitu analisis deskriptif dan analisis statistika. Analisis deskriptif meliputi: (1) Responden berdasarkan jenis kelamin; (2) Responden berdasarkan usia; (3) Responden berdasarkan tingkat pendidikan; (4) Responden berdasarkan golongan; (5) Responden berdasarkan masa kerja. Sedangkan analisis data secara statistika meliputi: (1) uji validitas dan reliabilitas; (2)

uji asumsi klasik; (3) analisis regresi berganda (4) uji hipotesis; (5) uji simultan, (6) koefisien determinasi

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Deskriptif

Berdasarkan jenis kelamin bahwa responden paling banyak adalah laki-laki sejumlah 15 orang atau 42% dan responden perempuan sejumlah 21 orang atau 58% dari total 36 responden. Berdasarkan usia bahwa responden dengan usia 21-35 tahun sebanyak 8 responden atau 22%, responden dengan usia 36-45 tahun sebanyak 13 responden atau 36%, responden dengan usia 46-55 tahun sebanyak 9 responden atau 25%, responden dengan usia > 55 tahun sebanyak 6 responden atau 17%. Berdasarkan tingkat pendidikan SMA/SMK sebanyak 5 responden atau 14%, responden dengan tingkat pendidikan D3 sebanyak 11 responden atau 30%, responden dengan tingkat pendidikan S1 sebanyak 14 responden atau 37%, responden dengan tingkat pendidikan S2 sebanyak 7 responden atau 20%, dan untuk responden dengan tingkat pendidikan S3 0 atau tidak ada. Selanjutnya Berdasarkan dengan lama kerja < 1 tahun sebanyak 5 responden atau 14%, responden dengan lama kerja 1-5 tahun sebanyak 10 responden atau 28%, responden dengan lama kerja 6-10 tahun sebanyak 9 responden atau 25%, responden dengan lama kerja > 11-20 tahun sebanyak 12 responden atau 33%.

### Uji Hipotesis

Uji statistik t dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari mana masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini hasil yang diperoleh untuk mengetahui uji t sebagai berikut:

**Tabel 1 Hasil Uji t**

Model	Coefficients <sup>a</sup>		Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
	B	Std. Error			
1 (Constant)	2,286	2,344		,975	,337
Nilai Utama ASN	,263	,104	,291	2,514	,017
Workplace Friendship	-,442	,116	-,670	-3,818	,001
Self Efficacy	,399	,131	,522	3,041	,005
Kecerdasan Emosional	,629	,124	,582	5,068	,000

a. Dependent Variable: Kinerja

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan di dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen.

**Tabel 2. Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	67,759	4	16,940	21,467	,000
	Residual	24,463	31	,789		
	Total	92,222	35			

a. Dependent Variable: Tot.y1

b. Predictors: (Constant), Tot.x3, Tot.x1, Tot.x2

### Nilai Utama ASN dan Kinerja

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat bahwa nilai utama ASN BerAKHLAK berpengaruh terhadap kinerja pegawai pada ASN Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Kebumen. Hal ini dapat dilihat dari nilai thitung sebesar 2,514 > ttabel sebesar 2,0395 dengan tingkat signifikan 0,017 < 0,05 dan koefisien sebesar 0,263, sehingga hipotesis pertama yang menyatakan bahwa nilai utama ASN berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai pada ASN Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Kebumen. Pegawai ASN memahami bahwa nilai utama ASN merupakan pedoman yang harus diamalkan dan di terapkan untuk menunjang keberhasilan kinerja pada pegawai, artinya dengan menerapkan nilai utama ASN yang sudah sesuai dengan standar kinerja yang ditetapkan oleh pemerintah akan memberikan hasil kinerja yang baik dan pegawai ASN juga dapat memberikan pelayanan yang maksimal bagi masyarakat yang membutuhkan bantuan

berupa penerbitan dokumen kependudukan. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sugiarti, et al.(2022) yang menunjukkan bahwa nilai utama ASN BerAKHLAK berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi memimpin, yang diduga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai.

### Workplace Friendship terhadap kinerja

Berdasarkan analisis dan pembahasan di atas, terbukti bahwa *workplace friendship* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja pegawai pada ASN Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Kebumen. Hal ini dapat dilihat dari nilai thitung sebesar 3,818 > ttabel sebesar 2,0395 dengan tingkat signifikan 0,001 < 0,05 dan koefisien sebesar -0,442, maka hipotesis kedua yang menyatakan bahwa *workplace friendship* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja pegawai pada ASN Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukkan semakin tinggi *workplace friendship* maka semakin rendah tingkat kinerja karyawan, karena semakin banyaknya interaksi dan kuatnya hubungan persahabatan antar pegawai akan mempengaruhi fokus pegawai dalam menyelesaikan pekerjaannya, dan akibatnya kualitas kinerja pegawai akan menurun. Hasil penelitian ini didukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lestari dan Azizah (2022) yang menyatakan bahwa *workplace friendship* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja pegawai.

### Self Efficacy terhadap kinerja

Berdasarkan analisis dan pembahasan diatas, terbukti bahwa self efficacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai ASN Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Kebumen.

Hal ini dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,041 >  $t_{tabel}$  sebesar 2,0395 dengan tingkat signifikansi  $0,005 < 0,05$  dan koefisien sebesar 0,399, sehingga hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa self efficacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai pada ASN Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Kebumen. Self Efficacy pada penelitian ini merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja pegawai pada ASN Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Kebumen. Pegawai ASN Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Kebumen mengikuti berbagai workshop dan pelatihan untuk meningkatkan kapasitas diri dan pembaruan pencetakan dokumen atau sistem kependudukan, sehingga dengan bekal ilmu yang didapatkan saat workshop dan pelatihan yang telah diikuti pegawai ASN dapat meningkatkan self efficacy dalam dirinya. Artinya, semakin tinggi tingkat self efficacy yang dimiliki oleh pegawai pada ASN Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Kebumen maka semakin baik pula kinerja yang dihasilkan. Hasil penelitian ini didukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ary dan Sriathi (2019) dan Rizana D (2019) yang menyatakan bahwa self efficacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai.

#### **Kecerdasan Emosional terhadap kinerja**

Berdasarkan analisis dan pembahasan diatas, terbukti bahwa kecerdasan emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai ASN Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Kebumen. Hal ini dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,068 >  $t_{tabel}$  sebesar 2,0395 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan koefisien sebesar 0,629, sehingga hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa kecerdasan emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap

kinerja pegawai pada ASN Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Kebumen. Kecerdasan Emosional pada penelitian ini merupakan faktor terkuat yang mempengaruhi kinerja pegawai pada ASN Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Kebumen. Setiap pegawai ASN Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Kebumen memiliki tingkat kecerdasan emosional yang tinggi, karena dengan memiliki kecerdasan emosional yang tinggi pegawai dapat mengendalikan hati dan suasana serta memberikan pelayanan terbaik bagi masyarakat terutama pada saat melayani masyarakat yang sama sekali tidak mengerti apa saja alur yang harus dilalui dan apa saja yang dibutuhkan untuk menerbitkan sebuah dokumen, maka seorang pegawai harus dengan sabar menjelaskan dan memberitahu apa saja yang di perlukan, kemudian ketika menghadapi masyarakat yang tidak sabaran juga sangat dibutuhkan kecerdasan emosional yang tinggi. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat kecerdasan emosional yang dimiliki oleh pegawai pada ASN Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Kebumen maka semakin baik pula kinerja yang dihasilkan. Hasil penelitian ini didukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rauf, et al (2019) yang menyatakan bahwa kecerdasan emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai. Nilai koefisien regresi variabel kecerdasan emosional ( $X_4$ ) sebesar 0,629. Jika diasumsikan variabel independen lain konstan, hal ini berarti bahwa setiap kenaikan kecerdasan emosional ( $X_4$ ) sebesar satu satuan maka akan meningkatkan kinerja sebesar 0,629

Berdasarkan hasil uji F dalam penelitian ini diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 21,467 lebih besar dari  $F_{tabel}$  sebesar 2,679 dengan signifikansi  $0,000$  dan lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$  dan koefisien sebesar 2,286. Hal ini membuktikan variabel nilai utama ASN, *workplace friendship*, *self efficacy*, dan

kecerdasan emosional secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai pada ASN Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Kebumen. Sedangkan berdasarkan hasil uji  $R^2$  (Koefisien Determinasi) diperoleh nilai sebesar 0,701 sehingga dapat disimpulkan bahwa besarnya variabel *independent* dalam mempengaruhi variabel *dependent* sebesar 70 % dan sisanya sebesar 30 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam model penelitian ini.

## KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah :

1. Nilai utama ASN BerAKHLAK berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja. Hal ini menunjukkan semakin baik penerapan nilai utama ASN BerAKHLAK oleh pegawai ASN, maka akan semakin baik pula kinerja pegawai ASN pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Kebumen.
2. *Workplace friendship* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja. Hal ini menunjukkan semakin tinggi *workplace friendship* yang dilakukan oleh pegawai ASN, dan semakin banyaknya interaksi yang dilakukan oleh pegawai, maka akan mempengaruhi fokus pegawai dalam menyelesaikan pekerjaan, sehingga menyebabkan kinerja pegawai ASN Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Kebumen menurun.
3. *Self efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *self efficacy* seorang pegawai ASN, maka semakin baik pula kinerja pada ASN Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Kebumen.
4. Kecerdasan emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja. Hal ini menunjukkan semakin tinggi kecerdasan emosional yang dimiliki oleh

seorang pegawai ASN, maka semakin baik pula kinerja ASN Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Kebumen.

5. Secara simultan (bersama-sama) nilai utama ASN, *workplace friendship*, *self efficacy*, dan kecerdasan emosional berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pada ASN Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Kebumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Armansyah, A. 2018. Penerapan Sistem Pembinaan Halaqah Untuk Meningkatkan Kecerdasan Emosional. *TAJDID: Jurnal Pemikiran Keislaman Dan Kemanusiaan*, 2(1), 341-354.
- Ary, I. R., & Sriathi, A. A. 2019. Pengaruh Self Efficacy dan Locus of Control terhadap Kinerja Karyawan. *E-Jurnal Manajemen* Vol. 8 No. 1, 6990-7013.
- Berman, E., & West, J. (2002). Workplace Relations: Friendship Patterns and Consequences (According to Managers). *Public Administration Review - PUBLIC ADMIN REV*, 62, 217-230. <https://doi.org/10.1111/0033-3352.00172>
- Bintoro dan Daryanto, 2017. *Manajemen Penilaian Kinerja Karyawan*, Gava Media, Yogyakarta.
- Dessler, G. 1997. *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Edisi Bahasa Indonesia). Jakarta: Jilid II Prenhalido.
- Dotan, H. 2007. *Friendship Ties at Work: Origins, Evolution and Consequences for Managerial Effectiveness* (Unpublished Doctoral Dissertation). University
- Elis, Yunianti. 2016. Pengaruh Model Pembelajaran Dan Self-Efficacy Terhadap Hasil Belajar Matematika Siswa Sma Negeri 1 Parigi: *E-Jurnal Mitra Sains*. Vol 4. No.1
- Gaffar, A. 2020. *The Development of Islamic Thought on Multiple Perspectives*.

- Goleman, Daniel. 2018. Emotional Intelligence. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Ghozali, I. .2018. Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25.
- Helmy, I., Adawiyah, W. R., & Setyawati, H. A. 2020. Fostering Frontline Employees' Innovative Service Behavior: The Role of Workplace Friendship and Knowledge Sharing Process. *Organizacija*, 53(3), 185-197.
- Lee, JungHoon dan Chihyung Ok. 2011. Effects of *Workplace Friendship* on Employee Job Satisfaction, Organizational Citizenship Behavior, Turnover Intention, Absenteeism, and Task Performance, Human Resources. Poster Session Kansas State University Track 2(2).
- Lestari, D., & Azizah, S. (2020). Pengaruh Motivasi Berafiliasi dan Workplace Friendship terhadap Kinerja dengan Komitmen Organisasional sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(3), 331-345. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i3.482>
- Lunenburg, F. C. 2011. Self-efficacy in the workplace: Implications for motivation and performance. *International journal of management, business, and administration*, 14(1), 1-6.
- Luthans, Fred. 2014. *Organizational Behavior*, Singapore: McGraw Hill Book co.
- Manurung, S., Hidayat, R., Patras, Y. E., & Fatmasari, R. 2018. Peningkatan
- Martin, A. D. 2003. Emotional quality management: Refleksi, revisi dan revitalisasi hidup melalui kekuatan emosi. Penerbit Arga.
- Nielsen, I. K., Jex, S. M., & Adams, G. A. (2000). Development and Validation of Scores on a Two-Dimensional Workplace Friendship Scale. *Educational and Psychological Measurement*, 60(4), 628-643. <https://doi.org/10.1177/00131640021970655>
- Rauf, R., Dorawati, A., & Hardianti, H. 2019. Pengaruh Kecerdasan Emosional Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Semen Tonasa Kabupaten Pangkep. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 2(2), 225-245.
- Riduwan & Akhon. (2007). *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Bandung: Alfabeta
- Rimper, R. R. 2014. Pengaruh Perencanaan Karir dan Self Efficacy Terhadap Kinerja karyawan Pada PT. PLN (Persero) Area Manado. *Journal MBA*.
- Rivai V. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan (Ke-6)*. PT Grafindo Persada.
- Rizana, D. 2019. Pengaruh Self Efficacy, Locus Of Control dan Komitmen Organisasi terhadap Kinerja Pendamping Sosial (Studi pada Pendamping Sosial PKH Kabupaten Kebumen) . *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi* , 18 ( 2 ): 39 - 49, DOI: <https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v18i2.351>
- Rizana, D., Muafi, M., & Helmy, I. (2023). Workplace Friendship Influences Innovative Work Behavior: The Mediating Role of Psychological Empowerment and Knowledge Sharing. In *From Industry 4.0 to Industry 5.0: Mapping the Transitions* (pp. 101-111). Cham: Springer Nature Switzerland.
- Rosmaini, R., & Tanjung, H. (2019). Pengaruh Kompetensi, Motivasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 2(1), 1-15. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v2i1.3366>
- Schwartz, S. H. 1994. Are there universal aspects in the structure and contents of human values?. *Journal of social issues*, 50(4), 19-45.
- Setyaningrum, R., Utami, H. N., & Ruhana, I. 2016. Pengaruh Kecerdasan Emosional Terhadap Kinerja. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 36(1).

- Siagian, D., dan Sugiarto. 2006. Metode Statistika. Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora, H .2002. Manajemen Sumber Daya Manusia, Jakarta, STIE YPKN.
- Sugiarti, S., Sudjadi, A., & Darmawati, D. 2022. HUBUNGAN ANTARA KEPERIBADIAN, NILAI UTAMA ASN DAN FOKUS PENGATURAN (REGULATORY FOCUS), TERHADAP MOTIVASI MEMIMPIN. Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi, 24(2), 75 90.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.
- Undang-undang Nomor 5 Tahun 2014 tentang “Aparatur Sipil Negara”
- Wibowo. 2007. Manajemen Kinerja. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Yuniati Elis, dkk. 2016. Pengaruh Model Pembelajaran Dan Self-Efficacy Terhadap Hasil Belajar Matematika Siswa Sma Negeri 1 Parigi: E- JurnalMitra Sains. Vol 4. No.1

# VUCA ERA: THE ROLE OF BUSINESS AND KNOWLEDGE MANAGEMENT SYSTEM TO BUILD COASTAL COMMUNITY ECONOMIC RESILIENCE

Wahyu Eko Pujiyanto<sup>1\*</sup>, Muhafidhah Novie<sup>2</sup>, Ayu Lucy Larassati<sup>3</sup>, Muhammad Burhanudin<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Faculty of Economics, University of Nahdlatul Ulama Sidoarjo, Sidoarjo, Indonesian

E-mail; <sup>1</sup>[wahyueko.mnj@unusida.ac.id](mailto:wahyueko.mnj@unusida.ac.id); <sup>2</sup>[muhafidhahnovie.mnj@unusida.ac.id](mailto:muhafidhahnovie.mnj@unusida.ac.id);  
<sup>3</sup>[larassaty46@gmail.com](mailto:larassaty46@gmail.com); <sup>4</sup>[burhanudin27@gmail.com](mailto:burhanudin27@gmail.com)

**Abstract:** *The challenge for society in the digital era is the emergence of Volatility, Uncertainty, Complexity, and Ambiguity, or VUCA, so sensitivity, adaptivity, and constructive understanding are needed for all elements in a country, especially society. This study aims to describe how efforts to build coastal community resilience in the VUCA era through the business sector and knowledge management. This research is qualitative with a grounded theory method with a Straussian approach. Research data were collected through indirect observation and interviews so that they could be analyzed through detailed narratives. Based on the research results, it is known that coastal communities can face the VUCA era through the development of the business sector, especially on a small and medium scale. Even so, efforts are needed to implement a knowledge management system so that every business actor in the coastal area can innovate and compete in the VUCA era. The existence of business activities accompanied by systematic knowledge management will improve coastal communities economic conditions sustainably, even in the VUCA era.*

**Keywords:** *Business, Coastal Society, Digital, Knowledge Management, VUCA.*

## INTRODUCTION

Coastal areas have a marginal stigma with people who tend to be categorized as poor. The poverty of people who still live in coastal areas is a paradox, given the potential for natural resources that are pretty large in coastal regions. Poverty is one of the main themes of every meeting on development because poverty reduction is the heart of the action (Atmanti et al., 2020). As Attali (1999) said, the challenge for future growth is reducing poverty because, in the following millennium, the poor will be the losers.

Whether we realize it or not, the coastal area is an area that is experiencing very dynamic growth and development. The coast is a strategic location for managing the regional spatial plan in various regions. However, in its management, there is an overlap between village government policies. This then triggers problems in the form of environmental damage, resource damage, and the inability of the land's carrying

capacity to support life activities in the area (Dewi et al., 2019). One of the potential coastal areas in Indonesia is the province of East Java. The north coast and the south coast of the East Java coast have natural resources that can be developed and used to undermine the image of 'poverty' for local communities (Rangkuti et al., 2022).

Marine and coastal natural resources in East Java require management with an environmentally sound system based on legal norms by considering the global environment's level of awareness and development and legal instruments related to the environment (August 2018). Likewise, the reform of government institutions is integrated into development activities. The problem in almost every coastal area of Indonesia is poverty and underdevelopment in terms of welfare and income levels compared to people living in urban areas (Attali, 1999).



Developing coastal community economic resilience is urgently needed, primarily through business activities. One of the challenges that must be faced in the business world is the world of VUCA (Pearse, 2017; Nowacka & Rzemieniak, 2022). VUCA stands for Volatility, Uncertainty, Complexity, and Ambiguity, which describes the current situation in the business world. Rapidly changing situations, uncertainty, complexity, and ambiguity are realities that will continue to exist. Like it or not, we must all force ourselves to adapt to this unpleasant and uncomfortable situation because this era is full of uncertainties. A business that has been running for five years, seven years, or has been running for a long time, cannot guarantee that the company will continue to survive because the market is constantly changing. The development of digital disruption has made everything seem to be automatic and increasingly massive, requiring every business person to strive to maintain their existence (Pearse, 2017; Antonacopoulou, 2018; Hadar et al., 2020).

Currently, no business sector is impervious to disruption. A company may have an effective marketing strategy, but it is unclear how long it will last (Millar et al., 2018; Aimar & Smith, 2021). There are many examples of companies that have benefited from the negative impact of the VUCA condition, so an effective alternative strategy is needed. One way is through continuous learning. It is always continuing to study challenging needs to be instilled in company leaders and employees because the business world is dynamic and uncertain. These uncertain emotional conditions require business people to be able to adjust or adapt to existing needs immediately. Therefore, to deal with this VUCA, business people must be open-minded, broad, and not static to adjust to the current uncertainties (Saksa, 2021; Khalatur et al., 2021).

This open-mindedness can be demonstrated through the management of knowledge and insight possessed by business people. Knowledge is an essential factor for companies to be able to achieve competitive advantage. First, The creation of innovative products cannot be separated from knowledge because the breadth of knowledge is a factor that encourages the birth of ideas to create a particular product (Richard, John, & Ricky, 1993). Second, knowledge will make it easy for all components of the company to improve product deficiencies for the better in the future. This knowledge certainly comes from each individual initiated by the organization or the surrounding environment (Pellegrini et al., 2020).

Companies are constantly making system changes at work to adapt to the current situation. However, the constant changes made everyone inside exhausted. They were coupled with tension, fear, and struggles within the company. For this reason, design thinking is needed to make it easier for a company to adapt to the VUCA era. Thinking longer than expected and being able to do difficult things, even without incomplete information, are examples of how applied design thinking can be. Design thinking can be managed through knowledge management (Cousins, 2018).

Knowledge management is considered a system entity that seeks to expand, process, and apply available knowledge by providing added value to the entity in achieving its goals (Gope, 2018). Knowledge management systems are created to facilitate the capture, storage, retrieval, transfer, and reuse of knowledge. Business activities accompanied by a knowledge management system have proven to impact society's economic development (Daud et al., 2021).

A study states that SMEs will develop rapidly if there are creations and innovations by SME actors (Syria, 2019). This innovative

creativity can be shown if a company has a knowledge management system (Challa et al., 2021; Chatwani, 2019). Other studies also state that knowledge creation, regulated in such a way in a business, will significantly affect social welfare (Baran & Woznyj, 2020; Kaivo-Oja & Lauraeus, 2018). It was further stated that the economic system is very dependent on business activities in the community, and these business activities will develop if business actors can carry out knowledge management sustainably (Lepelee, 2021).

Based on these empirical facts, it can be seen that business activities and knowledge management systems influence increasing the economic resilience of the community. So far, many studies related to this topic have been carried out. Still, there needs to be research linking business activities and knowledge management to the economic resilience of coastal communities in the VUCA era.

**Table 1.** Keywords that are rarely used but influential as research topics

Rank	Keywords	Total Link Strength	Occurrences
1	VUCA Approach	5	5
2	New Collaboration	8	5
3	Tourism Knowledge	9	5
4	Management Process	10	5
5	Challenge	13	5
6	Innovation	14	5
7	Collaboration	15	5

Table 1 above shows keywords rarely used as tools in research on business and knowledge management. However, these keywords still show an influence on research results. The number of occurrences of

keywords is determined to appear at least five times in each article published in Google Scholar, ScienceDirect, and Proquest databases. The keywords with the lowest total link strength are VUCA Approach, New Collaboration, and Tourism. This implies that these three keywords are rarely used as research topics related to the role of business and knowledge management systems in coastal areas. Table 1 shows that VUCA is an approach that has yet to be widely used in research analyzing business and knowledge management systems' role in building economic resilience in coastal communities. This research shows the novelty of research in the field of business management. This research aims to provide an overview of business activities and knowledge management systems that can influence the economic development of coastal communities in the VUCA era.

## METHODOLOGY

The research method used is a qualitative method with a grounded theory approach. In the grounded theory approach, researchers try to see a setting directly without first adjusting the tools, techniques, or models from opinions and phenomena in the field (Bluffs, 2005). This grounded theory approach allows a fundamental theory to emerge from field data. Data analysis was carried out using the Straussian Approach (Onions, 2006) and then developed into a conclusion by triangulating through indirect observation and interviews. Statements were made before and during the research, including a general description of the atmosphere of social life, physical conditions, and economic and social conditions that occurred (Josiana & Hizbaron, 2019).

In-depth interviews were conducted directly with informants separately in their respective environments. Interviews will be shown with informants who are considered competent, namely the Regional Government

of East Java, Entrepreneurs in coastal areas, Academics, Coastal Communities, and Mass Media. The coastal areas that are the research samples are the coastal areas of Sidoarjo as the northern coastal region and the coastal areas of Jember as the southern coastal areas in East Java. Finally, from the conclusions, a theoretical concept can be formulated by looking at informants' perspectives regarding the role of business and knowledge management systems in building the economic resilience of coastal communities in the VUCA era.

## **RESULT AND DISCUSSION**

### **Research result**

From the results of observations in the field, it is known that business activities have greatly influenced the economic development of coastal communities in East Java. From the results of interviews and indirect observations that the author did, it is known that changes in the community's socio-economic life can occur due to the presence of the tourism sector in Papuma Jember beach and the Sedati coastal area in Sidoarjo. Tourism activities have given rise to business and employment opportunities in this area that helps the community's welfare around the beach. Beach areas have economic value and can help communities around tourist areas to better realize the importance of tourist sites for improving the economy of local communities, in addition to encouraging people to participate in maintaining the area. Various activities in this area open up opportunities for the community in the economic field. It encourages the surrounding community to do alternative jobs to supplement their household income.

Therefore, the potential for increasing the welfare of coastal communities with the existence of coastal ecotourism areas is certainly not wasted by communities around the coast. Apart from making shell crafts,

some also work as hawkers and snack sellers, rent mats to sit relaxed on the beach, rent boats, and others. One of the professions, such as hawkers, is mainly done by mothers. The hawkers here do not sell snacks like hawkers at the bus terminal but sell salted fish, fish crackers, fish paste, and processed milkfish. They get the salted fish, fish crackers, and shrimp paste from intermediaries who have processed the fish until they are ready for sale. Still, some process and sell the salted fish themselves without going through the intermediaries.

Based on the information from one of the hawker business actors around the Papuma beach tourist area, it was confirmed that they were selling from 07.00 in the morning to 18.00 in the afternoon. On ordinary days other than holidays, a decrease in revenue is recognized. When their income decreases, it is also difficult for them to meet their daily needs. Therefore they have side jobs such as factory workers or farm laborers. Meanwhile, based on interviews in the Sidoarjo coastal area, it is known that most people rent boats and fishing equipment, and some pond owners open public fishing ponds. Some people have also opened food stalls, with the main menu grilled milkfish without thorns or mussel cake. It was further explained by a business owner that during a pandemic, erratic income. Not to mention the many other tourist attractions more attractive to tourists. Even the coastal community thinks that people tend to prefer traveling to shopping centers rather than to coastal areas.

From the results of interviews conducted with the local regency government both in Sidoarjo and in the coastal area of Jember, it is known that the government has been working with academia, the private sector, and the media to increase the selling value of products produced by the local community. Many seminars, workshops, and events, such as SME exhibitions, are intended for people in coastal areas. In addition, training has been

provided to the community to improve their knowledge and skills in developing their businesses. From these results, it can be seen that in developing the economy of coastal communities in East Java, efforts have been made to manage knowledge carried out synergistically by the government, the private sector, academia, the public, and the mass media.

Business activities and knowledge management systems in the northern and southern coastal areas of East Java have proven to be influential in efforts to build the local community's economy. However, from the results of interviews and observations that have been made, it is known that other factors influence the economic level of coastal communities, namely the changing strategic environmental conditions. It needs to be realized that the Covid-19 pandemic is one of the conditions that create uncertainty in the space for coastal communities to develop their economy. In addition, other business actors are considered modern tourist areas and are more in demand by the community, making the economic growth of coastal communities tend to be less developed.

## **Discussion**

### **Coastal Community Business Activities in the VUCA Era**

VUCA stands for Volatility, Uncertainty, Complexity, and Ambiguity. This buzzword is often used concerning economic turmoil, not marketable, and the current crisis. Various changing factors in current conditions and difficulties in predicting can burden the future of one's organization or business. On the other hand, business people can push the idea of preparing or adapting their own company to various VUCA conditions as far as possible (Cousins, 2018; Lepeley & Nicholas Beutell, 2021; Ciro Troise et al., 2022). Various studies state that the VUCA condition is very influential in the existence of a business actor.

First, the effect of volatility includes speed, size, impact, and dynamics in various social, economic, and political matters. Some situations are unstable, and their duration and temporal extension are somewhat unpredictable. In this volatile condition, business leaders must be able to scan trends in business changes (Antonacopoulou, 2018; Baran & Woznyj, 2020). For example, in the current disruptive era, leaders must be able to read how to expand market share and what is needed to advance their business. Leaders must also know the extent to which technological developments can positively affect the business development. By understanding the level of change internally and externally, business people can maintain themselves optimally (Cousins, 2018). This condition requires the role of the local government regarding the touch of technology in production carried out by local communities, as it is known that most coastal communities are still simple and apply manual/conventional methods to produce a product. Meanwhile, global developments that are so rapid with technological devices are rarely used by business actors in microscopic and medium-scale fields (Haryanti, 2018). For this reason, coastal communities' business activities are often stagnant compared to business people who utilize technological devices to manage their businesses.

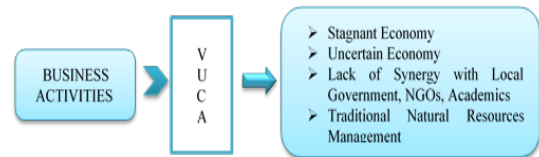
Second, the effect of uncertainty describes the loss of predictability and planning of events and variables. This condition causes some vital information to disappear. In addition, changes in an uncertain environment can cause substantial industry shifts or even change the company itself. Suppose you cannot adapt to these uncertain conditions. In this case, unstable conditions will result in two possibilities: the entry of superior products into the market and massive new offerings from significant competitors (Lepelee, 2021). The pandemic

conditions that have lasted for the past two years have sunk coastal communities, especially in the tourism sector. As a result, the products initially sold to tourist visitors could have sold better.

Third, the effect of complexity describes the chaos and disorder of environmental factors. Therefore, companies can sense and anticipate many complex factors and influences, but sometimes the sum of these complex factors causes an overload for the company. This complexity can be illustrated by the differences in perception between consumer desires, the point of view of particular groups of people, and applicable regulations (Daud et al., 2021; Gope, 2018). For example, a leather bag company that is among consumers requests to provide genuine leather but is opposed by the animal rescue community or environmental activists and the existence of regulations from the local government. These conditions certainly have an impact on the presence of the company in the future. In coastal areas, the management of mussels, fish, fish paste factories, cracker factories, and food stall businesses is indicated to have caused an accumulation of both organic and plastic waste, which has created friction between business actors and local environmental activities. Therefore it is necessary to strengthen cooperation between the community (business actors), environmental activists, and the academic community to carry out waste and waste management.

Fourth, the effect of ambiguity describes the unclear causal relationship in the corporate environment. This ambiguous condition is a floating situation, and the clarity is uncertain. An imprecise climate can be seen, for example, when a company goes beyond its usual activities and enters a (new) market with a (new) product for a (new) target group (Baran & Woznyj, 2020). Businesses in coastal areas still have to determine how to attract consumers and

increase their sales. Natural resource management in coastal regions is still traditionally done by local communities, and modernization measures are needed to improve the economic growth of coastal communities.



**Pictures 1. The Role of Business in the Economic Development of Coastal Communities in the VUCA Era**

Building a product with a solid and long-lived brand can collapse over a single rumor (Lepelee, 2021). News about restaurants without halal certificates, food with expired ingredients, and food factories with rat nests are some examples of unclear news that people finally believe to be true. As a result, business owners must overcome these rumors swiftly or go out of business (Antonacopoulou, 2018; Minciu et al., 2020; Carbonaro, 2021). Thus the VUCA condition can disrupt the business world without quick adjustment from business people.

### **Knowledge Management System In the VUCA Era**

Companies that survive in the VUCA era can combine aspects of vision, competence, innovation, and risk in every decision-making under dynamic conditions (Lepelee, 2021), which can be done through a knowledge management system approach applied to the company. A knowledge management system collects, develops, disseminates, and effectively utilizes organizational knowledge. This approach aims to manage and use all assets owned by the organization or business actor, starting from HR assets to corporate material assets, so that they can achieve the organization's vision, mission, and goals, especially by adding value and increasing productivity

(Gope, 2018; Daud et al., 2021; Putra & Wijayanto, 2021). The knowledge management system can also be interpreted as an effort to manage and develop the knowledge possessed by individuals within the company into new knowledge, which ultimately has positive implications for achieving company goals (Syarafina & Sushandoyo, 2022).

Various studies state that a knowledge management system is necessary for companies that want to develop. Even in conditions that are uncertain and full of uncertainties like today, the knowledge management system is believed to be a solution to maintain the existence of companies that impact the people's economy. The knowledge management system is a weapon facing the VUCA era (Cousins, 2018; Minciu et al., 2020).

First, Volatility is a power capable of increasing the rate of change in the external environment. Changes in the domain that occur suddenly can cause leaders to rush decision-making. On this basis, companies must learn to respond to and manage change more effectively. Responding proactively in dealing with environmental changes, both internally and externally, must be done so as not to disturb and cause command and structure problems, namely by creating potential resources in the future. A knowledge management system is an approach that is considered appropriate for preparing resources in this agility (Cousins, 2018; Carbonaro, 2021; Lepeley & Nicholas Beutell, 2021). One effort can be made to provide training for the community (business actors) through synergy with the private sector or academia (Rangkuti et al., 2022), as the results above have been carried out to develop the potential of the community in the coastal areas of East Java.

Second, Uncertainty can be overcome by collecting, analyzing, interpreting, and disseminating information. Sufficient

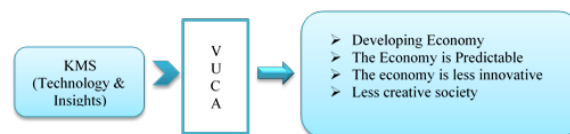
information can reduce uncertainty in this VUCA era (Gao et al., 2021). Companies with the latest and most up-to-date information will be able to analyze the data they have and see from different perspectives to face the future to avoid uncertainty. Companies can do this through the use of big data technology. In this regard, companies must be able to know and understand the actual problems and phenomena that are happening around them. Companies must also be able to draw a common thread in every sensation. This condition is undoubtedly based on the knowledge possessed by business people. Management of knowledge related to a variety of information is required as well as knowledge and skills in operating technological devices that can support business activities. Knowledge management is one solution that can be applied. Knowledge management systems can be used as knowledge sharing between individuals in groups to provide new knowledge and stimulate individual skills (Minciu et al., 2020; Lepeley & Nicholas Beutell, 2021;). The research results show that many business actors in the coastal areas of East Java still need to carry out knowledge-sharing activities.

Third, Complexity is a prolonged problem faced by companies. Companies are required to overcome this complexity by connecting the problem points. Companies must solve these problems and solve them one by one with the specialization developed. Restructuring parts of the company's operations to deal with the company's external complexities as effectively and efficiently as possible in dealing with complex elements can be done through a knowledge management approach (Ribiere et al., 2021). Ofoegbu (2014) and Tarliman et al., (2022) explain that the knowledge management system significantly affects the knowledge management performance in Nigeria's banking industry. Knowledge

management is fundamental in creating competitive value for an organization by creating talented members. Knowledge management that is appropriately implemented can show the leadership's capability to translate company objectives so that they can communicate at all levels of the organization. That way, short-term and long-term thinking can be created from one point of view, which illustrates that the knowledge management process can contribute positively by the hopes, expectations, and dreams of all parties for the organization's long-term sustainability, even in complex conditions.

Fourth, Ambiguity is a condition described as a blurring of reality or facts, causing misunderstandings in various situations. The risk that companies in conditions of ambiguity will face is decision-making based on limited understanding. For this reason, companies need to conduct experiments, and simulations, test hypotheses, and create prototypes to get an accurate picture of the vision, mission, and goals to be achieved. Experimentation is needed in dealing with elements of ambiguity. This experiment is closely related to the knowledge management system approach. Research states that a proper organizational investigation must be following knowledge transfer (knowledge sharing) and knowledge creation (knowledge creation); both are activities in the concept of a knowledge management system (Vorontchuk & Lando, 2021; C Troise et al., 2022). Only intelligent company leaders can determine whether the company's future strategy is profitable, where previously repeated trials were applied, so the element of ambiguity in VUCA can be faced. So far, only some experiments have been carried out by people in the coastal areas of East Java to develop their businesses. Because of this, there must be progressive and massive steps for the local government to encourage and

facilitate business actors in coastal areas to experiment and explore to develop their products.



**Picture 2. The Effect of Knowledge Management System on the Economic Development of Coastal Communities in the VUCA Era**

Picture 2 explains that the knowledge management system integrates technology and mechanisms built to support disseminating knowledge among members of the organization (company). The more comprehensive the knowledge that is shared and implemented, the stronger the existence of an organization, including building an economic system for coastal communities in dynamic conditions such as the VUCA era.

### **The Role of Business & Knowledge Management Systems to Build the Economic Resilience of Coastal Communities in the VUCA Era**

It cannot be denied that business activity is the central aspect that can build community economic resilience, including coastal communities. The need for a new business paradigm emphasizes knowledge resources to increase the value creation of the resulting products. Thus knowledge management becomes a necessary process that plays a significant role in every business activity, which in turn impacts the resilience of the community's economy. As described above, business activities and knowledge management systems cannot be separated from conditions often called VUCA (Fisal & Hamed, 2022; Troise et al., 2022). Every business person must understand the challenges while finding the right solution for each element of VUCA they are facing, namely volatility, uncertainty, complexity,

and ambiguity, to win the market competition and maintain the economic resilience of the surrounding community.

### *1. Volatility*

This component provides an overview of the current conditions. The progress of the disruptive era has made the business unable to run continuously stably; for example, due to the rapid development of technology. This condition is influenced by many innovations based on fast and constantly changing technological developments. These conditions make business people have to keep abreast of products using technology. Like it or not, the "natural selection" process will work for all business people. Therefore, the knowledge transfer of appropriate technological developments greatly influences flexibility and adaptability, which are essential to survive in such a massive industrial competition (Natalia, 2018; Shkarupeta et al., 2021).

For coastal communities, technological developments must be utilized optimally. Not only in marketing their products but also in alternative raw material processing techniques.

### *2. Uncertainty*

This component explains that on every business trip, nothing can be ascertained. This uncertainty is made more complex and challenging due to incomprehensible market and industry conditions, which are difficult to predict and overcome. Many companies decide not to change the uncertainty because of the insecurity to change. However, companies must adapt rather than 'run' from uncertain situations by studying directions and conditions. Companies can carry out this learning process through a knowledge management system approach. The knowledge management system can increase a company's innovation ability while optimally empowering human resources to

find creative ideas in uncertain conditions (Buckley, 2019).

Businesses can discover creative ideas in the coastal environment through participating in seminars, workshops, or exhibitions organized by the government or other stakeholders.

### *3. Complexity*

Complexity is a condition that describes the complexity of the business world at this time. Years ago, companies focused entirely on making a profit from their business. Nowadays, many factors are considered by a company to maintain its existence sustainably and win the competition in the industrial environment. Internal factors such as vision, mission, strategic plans, risk management, and skills possessed by members must be considered carefully. In addition, external factors also influence the existence of the company (Lepelee, 2021). For example, consumer involvement, the interaction between stakeholders, and compliance with regulations. Therefore, a company must be able to think ecologically to deal with these complex conditions. Ecological thinking is the company's ability to map and study various areas of relationships outside the company, such as market trends, consumers, stakeholders, the physical work environment, working relationships with other business actors, and policies set by the government related to business activities. (Natalia, 2018).

The results of this mapping are access to forming a sustainable business ecosystem for business people in the coastal environment. It can only be done optimally if every business actor in the coastal environment can manage all the knowledge the company possesses.

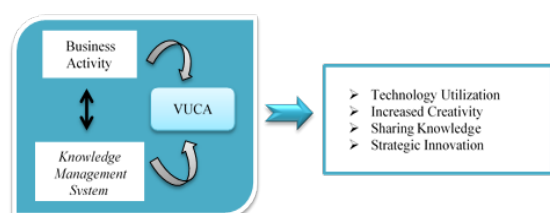
### *4. Ambiguity*

Ambiguous conditions illustrate the blurring of the business field. It must be realized that in this era, many new business



players whose presence is complex or even unpredictable. Old business players who initially did not intersect must compete to get the same "prey" (Antonacopoulou, 2018).

Businesses in the coastal environment explained that they have long been moving to innovate and change business strategies to survive and win the market competition. Such innovations and techniques will only succeed with strategically managed knowledge.



**Picture 3. The Influence of Business Activities and Knowledge Management Systems on the Economic Development of Coastal Communities in the VUCA Era**

In simple terms, Picture 3 shows that a knowledge management system helps facilitate the storage, management, and provision of knowledge from/for stakeholders, which is then used to create a knowledge database (Baran & Woznyj, 2020; Lepeley & Nicholas Beutell, 2021). Learning must be managed through effective and efficient planning and implementation. In using the knowledge management system, it is hoped that all business people can utilize knowledge sources within the company easily and quickly Lepeley (Lepeley & Nicholas Beutell, 2021; Minciu et al., 2020; Zhang-Zhang et al., 2022). Knowledge utilization must also be accompanied by technology because, inevitably, the development of technology and information systems that are so massive can affect the pace of business activity. In addition, the government and related stakeholders must participate, such as the private sector, academics, and the media involvement in increasing opportunities for coastal communities to experiment and innovate in

developing their businesses. That way, business activities in coastal areas will continue and survive even in the VUCA era so that the economic system of coastal communities can grow and develop.

## CONCLUSION

From the results of the analysis above, it can be concluded that the VUCA Era resulted in changes in people's behavior due to uncertainty, unpredictability, and constant changing massively. VUCA has changed the behavior of communities, organizations, and stakeholders in coastal areas. These conditions not only bring about short-term survival in times of uncertainty but also become the background for the significant challenges faced by the industrial world because of the desire to survive in the future and have a positive effect on developing the people's economy, especially coastal communities. The challenges of the VUCA era are very relevant if faced by business people in the coastal environment using a knowledge management system approach. The role of knowledge management generates creative ideas in the VUCA era, so business people in the coastal climate need to reconstruct an appropriate and comprehensive knowledge management system to store files in the form of knowledge that can be maintained and implemented sustainably.

## REFERENCES

- Agus, A. (2018). Gambaran Sosial Ekonomi Masyarakat Pesisir di Sulawesi Selatan. *Techno: Jurnal Penelitian*, 7(1), 143. <https://doi.org/10.33387/tk.v7i01.592>
- Aimar, C., & Smith, D. K. (2021). Vuca: a Management Tool for Dealing With Challenges in Changing Environments.

- In *Global Journal of Entrepreneurship* 5(1), [https://www.igbr.org/wp-content/uploads/2021/07/GJE\\_Vol\\_5\\_SI\\_2021](https://www.igbr.org/wp-content/uploads/2021/07/GJE_Vol_5_SI_2021).
- Akpoviro, K. S., Oba-Adenuga, O. A., & Akanmu, P. M. (2021). The role of business incubation in promoting entrepreneurship and SMEs development. *Management and Entrepreneurship: Trends of Development*, 2(16). <https://doi.org/10.26661/2522-1566/2021-1/16-07>
- Amaliyyah, R. (2021). *the Role of Entrepreneurial Leadership in Business Performance: a Study on Innovation in the Vuca World*. lutpub.lut.fi. <https://lutpub.lut.fi/handle/10024/163657>
- Andrews, N., Bennett, N. J., Le Billon, P., Green, S. J., Cisneros-Montemayor, A. M., Amongin, S., Gray, N. J., & Sumaila, U. R. (2021). Oil, fisheries and coastal communities: A review of impacts on the environment, livelihoods, space and governance. *Energy Research and Social Science*, 75. <https://doi.org/10.1016/j.erss.2021.102421>
- Antonacopoulou, E. (2018). Organisational Learning for and with VUCA: Learning Leadership Revisited. In *Teoria e Prática em Administração* 8(2), 10–32. [livrepository.liverpool.ac.uk. https://doi.org/10.21714/2238-104x2018v8i2s-40869](https://doi.org/10.21714/2238-104x2018v8i2s-40869)
- Atmanti, H. D., Robertus, M. H., Setiawan, A. H., Rini, A. N., & A, E. S. A. S (2020). Pemberdayaan Ekonomi (Kajian Ekonomi Kesehatan) Pada Masyarakat Pesisir Di Kabupaten Kendal. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. <https://doi.org/10.29040/budimas.v2i2.1463>
- Awawdeh, H., Abulaila, H., Alshanty, A., & Alzoubi, A. (2022). Digital entrepreneurship and its impact on digital supply chains: The mediating role of business intelligence applications. *International Journal of Data and Network Science*, 6(1), 233–242. <https://doi.org/10.5267/J.IJDNS.2021.9.005>
- Baran, B. E., & Woznyj, H. M. (2020). Managing VUCA: The human dynamics of agility. In *Organizational Dynamics*. ncbi.nlm.nih.gov.
- Barnes, S. (2021). Radical Knowledge Management: Using Lessons Learned From Artists to Create Sustainable Workplaces. In *Frontiers in Artificial Intelligence*, 4, <https://doi.org/10.3389/frai.2021.598807>
- Billing, S. L., Charalambides, G., Tett, P., Giordano, M., Ruzzo, C., Arena, F., Santoro, A., Lagasco, F., Brizzi, G., & Collu, M. (2022). Combining wind power and farmed fish: Coastal community perceptions of multi-use offshore renewable energy installations in Europe. *Energy Research and Social Science*, 85. <https://doi.org/10.1016/j.erss.2021.102421>
- Bratianu, C., Stanescu, D. F., & Mocanu, R. (2021). Exploring the knowledge management impact on business education. In *Sustainability (Switzerland)* 13(4), 1–16, <https://doi.org/10.3390/su13042313>
- Breier, M., Kallmuenzer, A., Clauss, T., Gast, J., Kraus, S., & Tiberius, V. (2021). The role of business model innovation in the hospitality industry during the COVID-19 crisis. *International Journal of Hospitality Management*, 92. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102723>
- Buckley, P. J. (2019). The Role of International Business Theory in an Uncertain World. *Progress in International Business Research*, 14, 23–29. <https://doi.org/10.1108/S1745-886220190000014002>
- Bluff, R. (2005). Grounded theory: the methodology. *Qualitative Research in Health Care*.
- Carbonaro, A. (2021). VUCA Learning Environments Demand Complex Data and Knowledge Management. *Effective Leadership for Overcoming ICT Challenges in Higher Education: What Faculty, Staff and Administrators Can Do to Thrive Amidst the Chaos*, 93–109.

- <https://doi.org/10.1108/978-1-83982-306-020211009>
- Castillo, A., Benitez, J., Liorens, J., & Braojos, J. (2021). Impact of Social Media on the Firm's Knowledge Exploration and Knowledge Exploitation: The Role of Business Analytics Talent. *Journal of the Association for Information Systems*, 22(5), 1472-1508. <https://doi.org/10.17705/1jais.00700>
- Chaithanapat, P., Punnakitikashem, P., Khin Khin Oo, N. C., & Rakthin, S. (2022). Relationships Among Knowledge-Oriented Leadership, Customer Knowledge Management, Innovation Quality and Firm Performance in SMEs. *Journal of Innovation and Knowledge*, 7(1), 100162. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100162>
- Challa, V., Padmalatha, P., & Krishna, B. V. (2021). Integration of Knowledge Management with Adaptive Performance: An Exploration Role of Organizational Learning in Hindustan Aeronautics Ltd (HAL). In *Development*, 6(2), 97-103, doi: 10.11648/j.jbed.20210602.15
- Chatwani, N. (2019). *Organisational Agility: Exploring the Impact of Identity on Knowledge Management*. Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-17249-7\\_1](https://doi.org/10.1007/978-3-030-17249-7_1)
- Cousins, B. (2018). Design Thinking: Organizational Learning in VUCA Environments. *Academy of Strategic Management Journal*, 17(2). <https://search.proquest.com/openview/d1c4bf232a535fd48953fe54fb4e90b2/1?pq-origsite=gscholar&cbl=38745>
- Daud, W. N. W., Fakhrul Anwar Zainol, & Segumpan, R. G. (2021). Knowledge Management, Human Capital and Organizational Innovation as Drivers of Quality Higher Education in Malaysia: Lessons for Gulf Countries. *International Journal of Management*, 11(12). <https://doi.org/10.34218/ijm.11.12.2020.025>
- Dewi, T. K., Agustar, A., & Mahdi, M. (2019). Pelaksanaan Program Gerakan Pensejahteraan Ekonomi Masyarakat Pesisir dan Dampaknya di Kelurahan Pasie Nan Tigo, Kota Padang. *JPPUMA Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Sosial Politik Universitas Medan Area*, 7(1), 40. <https://doi.org/10.31289/jppuma.v7i1.2139>
- Dóci, G., Rohracher, H., & Kordas, O. (2022). Knowledge Management in Transition Management: The Ripples of Learning. *Sustainable Cities and Society*, 78, <https://doi.org/10.1016/j.scs.2021.103621>
- Gao, Y., Feng, Z., & Zhang, S. (2021). Managing Supply Chain Resilience in the Era of VUCA. *Frontiers of Engineering Management*, 8(3), 465-470. <https://doi.org/10.1007/s42524-021-0164-2>
- Gope, A. K. (2018). The Role of Knowledge Management Process in Creating Dynamic Capabilities: An Exploration. *Adhyayan: A Journal of Management Sciences*, 8(1), 48-60. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bsu&AN=136549313&lang=pt-br&site=ehost-live>
- Gouveia, L. B. (2019). Emerging Alternatives to Leadership and Governance in a Digital Ecosystem. *ECMLG-15th European Conference on Management*, [https://bdigital.ufp.pt/handle/10284/8233%0Ahttps://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/8233/1/apre\\_keynoteecmlg.pdf](https://bdigital.ufp.pt/handle/10284/8233%0Ahttps://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/8233/1/apre_keynoteecmlg.pdf)
- Hadar, L. L., Ergas, O., Alpert, B., & Ariav, T. (2020). Rethinking Teacher Education in a VUCA World: Student Teachers' Social-Emotional Competencies during the Covid-19 Crisis. *European Journal of Teacher Education*, 43(4), 573-586. <https://doi.org/10.1080/02619768.2020.1807513>
- Hewitt, L. M. M., & van Rensburg, L. J. J. (2020). The Role of Business Incubators in Creating Sustainable Small and Medium Enterprises. *Southern African Journal of Entrepreneurship and Small Business Management*, 12(1). <https://doi.org/10.4102/SAJESBM.V12I1.295>
- Indrašienė, V., Jegelevičienė, V., Merfeldaitė, O., Penkauskienė, D., Pivorienė, J.,

- Railienė, A., Sadauskas, J., & Valavičienė, N. (2021). Linking Critical Thinking and Knowledge Management: A Conceptual Analysis. *Sustainability (Switzerland)*, 13(3), 1–17. <https://doi.org/10.3390/su13031476>
- Josiana, G. R., & Hizbaron, D. R. (2019). Kajian Kerentanan Sosial dan Ekonomi Masyarakat Pesisir Terhadap Erosi Pantai di Pantai Trisik, Kulonprogo, DIY. In *Jurnal Bumi Indonesia*.
- Kaivo-oja, J. R. L., & Lauraeus, I. T. (2018). The VUCA Approach as a Solution Concept to Corporate Foresight Challenges and Global Technological Disruption. *Foresight*, 20(1), 27–49. <https://doi.org/10.1108/FS-06-2017-0022>
- Kamau, J. G., Dr. Thomas A. Senaji, R. E., & Nzioki, D. S. C. (2019). Effect of Information Technology Capability on Competitive Advantage of the Kenyan Banking Sector. *International Journal of Technology and Systems*, 4(1), 1–20. <https://iprjb.org/journals/index.php/IJTS/article/view/837>
- Kavalić, M., Nikolić, M., Radosav, D., Stanisavljev, S., & Pečujlija, M. (2021). Influencing Factors on Knowledge Management for organizational Sustainability. *Sustainability (Switzerland)*, 13(3), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su13031497>
- Khalatur, S., Velychko, L., Pavlenko, O., Karamushka, O., & Huba, M. (2021). A Model for Analyzing the Financial Stability of Banks in the VUCA-World Conditions. *Banks and Bank Systems*, 16(1). [https://doi.org/10.21511/bbs.16\(1\).2021.16](https://doi.org/10.21511/bbs.16(1).2021.16)
- Knight, L., Tate, W., Carnovale, S., Di Mauro, C., Bals, L., Caniato, F., Gualandris, J., Johnsen, T., Matopoulos, A., Meehan, J., Miemczyk, J., Patrucco, A. S., Schoenherr, T., Selviaridis, K., Touboulic, A., & Wagner, S. M. (2022). Future Business and the Role of Purchasing and Supply Management: Opportunities for 'business-not-as-usual' PSM research. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 28(1). <https://doi.org/10.1016/j.pursup.2022.100753>
- Kwan, C., & Tam, H. C. (2021). Ageing in Place in Disaster Prone Rural Coastal Communities: A Case Study of Tai O Village in Hong Kong. *Sustainability (Switzerland)*, 13(9). <https://doi.org/10.3390/su13094618>
- Lepeley, M. T., & Nicholas Beutell. (2021). Soft Skills for Human Centered Management and Global Sustainability: Soft Skills The Lingua Franca of Human Centered Management in the Global VUCA Environment. In *Routledge* (1st ed.). Routledge
- Li, C., Ahmed, N., Qalati, S. A., Khan, A., & Naz, S. (2020). Role of Business Incubators as a Tool for Entrepreneurship Development: The Mediating and Moderating Role of Business Start-up and Government Regulations. *Sustainability (Switzerland)*, 12(5), 1–23. <https://doi.org/10.3390/su12051822>
- Li, Q., Guan, H., Feng, Z., & Long, W. (2022). Regional Economic Resilience in the Central-Cities and Outer-Suburbs of Northeast China. *Sustainability (Switzerland)*, 14(5), 1–13. <https://doi.org/10.3390/su14052844>
- McKinley, E., Crowe, P. R., Stori, F., Ballinger, R., Brew, T. C., Blacklaw-Jones, L., Cameron-Smith, A., Crowley, S., Cocco, C., O'Mahony, C., McNally, B., Power, P., & Foley, K. (2021). *Ocean and Coastal Management*, 208. <https://doi.org/10.1016/J.OCECOAM.AN.2021.105629>
- Millar, C. C. J. M., Groth, O., & Mahon, J. F. (2018). Management Innovation in a VUCA World: Challenges and Recommendations. *California Management Review*, 61(1), 5–14. <https://doi.org/10.1177/0008125618805111>
- Minciu, M., Berar, F. A., & Dobrea, R. C. (2020). New Decision Systems in the VUCA world. *Management and Marketing*, 15(2), 236–254. <https://doi.org/10.2478/mmcks-2020-0015>
- Muthana, Dr & Fisal, Zahim & Faisal,

- Muthana. (2022). Strategic Knowledge Management and its Impact on Strategic Ambidexterity. *International Journal Social Sciences and Education*, 12(2), 530-556. : <http://doi.org/10.37648/ijrssh.v12i2.035>
- Muslim Saraireh, S. A. (2021). The Role of Business Incubators in the Economic Development and Creativity in Jordanian Universities: Evidence from Mutah University. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 10(1), 266–282. <https://doi.org/10.36941/ajis-2021-0023>
- Natalia, S. (2018). *Knowledge Management System for a Business Incubator*. dspace.spbu.ru. [https://dspace.spbu.ru/bitstream/11701/13154/1/Master\\_Thesis.pdf](https://dspace.spbu.ru/bitstream/11701/13154/1/Master_Thesis.pdf)
- Nowacka, A., & Rzemieniak, M. (2022). The impact of the VUCA Environment on the Digital Competences of Managers in the Power Industry. *Energies*, 15(1), 1–17. <https://doi.org/10.3390/en15010185>
- Onions, P. E. W. (2006). Grounded Theory Applications in Reviewing Knowledge Management Literature. In *Leeds Metropolitan University Innovation North Research Conference*, Leeds, [http://patrickonions.net/docs/academic/2006\\_Grounded\\_theory\\_from\\_literature\\_review.pdf](http://patrickonions.net/docs/academic/2006_Grounded_theory_from_literature_review.pdf)
- Palupi, L. S. (2022). Psychological Preparedness of Coastal Communities in Surabaya: a Preliminary Finding. *E3S Web of Conferences*, 340, 05010. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202234005010>
- Pati, P., & Das, A. (2018). Capability Development in Dynamic Business Environment: A Framework for Practitioners. *IIMS Journal of Management Science*, 9(1), 14. <https://doi.org/10.5958/0976-173x.2018.00002.7>
- Pearse, N. J. (2017). Change Management in a VUCA World. *Visionary Leadership in a Turbulent World*, 81–105. <https://doi.org/10.1108/978-1-78714-242-820171005>
- Pellegrini, M. M., Ciampi, F., Marzi, G., & ... (2020). The Relationship Between Knowledge Management and Leadership: Mapping the Field and Providing Future Research Avenues. *Knowledge Management*. <https://doi.org/10.1108/JKM-01-2020-0034>
- Pretorius, O., Drewes, E., Aswegen, M. Van, & Malan, G. (2021). A Policy Approach Towards Achieving Regional Economic Resilience in Developing Countries: Evidence from the sadc. *Sustainability (Switzerland)*, 13(5), 1–21. <https://doi.org/10.3390/su13052674>
- Putra, A. M. A., & Wijayanto, A. W. (2021). Knowledge Management System in Official Statistics: An Empirical Investigation on Indonesia Population Census. *Proceedings of The International Conference on Data Science and Official Statistics*, 1, 12–19. <https://doi.org/10.34123/icdsos.v2021i1.25>
- Rangkuti, A. M., Cordova, M. R., Rahmawati, A., & Adimu, H. E. (2022). *Ekosistem Pesisir & Laut Indonesia*. PT Bumi Aksara.
- Rangaswamy, A., Moch, N., Felten, C., van Bruggen, G., Wieringa, J. E., & Wirtz, J. (2020). The Role of Marketing in Digital Business Platforms. *Journal of Interactive Marketing*, 51, 72–90. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2020.04.006>
- Ribiere, V., Gong, C., & Yang, K. (2021). Knowledge MANAGEMENT from a Technology Perspective. *A Research Agenda for Knowledge Management and Analytics*, 43–66. <https://doi.org/10.4337/9781800370623.00011>
- Robu, D., & Lazar, J. B. (2021). Digital Transformation Designed to Succeed: Fit the Change into the Business Strategy and People. *Electronic Journal of Knowledge Management*, 19(2), 133–149. <https://doi.org/10.34190/EJKM.19.2.2411>
- Rocha, R. G., Kragulj, F., & Pinheiro, P. (2022). Practical Wisdom, the (not so) Secret Ingredient for Responsible Knowledge Management. *VINE Journal of Information and Knowledge Management*

- Systems*, 52(3), 426–447.  
<https://doi.org/10.1108/VJIKMS-09-2021-0211>
- Shkarupeta, E., Borisova, L., Savon, D., & Safronov, A. (2021). Strategies for Developing Competencies for the VUCA World. *Proceedings of the 3rd International Conference Spatial Development of Territories (SDT 2020)*, 181.  
<https://doi.org/10.2991/aebmr.k.21071.0.061>
- Surijah, A. B. (2019). Learning Organization in Practices: A Study Case of the Indonesian Companies. 2019 *International Conference on Organizational Innovation (ICOI 2019)*,  
<https://doi.org/10.2991/icoi-19.2019.19>
- Syarafina, S., & Sushandoyo, D. (2022). Proposed Knowledge Management for Business Development at Relife Property Management. *International Journal of Management, Entrepreneurship, Social Science and Humanities (IJMESH)*, 5(1),  
<https://doi.org/10.31098/ijmesh.v5i1.915>
- Tarliman, R. M., Purba, J. T., Sudibjo, N., & Meilani, Y. F.C.P (2022). The Influence of Work Motivation and Leadership Style on Organizational Performance in the VUCA Era. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(1). <https://doi.org/10.33258/BIRCI.V5I1.3788>
- Troise, C., Corvello, V., Ghobadian, A., & O'Regan, N. (2022). How can SMEs Successfully Navigate VUCA Environment: The Role of Agility in the Digital Transformation Era. *Technological Forecasting and Social Change*, 174(April 2021), 121227.  
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121227>
- Uddin, M. S., Haque, C. E., Khan, M. N., Doberstein, B., & Cox, R. S. (2021). “Disasters Threaten Livelihoods, and People Cope, Adapt and Make Transformational Changes”: Community resilience and livelihoods reconstruction in coastal communities of Bangladesh. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 63.  
<https://doi.org/10.1016/J.IJDRR.2021.102444>
- Vorontchuk, I., & Lando, I. (2021). Intensification of Knowledge Management System Within the Framework of Adult Learning for Effective Regional Development. *Regional Formation and Development Studies*, 2(2), 163–171.  
<https://doi.org/10.15181/rfds.v7i2.2356>
- Wang, H., Li, Y., Liu, Y., Qing, F., Zhou, Y., Chen, Y., & Fang, D. (2021). Study on the Influencing Factors of Urban Economic Resilience in Post Epidemic Era – A Case Study of Kunming City. *Journal of Urban Management*, 10(3), 255–264.  
<https://doi.org/10.1016/j.jum.2021.06.006>
- Wang, W., Wang, J., Wulaer, S., Chen, B., & Yang, X. (2021). The Effect of Innovative Entrepreneurial Vitality on Economic Resilience based on a Spatial Perspective: Economic Policy Uncertainty as a Moderating Variable. *Sustainability (Switzerland)*, 13(19).  
<https://doi.org/10.3390/su131910677>
- Wang, X., & Li, M. (2022). Determinants of Regional Economic Resilience to Economic Crisis: Evidence from Chinese Economies. *Sustainability (Switzerland)*, 14(2).  
<https://doi.org/10.3390/su14020809>
- Wongwilai, S., Phudetch, P., Saelek, P., Khuptawatin, A., Wongcharoensin, K., Chaitongrat, S., Vaiyavuth, R., & Jermsittiparsert, K. (2022). The Role of Innovative Ideas In Business Sustainability: Evidence from Textile Industry. *Uncertain Supply Chain Management*, 10(1), 285–294.  
<https://doi.org/10.5267/j.uscm.2021.8.011>
- Younas, M., Noor, A. S. M., & Arshad, M. (2022). Cloud-based Knowledge Management Framework for Decision Making in Higher Education Institutions. *Intelligent Automation and Soft Computing*, 31(1), 83–99.  
<https://doi.org/10.32604/IASC.2022.018332>

Zain, M. A., Suhaimi, J., Dahlui, M., Goh, H. C., Then, A. Y. H., Yakub, N. A., Noor, M. I. M., Garside, R., Eales, J., Jose, E., & Kari, F. (2022). What are the Outcomes of Marine Site Protection on Poverty of Coastal Communities in Southeast Asia? A Systematic Review Protocol. *Environmental Evidence*, 11(1). <https://doi.org/10.1186/s13750-022-00255-1>

Zhang-Zhang, Y. Y., Rohlfer, S., & Varma, A. (2022). Strategic People Management in Contemporary Highly Dynamic VUCA Contexts: A Knowledge Worker Perspective. *Journal of Business Research*, 144(January 2021), 587-598. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.12.069>