

ACCOUNTING AND MANAGEMENT JOURNAL

The Influence of Task Characteristics and Technology Functionality on Tasktechnology Fit and Service Level Performance in Fulfillment Centers: Evidence from a Startup Context
Dani Ramdani, Agus Purnomo, Erna Mulyati

Analisis Persepsi Mahasiswa Jurusan Akuntansi terhadap Profesi Akuntan Publik (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Internasional Jakarta Sebelum dan Sesudah Menempuh Mata Kuliah Auditing)
Reviolitya Nadin Bachtiar, Kristi Indriyani

Business Process Modeling of Indonesian Human Milk Bank Based on Bank Framework Using BPMN - Case Study: Lactashare_
Wahyuningdiyah, Neny, Mahananto, Faizal, Arvitrida, Niniet

Review of Profit Management in Basic Material Companies in Indonesia Seen from the Perspective of Intellectual Capital, Financial Stability, Financial Distress and Firm Size_
Egi Gumala Sari, Yusuf Faisal, Adila Febrianti

Peran Mediasi Green Innovation dan Accounting Capability pada Pengaruh Human Capital terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Kota Surabaya_
Siti Nur Hidayatul Umma, Hidayatul Khusnah, Luluk Khoiriyah

Independent Commissioners as Gatekeepers: Influences on Debt Policies and Ownership in Coal Mining Firms
Novia Siti Nurjanah, Riyan Harbi Valdiyansyah

The Influence of Opinion Leadership, Sales Promotion and Perceived Quality on Oat Milk Purchase Intention
Endang Ruswanti, Sabila Ratna Janitrafia, Moehammad Unggul Januarko, Nia Puspita Hapsari

Analisis Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen Gula Jahe Alami Sucenjurutengah
Titik Suhartini, Danis Imam Bachtiar

Analisis Penerapan Standar Akuntansi Pemerintahan Desa pada Kantor Desa Gumulan Kecamatan Kesamben Kabupaten Jombang
Anggih Nur Hamidah, Mohammad Ghofirin

ACCOUNTING AND MANAGEMENT JOURNAL

Volume 9, No. 1, Juli 2025, Pages 1-127

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 Widy Mandala</i> | Dr. Mudjilah Rahayu , MM.
<i>Universitas Widy 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

ACCOUNTING AND MANAGEMENT JOURNAL

Volume 9, No. 1, Juli 2025, Pages 1 - 118

DAFTAR ISI:

- 1 - 10** The Influence of Task Characteristics and Technology Functionality on Tasktechnology Fit and Service Level Performance in Fulfillment Centers: Evidence from a Startup Context
Dani Ramdani, Agus Purnomo, Erna Mulyati
- 11 - 25** Analisis Persepsi Mahasiswa Jurusan Akuntansi terhadap Profesi Akuntan Publik (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Internasional Jakarta Sebelum dan Sesudah Menempuh Mata Kuliah Auditing)
Revioliyta Nadin Bachtiar, Kristi Indriyani
- 26 - 35** Business Process Modeling of Indonesian Human Milk Bank Based on Bank Framework Using BPMN - Case Study: Lactashare
Wahyuningdiyah, Neny, Mahananto, Faizal, Arvitrida, Niniet
- 36 - 49** Review of Profit Management in Basic Material Companies in Indonesia Seen from the Perspective of Intellectual Capital, Financial Stability, Financial Distress and Firm Size
Egi Gumala Sari, Yusuf Faisal, Adila Febrianti
- 50 - 69** Peran Mediasi Green Innovation dan Accounting Capability pada Pengaruh Human Capital terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Kota Surabaya
Siti Nur Hidayatul Umma, Hidayatul Khusnah, Luluk Khoiriyah
- 70 - 81** Independent Commissioners as Gatekeepers: Influences on Debt Policies and Ownership in Coal Mining Firms
Novia Siti Nurjanah, Riyan Harbi Valdiyansyah
- 82 - 94** The Influence of Opinion Leadership, Sales Promotion and Perceived Quality on Oat Milk Purchase Intention
Endang Ruswanti, Sabila Ratna Janitrafia, Moehammad Unggul Januarko, Nia Puspita Hapsari
- 95 - 112** Analisis Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen Gula Jahe Alami Sucenjurutengah
Titik Suhartini, Danis Imam Bachtiar
- 113 - 127** Analisis Penerapan Standar Akuntansi Pemerintahan Desa pada Kantor Desa Gumulan Kecamatan Kesamben Kabupaten Jombang
Anggih Nur Hamidah, Mohammad Ghofirin

THE INFLUENCE OF TASK CHARACTERISTICS AND TECHNOLOGY FUNCTIONALITY ON TASK TECHNOLOGY FIT AND SERVICE LEVEL PERFORMANCE IN FULFILLMENT CENTERS: EVIDENCE FROM A STARTUP CONTEXT

Dani Ramdani¹, Agus Purnomo¹, Erna Mulyati²
Universitas Logistik dan Bisnis Internasional, Bandung
danie.ramdhani8@gmail.com

Abstract: *Fulfillment Center is a special facility designed to manage order processing and product fulfillment for e-commerce businesses. The fulfillment center has a service level agreement (SLA) that must be met as a form of prime performance. Analysis of the determinants of Service Level Performance in Fulfillment Centers is conducted within the framework of Task Technology Fit. This study aims to analyze the effect of Characteristics and Technology Functionality on Service Level Performance in Fulfillment Centers with task technology fit as a mediating variable. This study is a quantitative study of 100 employees in the picking and packing division using a questionnaire. The analysis method used is SEM-PLS. The results of the analysis show that Task Characteristics have a positive and significant effect on Task Technology Fit. Technology Functionality has a positive and significant effect on Task Technology Fit. Task Technology Fit mediates the effect of Task Characteristics on the Fulfillment Center Service Level and is proven to be statistically significant. Task Technology Fit mediates the effect of Task Characteristics on the Fulfillment Center Service Level and is proven to be statistically significant.*

Keywords: *Task Technology Fit, Service Level Performance, Fulfillment Center, Task Characteristics, Technology Functionality*

INTRODUCTION

The development of startups in Indonesia in recent years has been quite rapid and dynamic. Indonesia has become one of the largest startup growth centers in Southeast Asia, driven by a large population, increasing internet penetration, and increasing adoption of technology. In 2024, the value of venture capital funding in Indonesia has almost doubled in five years. The increasing number of larger investment transactions reflects the growth of investment in Indonesian startups (Nugrahani, 2024). Most startups are e-commerce businesses, and they often rely on third-party fulfillment centers to handle order processing and delivery. This

center is the backbone of the supply chain, taking care of important tasks such as inventory management, order processing, and shipping (Marcomm, 2023).

The fulfillment center has a service level agreement (SLA) that must be met as a form of prime performance. Service Level Agreement (SLA) is a promise to customers that they will receive their orders on time. At the Fulfillment Center (FC) level, SLA is based on the ability to fulfill open orders scheduled for shipment at each departure time. The ability of each center depends on the complex interaction between fluctuating product demand and time-dependent processes (Luna, 2015). Improving the

performance level of the fulfillment center is done in various ways, including the use of technology such as Handheld scanners in the product selection and packing process at the fulfillment center. However, employees in that section must use this technology properly.

Goodhue & Thompson (1995) proposed Task Technology Fit (TTF) as an evaluation construct defined from a theoretical perspective, which assesses certain aspects of technology and seeks to understand how the use of technology can affect a person's performance. The TTF perspective assumes that users can evaluate the level of TTF appropriately when they use technology to perform their job tasks, and ultimately the TTF evaluation can predict performance. TTF is measured through user experience assessments based on different dimensions such as data quality, usability, and technology reliability. However, the assumption is that users evaluate technology functionality and the extent to which the technology helps them in completing tasks and matches their abilities (Vendramin et al., 2021).

According to TTF theory, a higher fit between technology, task characteristics, and individual abilities will contribute to better performance, that is, it will lead to more efficient task completion (Goodhue, 1995). When users recognize that technology improves task execution, it leads to higher adoption and use and, in turn, to improved performance. Improved performance arises from optimal TTF: when

technology matches the characteristics of the task it is intended to support and the individual abilities of users, users can perform their tasks more smoothly (Spies et al., 2020).

The interacting elements of TTF. Task requirements represent the physical and cognitive actions that individuals perform to transform inputs into outputs in a given environment (Goodhue, 1995; Goodhue & Thompson, 1995). Tasks may contain varying levels of detail and requirements related to the technology that supports the task. The technology functionality element refers to the tools that individuals use to perform the task or are used to assist them in performing their tasks. Technology can include computer systems (hardware, software, and data) and support services (training, HR policies, and IT support) (Vendramin et al., 2021). TTF also includes a view of task characteristics, which is not included in the TAM perspective. The combination of TTF and TAM can offer a more comprehensive understanding of user attitudes toward a particular technology and the fit between technology functionality and task characteristics. The combined perspective has been widely used in various studies (Pagani, 2006; Shih & Chen, 2013).

This study offers something new in exploring the influence of Technology Characteristics (TC) and Technology Functionality (TF) on Service Level Performance in Fulfillment Centers (SL) with task technology fit (TTF) as a

mediating variable. The uniqueness of this study is that it uses TTF to improve service level performance in fulfillment centers. By focusing on 3D scanner technology in the picking and packing section, this study provides valuable insights into how employees view and evaluate the implementation of advanced logistics technology in fulfilling their daily Service Level. In addition, this study contributes to the development of a conceptual model that describes the relationship between TC, TF, TTF, and SL based on employee perspectives in the context of Fulfillment Centers. This approach allows for a deeper understanding of how TC and TF directly affect SL in the Fulfillment center logistics process.

METHODOLOGY

The current research is explanatory research that aims to identify causes, determine causality, and predict changes in social phenomena related to other variables. This explains the relationship between variables and tests whether existing theories or hypotheses can be accepted or not Strydom (2014).

The research instrument used as the basis for the questionnaire for the Task Characteristics variables was adopted from Wijayanti et al. (2024), Technology Functionality was adopted from Jalali et al. (2020), and Task-Technology Fit was adopted from Wijayanti et al. (2024), and Fulfillment Center Service Level was adopted from (Cheng, 2020). The research instrument will be distributed in the form of a G-Form.

The population of this study consists of fulfillment center employees of startup companies. The indicators used in this study are 20 so the minimum number of samples needed is $20 \times 5 = 100$ respondents. This study uses partial regression analysis (PLS-SEM) to test the goodness of fit model and test whether the research hypothesis is accepted or not.

RESULT AND DISCUSSION

Convergent and discriminant validity are two fundamental aspects of construct validity. Convergent validity refers to how closely the new scale relates to other variables and other measures of the same construct. The construct must not only correlate with related variables but also must not correlate with different and unrelated variables. This latter determination is called discriminant validity. According to Hair et al. (2019), a loading value of 0.7 is a good cut-off value.

Tabel 2 Outer Loadings (Measurement Model)

	Fulfillment Center Service Level	Task Characteristics	Task-Technology Fit	Technology Functionality
SL1	0.932			
SL2	0.982			
SL3	0.954			
TC1		0.747		
TC10		0.771		
TC2		0.836		
TC3		0.836		
TC4		0.732		
TC5		0.786		
TC6		0.836		
TC7		0.842		
TC8		0.860		
TC9		0.812		

	Fulfillment Center Service Level	Task Characteristics	Task-Technology Fit	Technology Functionality
TF1				0.900
TF2				0.928
TF3				0.776
TTF1			0.896	
TTF2			0.924	
TTF3			0.862	
TTF4			0.816	

The results of processing using SmartPLS can be seen in Table 1. The outer model value or correlation between constructs and variables has all met convergent validity because all indicators have loading factor values above 0.70.

The results of the discriminant validity test are obtained as follows:

Table 2. Discriminant Validity Value (Cross Loading)

	Fulfillment Center Service Level	Task Characteristics	Task-Technology Fit	Technology Functionality
SL1	0.932	0.643	0.614	0.584
SL2	0.982	0.755	0.675	0.650
SL3	0.954	0.695	0.618	0.560
TC1	0.541	0.747	0.439	0.393
TC10	0.541	0.771	0.363	0.281
TC2	0.628	0.836	0.469	0.502
TC3	0.598	0.836	0.500	0.397
TC4	0.659	0.732	0.412	0.356
TC5	0.480	0.786	0.296	0.282
TC6	0.659	0.836	0.548	0.371
TC7	0.596	0.842	0.507	0.372
TC8	0.613	0.860	0.530	0.429
TC9	0.542	0.812	0.473	0.236
TF1	0.519	0.328	0.416	0.900
TF2	0.612	0.472	0.447	0.928
TF3	0.499	0.375	0.424	0.776
TTF1	0.540	0.415	0.896	0.524
TTF2	0.538	0.433	0.924	0.505
TTF3	0.475	0.518	0.862	0.329
TTF4	0.726	0.602	0.816	0.368

From Table 2 it can be seen that all loading factor values for the research variable indicators have the highest values on the variables they represent compared to the loading factor values for other variables. This means that the indicators used are truly appropriate for measuring the variables they represent. Therefore, the analysis can be continued to the next stage.

Hair (2019) proposed the use of (AVE to represent the average amount of variance explained by a construct in its indicators relative to the overall variance of its indicators.

A construct is said to have high reliability if its value is 0.70 and AVE is above 0.50. Table 4.3. presents the Composite Reliability and AVE values for all variables.

Table 3. Composite Reliability and Average Variance Extracted

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Fulfillment Center Service Level	0.953	0.958	0.970	0.914
Task Characteristics	0.940	0.944	0.949	0.651
Task-Technology Fit	0.898	0.905	0.929	0.766
Technology Functionality	0.837	0.846	0.903	0.758

Based on Table 3. it can be concluded that all constructs of Fulfillment Center Service Level, Task Characteristics, Task-Technology Fit, and Technology Functionality meet the reliable criteria for both Cronbach's

Alpha, rho_A, Composite Reliability, and Average Variance Extracted (AVE) criteria.

Structural Model Testing (Inner Model) The inner model or structural model consists of two types of variables, namely exogenous and endogenous. Latent variables are called exogenous if they are not influenced by other latent variables in the model (no arrows are entering from other latent variables). In addition, the inner model in PLS also analyzes the magnitude of the structural path coefficient to determine the relationship between latent variables.

Goodness Of Fit Model Testing Model assessment with PLS involves examining the R-square for each dependent latent variable. Table 4. shows the results of the R-square estimation obtained from SmartPLS.

Table 4 R-Square Value

	R Square	R Square Adjusted
Fulfillment Center Service Level	0.688	0.678
Task-Technology Fit	0.395	0.382

This study involves two main variables: Fulfillment Center Service Level (Y), which is influenced by Task Characteristics (X1), and Technology Functionality (X2). In addition, Task Technology Fit (Z) is also influenced by Task Characteristics (X1), and Technology Functionality (X2). Table 4. presents the R-square value for the Fulfillment Center Service Level variable of 0.688. This means that 68.8% of the variable is influenced by Task Characteristics (X1), Technology Functionality (X2), and Task Technology Fit (Z). The R- square value

for the Task Technology Fit (Z) variable is 0.395. This means that 39.5% of the Task Technology Fit variable is influenced simultaneously by Task Characteristics (X1), and Technology Functionality (X2).

The partial effect hypothesis testing directly on the independent variables and intermediate and dependent variables using PLS is found in the output result for inner weight which can be seen in the following figure and table:

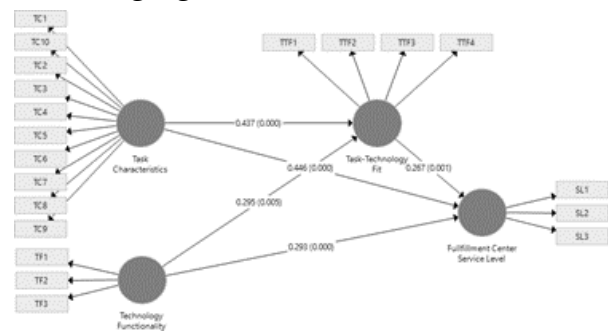


Fig 2. Estimation output for structural model testing

The detailed bootstrapping estimation results using Smart-PLS are presented in the following table:

Table 5. Result For Inner Weights (Direct Effect)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STD EV)	T Statistics (O/S TDEV)	P Values
Task Characteristics -> Fulfillment Center Service Level	0.446	0.448	0.076	5.837	0.000
Task Characteristics -> Task Technology Fit	0.437	0.426	0.107	4.065	0.000
Task-Tech nology Fit > Fulfillme	0.267	0.259	0.081	3.273	0.001

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STD EV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
nt Center Service Level					
Technology Functionality-> Fulfillment Center Service Level	0.293	0.295	0.079	3.723	0.000
Technology Functionality-> Task-Technology Fit	0.295	0.291	0.104	2.831	0.005

The results of the hypothesis test show that the influence of the Task Characteristics variable on Task Technology Fit shows a path coefficient value of 0.437 with a t value of 4.065 and p values = 0.000. The p-value is smaller than 0.05. This result means that Task Characteristics have a positive and significant influence on Task Technology Fit, which means that H1 which states that Task Characteristics have a significant positive influence on Task Technology Fit is supported. The results of the hypothesis test show that the influence of the Technology Functionality variable on Task Technology Fit shows a path coefficient value of 0.295 with a t value of 2.831 and p values = 0.005. The p-value is smaller than 0.05. This result means that Technology Functionality has a significant influence on Task Technology Fit, which means that H2

which states that Technology Functionality has a significant positive influence on Task Technology Fit is supported. The results of the hypothesis test show that the influence of the Task Technology Fit variable on the Fulfillment Center Service Level shows a path coefficient value of 0.267 with a t value of 3.273 and p values = 0.000. The p-value is greater than 0.05. This result means that Task Technology Fit has a positive and significant influence on the Fulfillment Center Service Level, which means that H3 which states that Task Technology Fit has a significant positive influence on the Fulfillment Center Service Level is supported.

The indirect effect between variables in PLS is done manually by multiplying the coefficient of the direct effect path between the independent variable and the dependent variable through the intermediary variable. This analysis helps evaluate how the research variables interact indirectly. The results of the indirect influence analysis between variables are shown as follows:

Table 6. Indirect Influence

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Task Characteristics -> Task-Technology Fit -> Fulfillment Center Service Level	0.117	0.109	0.041	2.815	0.005

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/ST DEV)	P Values
Technology Functionality -> Task-Technology Fit -> Fulfillment Center Service Level	0.079	0.077	0.038	2.063	0.040

The indirect influence of Task Characteristics on Fulfillment Center Service Level through Task Technology Fit has p values = 0.005 or so it can be concluded that the Task Technology Fit variable mediates the influence of Task Characteristics on Fulfillment Center Service Level. This means that H4 which states that Task Technology Fit acts as a mediating variable on the influence of Task Characteristics on the Behavior of Using Islamic Banking is supported. The indirect effect of Technology Functionality on the Fulfillment Center Service Level through Task Technology Fit has p values = 0.040 or <0.05 so it can be said that the Task Technology Fit variable mediates the effect of Technology Functionality on the Fulfillment Center Service Level. This means that H5 which states that Task Technology Fit acts as a mediating variable on the effect of Technology Functionality on the Fulfillment Center Service Level is supported.

The results of the discussion analysis show that Task Characteristics have a positive and significant effect on

Task Technology Fit. Task characteristics that can be carried out by individuals can be explained by the dimensions of task clarity and task dependence on others (Goodhue & Thompson, 1995). The results of this study are in line with Fu et al. (2019) that the task characteristic dimension, namely task dependence on others, has a significant effect on task technology fit.

The second study showed that Technology Functionality had a significant effect on Task Technology Fit. Murphy et al. (2019) define Technology Functionality as the positive impact of technology-supported interaction interfaces on the transmission of electronic services. High Technology Functionality provides strong assurance to customers to be able to control technology more smoothly and the results are more reliable in other words, the technology will be more efficient and effective in providing its services. The results of this study are in line with the findings of Ruan et al. (2024) which show that Technology Functionality has a positive and significant impact on task technology fit.

SEM analysis also shows that increasing Task technology fit will increase the Fulfillment Center Service Level as the performance of employees in the picking and packing division. The TTF model has been widely tested, and it has been shown that TTF affects individual performance as well as organizational outcomes (Mikalef et al., 2019). The results of this study are in line with Abelsen et al. (2023) who found that TTF for collaborative work and focused

work has a positive and significant effect on individual performance. Research shows that Task Technology Fit functions as a significant mediator between Task Characteristics and Fulfillment Center Service Level.

The results of this study are in line with Khan et al. (2022) that task technology fit mediates the effect of Task Characteristics on performance, which in this case is the Fulfillment Center Service Level. The findings of the study on the mediation role of Task Technology Fit showed significant results. This means that Task Technology Fit mediates the effect of Technology Functionality on the Fulfillment Center Service Level. Task Technology Fit theory is widely used to align tasks and technology in the workplace, understanding their impact on user performance and satisfaction. The findings of the current study are in line with Ruan et al. (2024) which shows that Task Technology Fit plays a mediating role in the impact of Technology Functionality on satisfaction with technology use and performance.

CONCLUSION

The conclusion that can be drawn from the results of this study is that Task Characteristics have a positive and significant effect on Task Technology Fit. Technology Functionality has a positive and significant effect on Task Technology Fit. Task Technology Fit has a positive and significant effect on the Fulfillment Center Service Level. Task Technology Fit acts as a mediating variable on the effect

of Task Characteristics on Fulfillment Center Service Level. Task Technology Fit acts as a mediating variable on the effect of Technology Functionality on the Fulfillment Center Service Level.

For management, increasing Task Technology Fit can be done by adjusting Task Characteristics with Technology Functionality so that employees have a high Task Technology Fit. Management must also improve Task Technology Fit through the implementation of new technology while providing training to employee users periodically. For further research, other variables that affect the Fulfillment Center Service Level can be added, such as knowledge-sharing behavior. Developing research in companies with different characteristics.

REFERENCE

- Abelsen, S. N., Vatne, S.-H., Mikalef, P., & Choudrie, J. (2023). Digital working during the COVID-19 pandemic: how task-technology fit improves work performance and lessens feelings of loneliness. *Information Technology & People*, 36(5), 2063–2087. <https://doi.org/10.1108/ITP-12-2020-0870>
- Areepattamannil, S., & Santos, I. M. (2019). Adolescent students' perceived information and communication technology (ICT) competence and autonomy: Examining links to dispositions toward science in 42 countries. *Computers in Human Behavior*, 98, 50–58. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.04.005>

- Cheng, Y. M. (2020). Understanding cloud ERP continuance intention and individual performance: a TTF-driven perspective. *Benchmarking*, 27(4), 1591–1614. <https://doi.org/10.1108/BIJ-05-2019-0208>
- Fu, J., Shang, R.-A., Jeyaraj, A., Sun, Y., & Hu, F. (2019). Interaction between task characteristics and technology affordances. *Journal of Enterprise Information Management*, 33(1), 1–22. <https://doi.org/10.1108/JEIM-04-2019-0105>
- Goodhue, D. L. (1995). Understanding User Evaluations of Information Systems. *Management Science*, 41(12), 1827–1844. <https://doi.org/10.1287/mnsc.41.12.1827>
- Goodhue, D. L., & Thompson, R. L. (1995). Task-Technology Fit and Individual Performance. *MIS Quarterly*, 19(2), 213. <https://doi.org/10.2307/249689>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hu, X., Gong, Y., Lai, C., & Leung, F. K. S. (2018). The relationship between ICT and student literacy in mathematics, reading, and science across 44 countries: A multilevel analysis. *Computers & Education*, 125, 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2018.05.021>
- Jalali, M. S., Bruckes, M., Westmattellmann, D., & Schewe, G. (2020). Why employees (still) click on phishing links: Investigation in hospitals. *Journal of Medical Internet Research*, 22(1). <https://doi.org/10.2196/16775>
- Jiang, Y., Xiao, L., Jalees, T., Naqvi, M. H., & Zaman, S. I. (2018). Moral and Ethical Antecedents of Attitude Toward Counterfeit Luxury Products: Evidence from Pakistan. *Emerging Markets Finance and Trade*, 54(15), 3519–3538. <https://doi.org/10.1080/1540496X.2018.1480365>
- Khan, S., Rasheed, Dr. R., & Muhammad, G. (2022). An SEM-based approach towards the Utilization of Technology and its Relationship to the performance of private business education institutions. *Propel Journal of Academic Research*, 2(2), 1–22. <https://doi.org/10.55464/pjar.v2i2.37>
- Khan, S., Zaman, S. I., & Rais, M. (2022). Measuring Student Satisfaction through Overall Quality at Business Schools: A Structural Equation Modeling. *South Asian Journal of Social Review*, 34–55. <https://doi.org/10.57044/SAJSR.2022.1.2.2210>
- Kim, S. K., Park, M. J., Ahn, E. J., & Rho, J. J. (2015). Investigating the role of task-technology fit along with attractiveness of alternative technology to utilize RFID system in the organization. *Information Development*, 31(5), 405–420. <https://doi.org/10.1177/0266666913513277>
- Lam, B. O., Byun, S., & Lee, M. (2019). Understanding educational inequality in Hong Kong: secondary school segregation in changing institutional contexts. *British Journal of Sociology of Education*, 40(8), 1170–1187. <https://doi.org/10.1080/01425692.2019.1642736>
- Luna, A. (2015). *Characterizing and Improving the Service Level Agreement at Amazon*. Massachusetts Institute of Technology.
- Marcomm. (2023). *Cara Kerja Fulfillment Center dan Perbedaanya dengan Warehouse Biasa?* <https://jetcommerce.co.id/update/cara-kerja-fulfillment-center-vs-warehouse/>.

- Marikyan, D., & Papagiannidis, S. (2022). Task-Technology Fit: A review. In S. Papagiannidis (Ed.), *Theory Hub Book*. . Newcastle University Business School.
- Mikalef, P., Torvatn, H. Y., & Arica, E. (2019). *Task-Technology Fit in Manufacturing: Examining Human-Machine Symbiosis Through a Configurational Approach* (pp. 624–632).
https://doi.org/10.1007/978-3-030-30000-5_76
- Murphy, J., Gretzel, U., & Pesonen, J. (2019). Marketing robot services in hospitality and tourism: the role of anthropomorphism. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(7), 784–795.
<https://doi.org/10.1080/10548408.2019.1571983>
- Nugrahani, D. M. (2024). *Perkembangan Start Up di Indonesia Terus Melaju Dibandingkan Negara Tetangga*. <https://www.vibizmedia.com/index.php/2024/08/18/Perkembangan-Start-up-Di-Indonesia-Terus-Melaju-Dibandingkan-Negara-Tetangga/>.
- Pagani, M. (2006). Determinants of adoption of High Speed Data Services in the business market: Evidence for a combined technology acceptance model with task technology fit model. *Information & Management*, 43(7), 847–860.
<https://doi.org/10.1016/j.im.2006.08.003>
- Shih, Y.-Y., & Chen, C.-Y. (2013). The study of behavioral intention for mobile commerce: via integrated model of TAM and TTF. *Quality & Quantity*, 47(2), 1009–1020.
<https://doi.org/10.1007/s11135-011-9579-x>
- Spies, R., Grobbelaar, S., & Botha, A. (2020). A Scoping Review of the Application of the Task-Technology Fit Theory (pp. 397–408).
https://doi.org/10.1007/978-3-030-44999-5_33
- Strydom, H. (2014). AN EVALUATION OF THE PURPOSES OF RESEARCH IN SOCIAL WORK. *Social Work/Maatskaplike Werk*, 49(2).
<https://doi.org/10.15270/49-2-58>
- Vendramin, N., Nardelli, G., & Ipsen, C. (2021). Task-Technology Fit Theory : An approach for mitigating technostress. In R. Appel-Meulenbroek & V. Danivska (Eds.), *A Handbook of Theories on Designing Alignment Between People and the Office Environment*. Routledge.
- Wijayanti, P., Mohamed, I. S., & Daud, D. (2024). Computerized accounting information systems: An application of task technology fit model for microfinance. *International Journal of Information Management Data Insights*, 4(1).
<https://doi.org/10.1016/j.ijime.2024.100224>

ANALISIS PERSEPSI MAHASISWA JURUSAN AKUNTANSI TERHADAP PROFESI AKUNTAN PUBLIK (STUDI KASUS PADA MAHASISWA JURUSAN AKUNTANSI UNIVERSITAS INTERNASIONAL JAKARTA SEBELUM DAN SESUDAH MENEMPUIH MATA KULIAH AUDITING)

Revoliyyta Nadin Bachtiar, Kristi Indriyani

Universitas Internasional Jakarta

revoliyyta21@jiu.ac, kristi@jiu.ac

Abstract: This study analyzes the extent to which the Auditing course changes the perceptions of Accounting students at Jakarta International University regarding the profession of Public Accountant before and after studying the course. The method used in this study uses a qualitative approach with in-depth interviews. The results show that before taking the Auditing course, students had a limited and often erroneous understanding of the profession of Public Accountant. After completing the Auditing course, there was a significant increase in understanding. Students began to understand the roles, duties, and responsibilities of an auditor. The main factors influencing this change include the case study-based learning method, the involvement of lecturers with professional experience, and an analytical approach in evaluating financial statements. Furthermore, the Auditing course also increased students' interest in the profession of public accountant, although some students still chose other career paths. These findings emphasize the importance of formal education in shaping students' understanding and interest in the profession of public accountant.

Keywords: Student perception, public accountants, auditing, accounting education.

PENDAHULUAN

Indonesia mencatat pertumbuhan ekonomi pada tahun 2024 yang stabil tumbuh 5,03% dibandingkan tahun sebelumnya, hal ini didorong oleh konsumsi pemerintah dan sektor jasa yang kuat (Badan Pusat Statistik, 2025). Didukung dengan peraturan terbaru tahun 2025 yang menekankan audit legal tahunan yang bersifat wajib bagi seluruh entitas bisnis di Indonesia, guna memperkuat governance dan accountability di Indonesia sehingga kondisi ini menghadirkan tantangan dan sebuah peluang besar, dimana kebutuhan akan tenaga profesional yang mumpuni khususnya di bidang akuntan publik, yang memiliki peran vital dalam tata

kelola dan transparansi bisnis (Medina, 2024).

Di tengah dinamika tersebut, profesi akuntan publik berfungsi sebagai pengawal kepercayaan publik yang memverifikasi bahwa laporan keuangan yang dikeluarkan perusahaan memenuhi standar dan berintegritas. Namun, meski pertumbuhan ekonomi semakin berkembang, jumlah akuntan publik di Indonesia masih tergolong minim. Berdasarkan Pusat Pembina Profesi Keuangan (PPPK) (2024) akuntan publik yang masih aktif tercatat sejumlah 1.464. Menurut Prof Dr Drs Antonius Herusetya (2023) rasio perbandingan akuntan publik di Malaysia 1:20.000 dan Singapura 1:5.000 masih tergolong rendah apabila dibandingkan dengan Indonesia yang

memiliki tingkat perbandingan 1:121.000. Rasio ini menunjukkan ketimpangan yang cukup besar apabila dibandingkan dalam skala perbandingan dengan negara-negara yang tergabung dalam ASEAN. Hal ini mengindikasikan bahwa jumlah akuntan publik di Indonesia memiliki kapasitas yang masih sangat terbatas dan belum mencukupi kebutuhan industri yang terus berkembang. Sementara itu berdasarkan Setditjen Dikti (2020), Indonesia mencetak rata-rata 91.488 lulusan akuntansi setiap tahunnya, dimana hal ini seharusnya mampu menjadi potensi besar dalam mencetak lebih banyak akuntan publik. Namun minat mahasiswa akuntansi untuk berkarir sebagai akuntan publik masih relatif rendah (Azizah, 2024). Oleh karena itu, memahami persepsi mahasiswa terhadap profesi ini menjadi hal yang krusial, mengingat mereka merupakan calon tenaga profesional yang akan berkontribusi dalam industri akuntansi di masa depan (Halim, 2020).

Mahasiswa program studi akuntansi diharapkan memiliki pemahaman serta keterampilan yang memadai untuk menjadi akuntan publik yang kompeten. Namun, persepsi mereka terhadap profesi ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengalaman belajar serta materi yang diterima selama masa kuliah. Disinilah pentingnya penelitian ini untuk menggali lebih dalam tentang bagaimana pendidikan mempengaruhi pandangan mahasiswa (Amin, 2024). Febrianty, (2019) juga berpendapat persepsi terhadap profesi juga biasanya dipengaruhi oleh pengetahuan individu itu sendiri,

pengalaman dari lulusan terdahulu, atau orang sekitar, informasi dari berbagai sumber baik dari buku dan artikel yang mudah di akses secara daring ataupun luring, serta mata kuliah yang diterima melalui pembelajaran di kampus.

Mata kuliah auditing merupakan bagian integral dari kurikulum pendidikan akuntansi, yang memberikan wawasan tidak hanya tentang teori tetapi juga praktik audit. Sebelum mengambil mata kuliah auditing, mahasiswa biasanya memiliki pandangan yang cukup bervariasi terkait akuntan publik dibandingkan setelah mempelajari materi tersebut melalui mata kuliah Auditing. Perubahan persepsi ini dapat memberikan pengetahuan yang bermanfaat dalam menunjang minat dan kesiapan mahasiswa untuk berkarir di bidang ini (Saputra & Sari, 2020).

Pentingnya menganalisis persepsi mahasiswa, terutama mengingat umumnya

banyak mahasiswa menghadapi kebingungan dalam menentukan tujuan karir setelah lulus. Dengan memahami persepsi mereka, universitas dapat memperbaiki kurikulum dan meningkatkan metode dalam penyampaian materi agar lebih relevan dengan kebutuhan industri. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan panduan bagi mahasiswa baru dalam menentukan pilihan karir dan kesiapan yang lebih matang (Kusnadi, 2021).

Studi ini dilakukan di Universitas Internasional Jakarta (UIJ) yang merupakan salah satu perguruan tinggi di

Indonesia yang mengadopsi standar Internasional. UIJ sendiri berkomitmen untuk mempersiapkan lulusan dengan kemampuan kompetitif di berbagai bidang, termasuk juga keuangan dan auditing. Dengan program studi yang relevan ini sehingga menjadi penting untuk melihat bagaimana mahasiswa UIJ memandang profesi auditor. Penelitian ini akan membandingkan persepsi mahasiswa UIJ sebelum dan sesudah menempuh mata kuliah auditing, sehingga dapat terlihat sejauh mana perubahan persepsi pada mahasiswa UIJ.

Akhirnya, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang akuntansi, khususnya dalam memahami persepsi mahasiswa mengenai profesi akuntan publik baik sebelum dan sesudah mengikuti mata perkuliahan Auditing. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pengembangan kurikulum pendidikan akuntansi yang lebih baik serta meningkatkan kesadaran mahasiswa akan pentingnya profesi akuntan publik dalam masyarakat (Pramudito, 2020).

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut: (1). Bagaimana persepsi mahasiswa akuntansi Universitas Internasional Jakarta terhadap profesi akuntan publik sebelum mengikuti mata perkuliahan auditing? (2). Bagaimana perubahan persepsi mahasiswa akuntansi Universitas Internasional Jakarta setelah menempuh mata kuliah auditing? (3). Faktor apa saja dalam mata kuliah auditing yang mempengaruhi perubahan persepsi

mahasiswa terhadap profesi akuntan publik? (4). Apakah pemahaman yang diperoleh dalam mata kuliah auditing meningkatkan minat mahasiswa akuntansi Universitas Internasional Jakarta untuk berkarir sebagai akuntan publik?. Adapun penelitian ini bertujuan untuk: (1). Untuk mengetahui persepsi awal mahasiswa akuntansi Universitas Internasional Jakarta sebelum mengikuti mata kuliah Auditing. (2). Untuk mengetahui persepsi awal mahasiswa akuntansi Universitas Internasional Jakarta setelah mengikuti mata kuliah Auditing. (3). Menganalisis faktor pendukung terhadap perubahan persepsi mahasiswa Universitas Internasional Jakarta terhadap profesi auditor, khususnya setelah menempuh mata kuliah auditing. (4). Penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis apakah perubahan persepsi mampu mempengaruhi minat karir mahasiswa sehingga penulis dapat memberikan kontribusi pengembangan kurikulum pendidikan di bidang auditing dan akuntansi sehingga pendekatan dan materi pelajaran yang diberikan bisa sesuai dengan kebutuhan mahasiswa, sehingga mahasiswa lebih mampu dan siap untuk bersaing dalam dunia kerja.

METODOLOGI

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai persepsi mahasiswa akuntansi terhadap profesi akuntan publik sebelum dan sesudah mengikuti mata perkuliahan Auditing. Neuman, (2016) berpendapat, bahwa penelitian kualitatif memiliki tujuan untuk mengeksplorasi makna, pengalaman, dan

pemahaman individu terhadap suatu fenomena sosial. Disisi lain Gunawan, (2022) Menjelaskan bahwa pendekatan kualitatif digunakan untuk memperoleh gambaran yang lebih mendalam mengenai pola pikir dan persepsi sebuah individu dalam konteks tertentu.

Dalam penelitian ini, penelitian melakukan pencarian data primer untuk mengumpulkan dan memperoleh informasi yang diperlukan,(Indriyani et al., 2023). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali informasi secara lebih eksploratif mengenai bagaimana mahasiswa membentuk dan mengubah persepsi dan pemahaman mereka terhadap profesi akuntan publik setelah memperoleh pengalaman akademik melalui mata kuliah Auditing.

Penelitian ini menggunakan jenis data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber asli, untuk menjawab pertanyaan peneliti (Indriantoro & Supomo, 2018). Adapun teknik pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara dan dokumentasi

Seperti yang dijelaskan diatas pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dua metode yaitu:

1. Wawancara

Wawancara merupakan percakapan dua orang atau lebih, antara peneliti dan narasumber atau mahasiswa akuntansi dengan tujuan mendapatkan informasi. Metode ini biasa digunakan guna mendapatkan data langsung, yang melalui proses tanya jawab kepada mahasiswa akuntansi. Wawancara dilakukan secara langsung kepada mahasiswa angkatan 2021 sebanyak 3 orang dan mahasiswa akuntansi akuntansi 2022 sebanyak 5 orang. Dikarenakan jumlah setiap angkatan yang tidak terlalu banyak sehingga peneliti

mengambil seluruh populasi angkatan untuk menjadi sampel penelitian, juga kedua angkatan ini masuk dalam kriteria yang penulis butuhkan yaitu mahasiswa yang sudah menempuh mata kuliah auditing.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan kegiatan pengumpulan dan pencarian data yang berkaitan berupa catatan, transkrip, buku, majalah, agenda, notulen rapat, dan sebagainya (Arikunto, 2010). Dokumentasi yang dilakukan pun dengan pengumpulan setiap hal yang memiliki kaitan dengan proses pengumpulan data, contohnya berupa perekaman suara selama wawancara atau bukti percakapan melalui media daring bagi mahasiswa yang sedang magang. Sehingga mampu menjadi bukti bahwa penelitian yang dilakukan valid adanya.

Subjek penelitian ini merupakan mahasiswa semester 6 dan mahasiswa semester 8 Universitas Internasional Jakarta, yang telah menyelesaikan mata kuliah Auditing 1 dan Auditing 2. Peneliti telah memilih sebanyak 8 mahasiswa sebagai partisipan dengan menggunakan purposive sampling.

Teknik analisis data merupakan “Bentuk penggambaran terperinci terkait teknik apa saja yang dilakukan untuk menganalisa data yang sudah dikumpulkan”. Menurut Sanusi, (2011) menyatakan teknik analisis data berupa pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Data yang diperoleh dari wawancara mendalam dianalisis menggunakan analisis tematik. Metode ini bertujuan untuk mengidentifikasi, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan pola makna yang muncul dalam data wawancara. Menurut Salim, & Haidir, (2019), analisis tematik merupakan teknik analisis dalam penelitian kualitatif yang memungkinkan peneliti untuk

mengelompokkan data berdasarkan tema-tema utama yang muncul dari hasil wawancara.

Proses analisis data dalam penelitian dilakukan melalui beberapa tahapan berikut:

a. Transkrip Data

Mengonversi hasil wawancara yang direkam ke dalam bentuk teks untuk dianalisis lebih lanjut.

b. Reduksi Data

Menyaring dan mengelompokkan data yang paling relevan dengan fokus penelitian.

c. Identifikasi Tema

Menemukan pola utama yang muncul dalam wawancara partisipan.

d. Interpretasi Data

Menghubungkan hasil temuan dengan teori dan literatur yang relevan guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam

Dengan menggunakan metode analisis ini, penelitian diharapkan dapat menghasilkan wawasan yang lebih sistematis mengenai bagaimana mahasiswa mengalami perubahan persepsi terhadap profesi akuntan publik setelah mengikuti mata kuliah Auditing.

Untuk menjamin keabsahan dan kredibilitas data, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi sumber. Berdasarkan Sugiyono, (2020), triangulasi sumber adalah teknik validasi dalam penelitian kualitatif yang dilakukan dengan membandingkan informasi dari berbagai mahasiswa partisipan untuk memastikan konsistensi temuan. Selain itu, penelitian ini juga menerapkan member checking, yaitu proses mengkonfirmasi kembali hasil wawancara kepada mahasiswa partisipan untuk memastikan bahwa interpretasi yang dibuat oleh peneliti telah sejalan dengan pengalaman mereka. Teknik ini penting untuk meningkatkan keabsahan data serta menghindari bias dalam menganalisis penelitian.

Dengan menerapkan metode penelitian ini, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan kontribusi akademik dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi mahasiswa akuntansi Universitas Internasional Jakarta terhadap profesi akuntan publik serta bagaimana pendidikan formal memiliki peran penting dalam membentuk dan meluruskan pemahaman mahasiswa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Universitas Internasional Jakarta (UIJ)

Universitas Internasional Jakarta (UIJ) merupakan sebuah universitas swasta yang terletak di Deltamas, Cikarang Pusat, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat. Universitas ini berdiri sejak tahun 2018. Akan tetapi, pada tahun tersebut Universitas Internasional Jakarta masih berstatus Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi dan Bahasa Internasional Jakarta. UIJ baru dinyatakan sebagai Universitas sejak 7 Juni 2022 dan berada dibawah naungan Yayasan Duranno Indonesia.

Biarpun tergolong sebagai institusi yang relatif muda, Universitas Internasional Jakarta memiliki visi dan misi yang terdefinisi dengan baik yakni menjadikan UIJ sebagai universitas terkemuka di Indonesia. Dengan slogan "Let's Transform the World" yang diusung UIJ mencerminkan komitmen jelas terkait tujuan universitas ini di bangun. Komitmen ini terefleksikan dengan jelas dan nyata melalui berbagai program studi yang dirancang untuk menjadi lulusan berkualitas dengan memiliki daya saing tingkat Internasional.

Saat ini UIJ sudah memiliki enam program studi, diantaranya adalah Akuntansi, Sastra Inggris, Sastra Jepang, Teknologi Informas, Sistem Informasi, dan Desain Komunikasi Visual. Tiga program studi terakhir yang telah disebutkan merupakan program studi yang baru di buka sejak tahun 2022 dan 2023. Dengan demikian, UIJ sudah meluluskan tiga angkatan dari tiga program

studi pelopor yaitu Akuntansi, Sastra Inggris, dan Sastra Jepang.

Seluruh mahasiswa dari setiap prodi diwajibkan untuk mengikuti wajib asrama satu tahun. Program ini bertujuan untuk menanamkan nilai-nilai L.I.F.E, yaitu Love, Integrity, Faithfulness, and Excellent yang telah secara konsisten diperkenalkan, baik di kelas dan dalam kehidupan berasrama. Melalui nilai itulah, UIJ berupaya menciptakan mahasiswa yang tidak hanya unggul dalam pendidikan dan karir, tetapi juga unggul dalam menjadi generasi yang berpegang teguh kepada value kehidupan bermasyarakat.

Sebagian lulusan UIJ, khususnya dari program studi Akuntansi memilih karir sebagai akuntan publik. Lulusan ini tidak hanya berkiprah pada Kantor Akuntan Publik (KAP) nasional di Indonesia, tetapi ada juga pada Kantor Akuntan Publik (KAP) internasional di luar negeri. Fenomena ini menunjukkan bahwa UIJ berkontribusi dalam memenuhi kebutuhan tenaga akuntan publik baik di tingkat nasional dan internasional.

Profil Subjek Penelitian

Subjek Penelitian ini merupakan mahasiswa dari Universitas Internasional Jakarta. Subjek penelitian dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditentukan yaitu merupakan mahasiswa aktif Universitas Internasional Jakarta yang memiliki jurusan akuntansi, telah menyelesaikan mata kuliah pengauditan 1 dan pengauditan 2. Adapun profil subjek penelitian yang terpilih sebagai berikut.

Tabel 1. Profil Mahasiswa

Respoden	Tingkat	Gender	Waktu
Mahasiswa 1	8	Pria	29/10/2024
Mahasiswa 2	8	Wanita	30/10/2024
Mahasiswa 3	8	Wanita	04/11/2024
Mahasiswa 4	6	Pria	05/11/2024
Mahasiswa 5	6	Wanita	05/11/2024
Mahasiswa 6	6	Pria	06/11/2024
Mahasiswa 7	6	Pria	20/11/2024
Mahasiswa 8	6	Wanita	22/11/2024

Persepsi Awal Mahasiswa terhadap Profesi Akuntan Publik Pra-Studi Kuliah Auditing

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa proses perubahan persepsi mahasiswa Akuntansi Universitas Internasional Jakarta sebelum dan sesudah mengikuti mata kuliah auditing. Persepsi awal merupakan gambaran, pemahaman, atau penilaian pertama yang dimiliki setiap individu terhadap suatu objek, konsep, atau fenomena yang diterima melalui indra sebelum memperoleh sumber informasi yang lebih lanjut. Persepsi ini biasa terbentuk berdasarkan faktor-faktor seperti pengalaman, lingkungan sosial, media yang diterima individu, dan pendidikan. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada delapan mahasiswa, ditemukan bahwa mahasiswa memiliki beragam persepsi terkait profesi akuntan publik.

Salah satu faktor utama yang menyebabkan variasi dalam persepsi mahasiswa terhadap profesi akuntan publik adalah keterbatasan sumber informasi yang akurat mengenai profesi ini, khususnya sebelum mereka menempuh mata kuliah Auditing. Hal ini menyebabkan miskonsepsi. Sebagai contoh, Mahasiswa 1 mengungkapkan bahwa ia memiliki pemahaman yang keliru mengenai profesi

akuntan publik akibat ketiadaan sumber informasi. Ia membangun persepsinya sendiri berdasarkan intuisi setelah mendengar istilah “akuntan publik”, yang kemudian diasosiasikan dengan tugas akuntan secara umum, seperti pembukuan (bookkeeping). Mahasiswa 4 juga menyampaikan pemahaman yang serupa, dimana ia sebelumnya mengira bahwa profesi akuntan publik hanya berfokus pada perhitungan keuangan. Data wawancara juga semakin memperkuat bahwa keterbatasan informasi merupakan faktor utama dalam pembentukan persepsi mahasiswa. Hal ini dapat dibuktikan oleh pernyataan dari Mahasiswa 5 dan Mahasiswa 6, yang mengaku bahwa sebelum mengikuti mata kuliah Auditing mereka sama sekali tidak memiliki persepsi mengenai profesi akuntan publik karena tidak pernah menerima informasi terkait sebelumnya.

Di sisi lain, terdapat mahasiswa yang membentuk persepsinya melalui berita yang diperoleh dari media sosial, seperti Instagram dan Tik Tok, Mahasiswa 2, misalnya menyatakan bahwa ia memiliki persepsi negatif terhadap profesi akuntan publik karena pemberitaan media massa yang ia konsumsi menggambarkan adanya praktik kecurangan (fraud) dalam pelaporan keuangan. Ia mengasumsikan bahwa laporan keuangan yang disusun oleh akuntan publik tidak dapat dipercaya.

Selain itu data wawancara juga menemukan perbedaan yang mencolok pada persepsi mahasiswa yang memiliki sumber informasi yang tepat dan memadai. Beberapa mahasiswa ini memiliki pemahaman yang lebih kritis terhadap profesi ini, yang diperoleh dari lingkungan sosial dan media cetak. Mahasiswa 3, misalnya, mampu mendefinisikan profesi akuntan publik dengan mengaitkan pada tugas dan tanggung jawab yang diemban. Ia berpendapat bahwa profesi ini menuntut tingkat ketelitian yang tinggi serta independensi yang kuat. Persepsi

ini ia peroleh melalui pergaulan dengan teman-teman semasa SMA (Sekolah Menengah Atas) yang merupakan anak seorang akuntan publik serta didukung dari pencarian pribadinya di internet melalui Google. Mahasiswa 7 juga mengaitkan profesi akuntan publik dengan aspek hukum, yang ia pelajari dari buku-buku di perpustakaan, dan ia berpendapat bahwa akuntan publik memiliki peran investigatif dalam mendeteksi adanya ketidakwajaran dalam laporan keuangan. Selain faktor lingkungan dan media, keluarga juga menjadi salah satu sumber pembentukan persepsi salah satu mahasiswa terhadap profesi akuntan publik. Hal ini tercermin dari pengalaman Mahasiswa 8, yang memiliki anggota keluarga yang berprofesi sebagai akuntan. Informasi yang diperoleh dari keluarganya memberikan pemahaman yang lebih konkret mengenai tugas akuntan publik, termasuk tanggung jawabnya dalam mengevaluasi laporan keuangan.

Berdasarkan data hasil wawancara yang telah dilakukan, ditemukan bahwa sebelum mahasiswa mengikuti mata kuliah auditing, mahasiswa memiliki beragam persepsi terkait profesi ini. Persepsi inipun dibangun dari beberapa aspek seperti aspek pertemanan, media massa, keluarga, dan dari pemahaman individu itu sendiri. Secara umum persepsi ini dapat dibagi menjadi empat kategori utama: persepsi yang keliru, persepsi negatif, persepsi yang kritis, dan keterbatasan persepsi. Keempat kategori ini telah dianalisis lebih lanjut dan divisualisasikan ke dalam grafik berikut ini.



Gambar 2. Grafik Distribusi Kategori Persepsi Sebelum Mengikuti Mata Kuliah Auditing.

Sumber: Data primer yang diolah oleh peneliti.

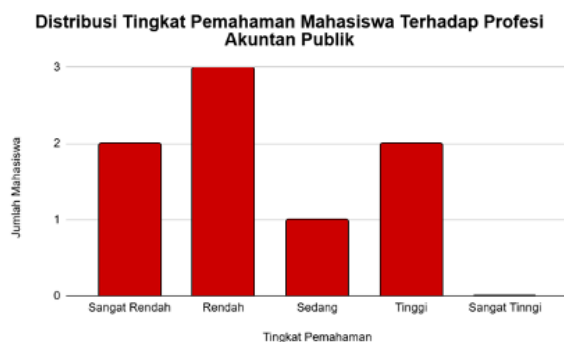
Persepsi Kritis: Didasarkan pada informasi yang memadai dan relevan dengan sumber yang terpercaya.

Persepsi Keliru: Timbul karena asumsi pribadi tanpa dasar yang benar.

Persepsi Negatif: Pandangan yang subjektif dipengaruhi oleh pemberitaan media yang bias.

Keterbatasan Persepsi: Belum memiliki gambaran..

Melalui data diagram lingkaran diatas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa yang belum mengikuti mata kuliah Auditing tidak memiliki pemahaman yang akurat mengenai profesi akuntan publik. Hal ini ditunjukkan dengan ditemukannya persepsi yang keliru, persepsi negatif, atau bahkan keterbatasan persepsi akibat tidak adanya sumber informasi yang diperoleh maupun ketidakakuratan kualitas informasi yang diterima. Selain itu peneliti juga mengklasifikasikan tingkat pemahaman mahasiswa ke dalam empat kategori utama, yaitu sangat rendah, rendah, sedang, dan tinggi. Klasifikasi ini di visualisasikan lebih lanjut dalam grafik berikut.



Gambar 3. Grafik Tingkat Pemahaman Mahasiswa Sebelum Mengikuti Mata Kuliah Auditing.

Sumber: Data primer yang diolah oleh peneliti.

Indikator pemahaman mahasiswa terhadap profesi akuntan publik diukur berdasarkan kategori berikut ini:

Sangat Rendah: Mahasiswa tidak mengetahui apapun terkait profesi ini.

Rendah: Mahasiswa memiliki sedikit pemahaman, tetapi cenderung keliru.

Sedang: Mahasiswa memiliki pemahaman dasar, tetapi masih perlu dijelaskan.

Tinggi: Mahasiswa mampu mendefinisikan dan memahami tugas serta tanggung jawab profesi akuntan publik.

Sangat Tinggi: Mahasiswa memiliki pemahaman mendalam terkait tren industri, tantangan etis, serta perkembangan profesi.

Dari data yang disajikan pada grafik diatas, dapat disimpulkan bahwa tingkat pemahaman mahasiswa cenderung berada pada kategori rendah hingga sangat rendah. Temuan ini semakin menegaskan bahwa sumber informasi yang diterima mahasiswa merupakan faktor utama dalam pembentukan pemahaman awal mereka terhadap profesi ini.

Mahasiswa dengan tingkat pemahaman sangat rendah umumnya tidak memiliki akses terhadap informasi yang relevan mengenai profesi akuntan publik. Sementara itu, mahasiswa dengan tingkat pemahaman rendah juga menghadapi kendala serupa, dimana keterbatasan sumber informasi menyebabkan mereka membangun pemahaman sendiri yang sering kali mengarah kepada miskonsepsi. Sebaliknya, mahasiswa dengan tingkat pemahaman sedang umumnya memperoleh informasi dari lingkungan keluarga yang berprofesi sebagai akuntan, sehingga memiliki gambaran yang lebih jelas mengenai profesi ini. Adapun mahasiswa dengan tingkat pemahaman tinggi cenderung memperoleh informasi dari lingkungan pertemanan serta memiliki inisiatif untuk mencari sumber belajar secara mandiri, seperti buku-buku perpustakaan.

Oleh karena itu maka hasil penelitian ini sejalan dengan teori (Bandura, 2012), yang menjelaskan bahwa proses pembelajaran

individu terjadi melalui pengamatan, interaksi antara lingkungan dan perilaku, serta hubungan interpersonal dengan individu lain.

Transformasi Persepsi Mahasiswa terhadap Profesi Akuntan Publik Pasca-Studi Auditing

Setelah mengikuti mata kuliah Auditing mahasiswa menunjukkan adanya perubahan pemahaman yang lebih mendalam terkait profesi ini. Perubahan persepsi ini mengindikasikan bahwa pendidikan formal, khususnya mata kuliah Auditing, memiliki peran penting dalam membentuk pemahaman mahasiswa secara lebih komprehensif dan akurat mengenai profesi akuntan publik. Mahasiswa mulai memperoleh wawasan dan pemahaman yang lebih mendalam mengenai peran dan tanggung jawab seorang auditor serta keterampilan yang diperlukan dalam menganalisis laporan keuangan secara profesional.

Sebagai Contoh, Mahasiswa 2 dan Mahasiswa 8 menyampaikan bahwa melalui studi kasus yang diberikan dalam bentuk worksheet di kelas, menciptakan pengalaman belajar menjadi lebih nyata dan aplikatif. Pembelajaran berbasis studi kasus ini membantu mereka memahami tugas auditor secara lebih konkret, terutama dalam mengevaluasi kewajaran laporan keuangan serta prosedur yang dilakukan dalam proses audit. Metode pembelajaran ini menciptakan lingkungan akademik yang lebih profesional dan mendorong mahasiswa untuk berpikir kritis dan menilai keabsahan suatu laporan keuangan.

Selain itu, Mahasiswa 4 dan Mahasiswa 5 mengungkapkan bahwa setelah mempelajari Auditing 1 dan Auditing 2, pandangan mereka terhadap laporan keuangan mengalami perubahan yang cukup besar. Mereka tidak lagi hanya melihat laporan keuangan sebagai sekumpulan angka, tetapi juga mulai mampu menganalisis apakah

angka-angka yang tercantum dalam laporan tersebut wajar dan sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku. Pemahaman ini menunjukkan bahwa mata kuliah Auditing telah memberikan mahasiswa keterampilan analitis yang lebih tajam dalam mengevaluasi laporan keuangan perusahaan.

Disisi lain, Mahasiswa 7 menyoroti bahwa setelah mempelajari mata kuliah Auditing, ia semakin terkesan dengan keterampilan yang diperolehnya. Ia tidak hanya mampu menyusun laporan keuangan, tetapi juga memiliki kemampuan untuk mendeteksi potensi kecurangan dalam pencatatan keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa mata kuliah Auditing tidak hanya membekali mahasiswa dengan keterampilan teknis dalam menyusun laporan keuangan, tetapi juga dengan kompetensi investigatif yang sangat diperlukan dalam praktik audit.

Sementara itu, Mahasiswa 6 menekankan bahwa peran dosen yang memiliki pengalaman sebagai akuntan publik memberikan pengaruh yang besar dalam meningkatkan pemahaman dan mengubah persepsinya terhadap profesi ini. Menurutnya, kehadiran dosen dengan latar belakang profesional dalam bidang auditing memungkinkan adanya sesi diskusi dan tanya jawab yang interaktif, sehingga mahasiswa dapat memperoleh wawasan yang lebih nyata dan praktis mengenai tantangan serta praktik dalam dunia kerja. Berbagi pengalaman langsung dari individu yang pernah bekerja sebagai auditor memberikan gambaran jelas mengenai dinamika pekerjaan di bidang akuntansi publik, sekaligus menghilangkan miskonsepsi yang mungkin dimiliki mahasiswa sebelum mempelajari mata kuliah Auditing.

Dampak mata kuliah Auditing juga dapat dilihat secara jelas melalui hasil wawancara terkait pandangan mahasiswa atau persepsi mahasiswa terhadap akuntan publik setelah mengikuti mata kuliah

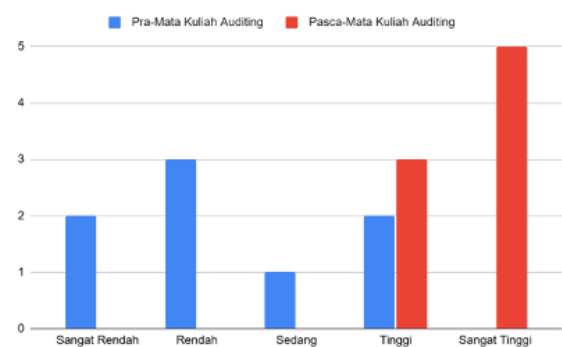
Auditing. Beberapa mahasiswa seperti Mahasiswa 1 dan Mahasiswa 4 mulai memahami bahwa akuntan publik tidak hanya berperan dalam pembukuan, tetapi bertanggung jawab dalam memastikan kewajaran tanpa pengecualian laporan keuangan melalui proses audit yang sistematis. Mereka menyadari bahwa auditor memiliki tugas utama dalam memberikan opini yang andal dalam terhadap laporan keuangan dan berperan sebagai pihak independen yang menjamin transparansi dalam bisnis.

Salah satu mahasiswa yaitu Mahasiswa 2 yang sebelumnya memiliki persepsi negatif terhadap profesi ini, dengan menganggap akuntan publik terlibat dalam praktik manipulasi keuangan, juga mengalami perubahan pandangan. Setelah mengikuti mata kuliah Auditing, mereka memahami bahwa akuntan publik justru memiliki peran penting dalam mendeteksi kecurangan dan memastikan kepatuhan terhadap standar akuntansi yang berlaku.

Selain itu beberapa mahasiswa yang sebelumnya tidak memiliki gambaran atau memiliki keterbatasan pemahaman merasa terkejut dengan tingkat kompleksitas pekerjaan seorang akuntan publik. Mahasiswa 5 dan Mahasiswa 6 menyadari bahwa tugas auditor tidak hanya memberikan opini atas laporan keuangan, tetapi juga membutuhkan ketelitian tinggi, independensi, serta kemampuan analitis yang kuat untuk mengidentifikasi potensi fraud dalam perusahaan.

Sebelum mengikuti mata kuliah Auditing, mayoritas mahasiswa memiliki pemahaman yang cenderung rendah hingga sangat rendah terhadap profesi akuntan publik. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan sumber informasi yang mereka peroleh sebelum menempuh perkuliahan formal.

Namun, setelah mengikuti mata kuliah Auditing, terjadi peningkatan signifikan dalam pemahaman mahasiswa. Grafik menunjukkan adanya pergeseran yang sangat jelas, dimana jumlah mahasiswa dengan tingkat pemahaman tinggi hingga sangat tinggi meningkat secara drastis. Hal ini mengindikasikan bahwa pembelajaran dalam mata kuliah Auditing memberikan kontribusi yang substansial dalam memperkaya wawasan mahasiswa mengenai tugas, tanggung jawab, serta peran auditor dalam menjaga transparansi dan integritas laporan keuangan perusahaan. Perubahan tersebut divisualisasikan pada grafik di bawah ini:



Gambar 4. Grafik Perbandingan Tingkat Pemahaman Mahasiswa Sebelum dan Sesudah Mengikuti Mata Kuliah Auditing.

Sumber : Data primer yang diolah oleh peneliti.

Menurut hasil wawancara, perubahan ini dapat dijelaskan melalui beberapa faktor utama.

1. Metode Pembelajaran Berbasis Studi Kasus
 - a. Mahasiswa diberikan kesempatan untuk menganalisis laporan keuangan secara langsung, sehingga mereka memahami bagaimana proses audit dilakukan dalam praktik.

- b. Studi kasus memungkinkan mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan analitis dalam mengevaluasi kewajaran pada laporan keuangan.
2. Keterlibatan Dosen dengan Pengalaman Profesional
 - a. Kehadiran dosen yang memiliki latar belakang sebagai auditor memungkinkan mahasiswa memperoleh wawasan yang lebih nyata mengenai dunia kerja.
 - b. Melalui sesi diskusi dan berbagai pengalaman, mahasiswa dapat memahami tantangan yang dihadapi oleh akuntan publik di dunia nyata.
3. Pendekatan Analitis dalam Pembelajaran
 - a. Mahasiswa tidak hanya diajarkan konsep teoritis, tetapi juga diberikan pelatihan dalam mengevaluasi laporan keuangan.
 - b. Kemampuan analitis ini membuat mahasiswa lebih kritis dalam memahami peran auditor sebagai pihak independen yang memberikan opini terhadap kewajaran laporan keuangan.

Dari hasil olahan data wawancara ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa kombinasi antara metode pembelajaran berbasis studi kasus, keterlibatan aktif dosen dengan pengalaman profesional, serta pendekatan analitis dalam memahami laporan keuangan berkontribusi secara signifikan dalam membentuk pemahaman mahasiswa terhadap profesi akuntan publik. Peneliti juga memvisualisasikan perbandingan tingkat pemahaman mahasiswa sebelum dan sesudah mata kuliah auditing melalui grafik garis berganda. Visualisasi ini bertujuan untuk mengukur tingkat signifikansi peningkatan

pemahaman mahasiswa setelah memperoleh pembelajaran dalam mata kuliah tersebut.



Gambar 5. Grafik Perbandingan Tingkat Pemahaman Mahasiswa Sebelum dan Sesudah Mengikuti Mata Kuliah Auditing untuk Melihat Signifikansi Perubahan.

Sumber : Data primer yang diolah oleh peneliti.

Secara keseluruhan, grafik ini memperlihatkan bahwa mata kuliah Auditing telah berhasil mengubah perspektif mahasiswa, dari yang sebelumnya memiliki pemahaman terbatas menjadi lebih kritis dan analitis terhadap profesi akuntan publik. Peningkatan ini juga menunjukkan bahwa pendidikan formal memiliki peran yang sangat krusial dalam membangun kompetensi calon auditor yang lebih siap menghadapi tantangan di dunia profesional. Maka hal ini sejalan dengan pendapat sabrini (2021) terkait persepsi dapat timbul dari sebuah proses yang dialami seorang individu.

Peran Mata Kuliah Auditing Terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Akuntan Publik

Mata kuliah Auditing tidak hanya berkontribusi dalam peningkatan pemahaman mahasiswa, tetapi juga berpengaruh terhadap minat mereka dalam meniti karir sebagai akuntan publik. Beberapa mahasiswa yang sebelumnya tidak mempertimbangkan profesi ini sebagai pilihan karier mulai menunjukkan ketertarikan setelah memahami peran dan tanggung jawab seorang auditor.

Setelah menyelesaikan mata kuliah Auditing, mahasiswa memperoleh

pemahaman yang lebih mendalam mengenai prospek karir di bidang ini, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi minat mereka untuk meniti profesi sebagai auditor. Sebagai contoh, Mahasiswa 1 menyatakan bahwa ketertarikannya terhadap profesi sebagai auditor muncul setelah mengetahui rata-rata penghasilan yang tinggi dalam profesi tersebut dari pengalaman nyata dosen Auditing yang berprofesi sebagai akuntan. Pernyataan serupa diungkapkan oleh Mahasiswa 7 dan Mahasiswa 8, sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor finansial berperan penting dalam membentuk preferensi karir seseorang.

Namun, motivasi untuk memasuki profesi auditor tidak semata-mata didasarkan pada faktor finansial. Mahasiswa 2 dan Mahasiswa 4 misalnya, lebih mempertimbangkan prospek karir yang menjanjikan dalam bidang ini setelah mendengar pengalaman dari salah satu dosen yang berprofesi sebagai auditor. Mereka berpendapat bahwa permintaan terhadap auditor tetap tinggi di berbagai organisasi, baik swasta maupun pemerintahan, mengingat peran auditor yang krusial dalam memastikan transparansi, akuntabilitas, serta kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku.

Disisi lain, Mahasiswa 3 dan Mahasiswa 5 menunjukkan ketertarikan terhadap profesi auditor karena menilai bahwa pekerjaan ini memiliki tingkat kompleksitas serta tantangan yang tinggi. Mereka menganggap bahwa peran auditor dalam mengungkap praktik manipulasi keuangan dalam perusahaan merupakan aspek menarik dari profesi ini. Selain itu, mereka menyoroti pentingnya tiga sikap utama dalam menjalankan profesi auditor, yaitu independensi, tanggung jawab, dan ketepatan dalam melakukan analisis keuangan.

Meskipun demikian, tidak semua mahasiswa tertarik untuk berkarir sebagai auditor meskipun telah menempuh mata kuliah Auditing. Salah satu mahasiswa menyampaikan bahwa ia tetap tidak berminat memasuki bidang ini karena tekanan kerja yang tinggi, besarnya tanggung jawab yang harus diemban, serta potensi ancaman terhadap independensi seorang auditor. Hal ini menunjukkan bahwa selain daya tarik profesi, terdapat pula tantangan yang dapat menjadi pertimbangan utama dalam keputusan karir seseorang.

Faktor utama yang mempengaruhi minat mahasiswa terhadap profesi akuntan publik meliputi:

1. Prospek Karir yang Menjanjikan
Beberapa mahasiswa menyatakan bahwa mata kuliah Auditing membuka wawasan mereka mengenai jenjang karir di bidang akuntansi
2. Pengaruh Dosen dan Lingkungan
3. Kompleksitas dan Tantangan Pekerjaan
4. Faktor Finansial

Namun, tidak semua mahasiswa memiliki minat untuk menjadi akuntan publik setelah mengikuti mata kuliah Auditing. Beberapa mahasiswa tetap memilih jalur karir lain dalam bidang akuntansi, seperti bekerja di bidang ini perpajakan atau sektor keuangan lainnya. Mereka merasa bahwa profesi akuntan publik memiliki tantangan yang cukup besar, seperti tekanan kerja yang tinggi dan tuntutan untuk selalu bekerja secara independen.

Secara keseluruhan, hasil wawancara mengindikasikan bahwa kuliah Auditing memiliki peran yang sangat signifikan dalam memperluas dan memperdalam pemahaman mahasiswa mengenai profesi akuntan publik. Selain itu mata kuliah ini tidak hanya memberikan wawasan teoritis dan praktis

yang lebih komprehensif tentang tugas dan tanggung jawab seorang auditor, tetapi juga berkontribusi dalam membentuk persepsi mahasiswa terhadap profesi tersebut. Disisi lain, pemahaman yang diperoleh dari mata kuliah Auditing turut mempengaruhi keputusan mereka dalam mempertimbangkan kemungkinan berkarir sebagai seorang auditor di masa depan.

KESIMPULAN

Melalui Penelitian ini persepsi mahasiswa terhadap profesi juga dapat dipengaruhi oleh pengetahuan individu itu sendiri, pengalaman dari lulusan terdahulu, atau orang sekitar, informasi dari berbagai sumber baik dari buku dan artikel yang mudah di akses secara daring ataupun luring, serta mata kuliah yang diterima melalui pembelajaran di kampus. Secara keseluruhan wawancara menunjukkan bahwa persepsi awal tentang profesi akuntan publik sangat bervariasi, dipengaruhi oleh pengetahuan dan pengalaman sebelumnya yang diterima dari lingkungan sekitar yang dimana sebagian besar persepsi itu kurang tepat dan tidak komprehensif. Namun, dengan adanya proses belajar mata kuliah auditing secara signifikan mampu merubah pandangan setiap Mahasiswa, juga memberikan pemahaman yang lebih dalam terkait pentingnya akuntabilitas dan transparansi dalam profesi ini. Pandangan para Mahasiswa juga berkembang ke arah yang lebih luas, mencakup aspek analisis resiko, deteksi fraud, serta pentingnya independensi auditor. Grafik perbandingan tingkat pemahaman sebelum dan sesudah perkuliahan menunjukkan peningkatan yang mencolok, di mana mahasiswa yang sebelumnya memiliki kecenderungan pemahaman sedang kerendah kini mengalami peningkatan dengan kecenderungan tinggi ke sangat tinggi.

Implikasi praktis dari temuan ini menyatakan bahwa pentingnya pendidikan

berbasis kasus dan pengalaman nyata untuk memperkuat dan membangun pemahaman mahasiswa tentang profesi yang akan mereka geluti. Faktor- faktor yang berkontribusi terhadap perubahan ini antara lain:

1. Metode pembelajaran berbasis studi kasus yang memberikan pengalaman dalam menganalisis laporan keuangan.
2. Keterlibatan dosen dengan pengalaman profesional yang memperkaya pemahaman mahasiswa melalui diskusi terkait realita lapangan.
3. Pendekatan analitis dalam pelajaran yang mendorong mahasiswa untuk berpikir kritis terhadap informasi yang diperoleh dalam proses audit.

Selain itu penelitian ini juga menemukan bahwa dukungan lingkungan sosial dan akademik menjadi faktor pendukung utama dalam membentuk motivasi dan minat terhadap profesi akuntan publik. Beberapa mahasiswa menunjukkan peningkatan ketertarikan untuk berkarir sebagai auditor setelah memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai tantangan intelektual dan pentingnya peran auditor dalam dunia bisnis. Pemahaman ini memungkinkan mereka melihat prospek karir yang menjanjikan serta potensi finansial yang ditawarkan oleh profesi akuntan publik, sehingga semakin memperkuat minat mereka untuk menekuni bidang ini.

Meskipun demikian, terdapat juga mahasiswa yang tetap tidak berminat menjadi akuntan publik karena tekanan kerja yang tinggi serta kompleksitas tanggung jawab yang diemban oleh auditor. Namun secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa mata kuliah Auditing tidak hanya berperan dalam meningkatkan pemahaman mahasiswa, tetapi juga dapat menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan mereka dalam menentukan jalur karir di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2025). *Indonesia mencatat pertumbuhan ekonomi yang stabil*.
<https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2025/02/05/2408/ekonomi-indonesia-tahun-2024-tumbuh-5-03-persen--c-to-c---ekonomi-indonesia-triwulan-iv-2024-tumbuh-5-02-persen--y-on-y---ekonomi-indonesia-triwulan-iv-2024-tumbuh-0-53-persen--q-to-q--.html>
- Medina, A. F. (2024). *Auditing and Compliance in Indonesia: What's New for 2025*. Aseanbriefing.
<https://www.aseanbriefing.com/news/audit-compliance-indonesia-guide-for-foreign-investors/>
- Nurul Azizah. (2024). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENJADI AKUNTAN PUBLIK (STUDI PADA MAHASISWA AKUNTANSI DI PTN SE-BANDUNG RAYA)*. 2.
- Prof Dr Drs Antonius Herusetya. (2023). *Guru Besar sebut Indonesia masih kekurangan akuntan publik*. Antara News.
[https://www.antaranews.com/berita/3806781/guru-besar-sebut-indonesia-masih-kekurangan-akuntan-publik#:~:text=Jumlah akuntan publik kita masih,di Tangerang%2C Banten%2C Jumat](https://www.antaranews.com/berita/3806781/guru-besar-sebut-indonesia-masih-kekurangan-akuntan-publik#:~:text=Jumlah%20akuntan%20publik%20kita%20masih%20di%20Tangerang%20Banten%20Jumat).
- Pusat Pembina Profesi Keuangan (PPPK). (2024). *Jumlah Akuntan Publik Minim*. FEB.UGM.
<https://feb.ugm.ac.id/id/berita/4845-jumlah-akuntan-di-indonesia-masih-minim>
- Amin, R. (2024). *Pendidikan Interprofesional (IPE) dalam Meningkatkan Persepsi dan Kesiapan Mahasiswa untuk Berkolaborasi: Literature Review*. 0.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Bandura, A. (2012). The Mediating Role of Self-Esteem on the Relationship between Teachers Students Interaction and Students Academic Achievement of Wolaita Sodo University Students. *Business & Economics*.
- Febrianty. (2019). *MANAJEMEN BISNIS: KONSEP DAN STRATEGINYA* (Vol. 11, Issue 1). CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Gunawan, I. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Bumi Aksara.
- Halim, A. (2020). Pengaruh Kompetensi dan Independensi Auditor Terhadap Kualitas Audit dengan Etika Auditor sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 11(2), 139–155.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Andi.
- Indriyani, K., Siregar, J. L., & Ramananda, D. (2023). Dampak Covid-19 Terhadap Pendapatan Pedagang Kecil Bidang Kuliner Di Cikarang Utara, Kab. Bekasi pada Era New Normal. *Jurnal Maneksi*, 12(1), 170–175.
<https://doi.org/10.31959/jm.v12i1.1373>
- Kementerian Keuangan. (2021). *Indonesia Memiliki Jumlah ASEAN CPA Terbanyak dan Diprediksi Memperoleh Bonus Demografi, Kepala PPPK: Kuantitas Harus Dibarengi Kualitas*.
- Mudhofar, M., & Wibisono, Y. (2024). OPTIMALISASI PRAKTIK MANAJEMEN KEUANGAN MASJID SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KEMAKMURAN MASJID. *Jurnal Abdi Panca Marga*, 5(1), 127–135.
- Neuman, W. L. (2016). *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif (edisi ke-7)*. PT Indeks.
- Pramudito, A. (2020). Peran Akuntan Publik dalam Meningkatkan Transparansi

Keuangan di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 15(2), 123–135.

- Salim, A., & Haidir. (2019). *Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan, dan Jenis*. Kencana.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Saputra, R., & Sari, D. (2020). Penyesuaian Diri Mahasiswa terhadap Tuntutan Belajar di Perguruan Tinggi (Studi Mahasiswa Fakultas Tarbiyah IAIN Curup Angkatan 2019). *Doctoral Dissertation, Institut Agama Islam Negeri Curup*.
- Setditjen Dikti, K. (2020). Higher Education Statistical Year Book 2020. *Directorate General of Higher Education, Ministry of Education And Culture, Republic of Indonesia*, 2528–025, 300.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.

BUSINESS PROCESS MODELING OF INDONESIAN HUMAN MILK BANK BASED ON BANK FRAMEWORK USING BPMN - CASE STUDY: LACTASHARE

Wahyuningdiyah, Neny¹, Mahananto, Faizal², Arvitrida, Niniet³

Institut Teknologi Sepuluh Nopember

neny.wahyuningdiyah@gmail.com

Abstract: In Indonesia, human milk sharing initiatives have yet to adequately implement the donor process in accordance with medical standards, government regulations, and Islamic law. It is imperative to employ the BANK framework developed by the PATH organization to model the human milk donor business process. The present study employs a comparative method, integrating qualitative and quantitative analysis, to compile a model from various national and global regulatory sources and religious law which visualized through BPMN diagrams, derived from a case study conducted at Lactashare. The simulation findings demonstrate the efficacy and efficiency of the proposed model in comparison to the existing method, with potential savings of up to 32% in total fixed expenses and an operational enhancement of 18 hours and 48 minutes. However, to ensure the validity of the results, a comparison with those obtained using more advanced tools and techniques is necessary. Collaboration among human milk banks in Muslim countries is encouraged to facilitate the exchange of best practices, support research initiatives, and assist policymakers in formulating policy solutions that align with religious law while ensuring the smooth operation of human milk banking.

Keywords: BANK (Base, Awareness & Advocacy, Network, Key Protocols) framework, Business Process Modeling and Notation (BPMN), Human Milk Bank

INTRODUCTION

The practice of formal human milk donation in Indonesia typically occurs in hospitals equipped with a Neonatal Intensive Unit (NICU). However, informal donation sites can also be found throughout communities (Nofitasari, 2021). These communities use various forms of social media to disseminate information about their donation activities. These informal practices pose significant health risks to infants receiving donor human milk. The milk is likely to be contaminated with infectious diseases carried by the donor mother and may contain bacteria or microbes due to improper handling during pumping, storage, and transportation.

Moreover, the use of human milk from multiple donor mothers complicates the identification of the donor mother's origin. In Islamic law, the two families involved in the human milk donation process become siblings, who are prohibited from marrying each other. Therefore, it is essential to store and manage donor and recipient data accurately. In Indonesia, a foundation, known as Lactashare, has been managing donor human milk since 2018. This non-governmental organization (NGO) is a pioneer in the realm of formal milk sharing activities. Lactashare operates in accordance with Islamic law, as outlined in Majelis Ulama Indonesia (MUI) fatwas and global medical guidelines related to the donor human milk process (Atika Nur

Annisa, 2021; M. Taufiq Agiel & Putra, 2022).

Despite the efforts made, there are several other significant requirements stipulated by the guidelines of donor human milk management organizations that have yet to be fully implemented by Lactashare and other informal milk sharing practitioners in Indonesia. It is necessary to undertake the following: 1). Develop a model for the human milk donor business process that adheres to health guidelines, government regulations in Indonesia, and Islamic law; 2). Evaluate the created model to refine and validate it. The proposed model is imperative to ensure the safety and quality of donated human milk, prevent the transmission of infectious diseases, maintain the nutritional and immunological content of human milk and storing a database of human milk donors and recipients and using it wisely for human milk donation purposes. This will provide infants in need with high-quality human milk while respecting cultural, religious contexts and government regulations.

The objective of this research is to utilize the BANK framework (Base, Awareness & Advocacy, Network, and Key Protocols) to model the human milk donor process in accordance with these three regulations. The BANK framework was initiated by the Program for Appropriate Technology in Health (PATH) in 2013. It provides guidance in establishing fundamental requirements and developing a comprehensive mission for milk banks to provide safe donor human milk that saves infants' lives. Numerous studies have underscored the

pivotal role of human milk banking in enhancing infant health, particularly among premature and at-risk infants. The present study emphasizes the necessity for a structured framework and standard practices in human milk banking, which closely align with the principles outlined by the BANK framework developed by PATH (DeMarchis et al., 2017; Santos & Perrin, 2022). The establishment of human milk banks in Indonesia must proceed without conflict, as in Pakistan, where differences of opinion among communities contributed to the failed establishment of the first human milk bank at the Sindh Institute of Child Health and Neonatology (SICHN) in Korangi, Karachi (Nasir, 2024).

METHODOLOGY

This research employs a comparative study method, integrating qualitative and quantitative analysis, to develop a model derived from various sources of national and global regulations, as well as religious laws. The results of the qualitative analysis are utilized in the simulation process, while the results of the quantitative analysis are employed in model creation. The research process involved the following stages: literature review, field study, data collection, gap analysis, model creation, and testing and evaluation.

Literature Review

The comprehensive literature review encompasses an examination of extant research, comprising literature from diverse sources such as books, academic journals, and prior studies. The review focuses on topics related to Donor Human Milk (DHM), Human Milk Bank (HMB), Lactashare, Framework

BANK, and Business Process Modeling and Notation (BPMN).

Field Study

A field study was conducted by researcher at the Human Milk Donor Foundation, Lactashare, located in Malang. The primary activities of Lactashare include the collection, processing, and distribution of human milk from donors to recipients in accordance with medical and religious principles, particularly Islam. The field studies were conducted to provide a detailed picture of the issues being raised in this research. The three principles that were of particular concern were to be modeled in the human milk donation process.

Data Collection

The data collection process was methodically executed in phases, entailing oral and written interviews with the founder and several expert staff members of Lactashare who oversee the management of donor, recipient, and matching data. This period of data collection spanned from August 2023 to April 2024. The dataset employed in the matching process was derived from primary data sourced from Lactashare. Additionally, the researcher obtained data on the current business process of operating human milk donors at Lactashare, including the steps, personnel involved, and tools used.

Gap Analysis

The researchers summarized the similarities and differences in the recommendations used to meet international health standards, which were obtained from several global organizations, namely: World Health Organization (WHO), National Institute for Health and Clinical Excellence

(NICE), Human Milk Banking Association of North America (HMBANA), European Milk Banking Association (EMBA), and Program for Appropriate Technology in Health (PATH). To ensure the safety and quality of human milk donations in Indonesia, human milk donor operators must align these guidelines with regulations issued by the Indonesian government. Additionally, a comparative analysis of fatwas, resolutions, and recommendations issued by organizations authorized to issue fatwas related to Islamic law in Malaysia, Singapore, Europe, the Arabian Peninsula, and Egypt was conducted. The final step in this phase is to identify the BANK framework and map Lactashare's business processes to that framework.

Model Creation

The initial step involves comprehending the four primary components constituting the BANK framework: Base, Awareness & Advocacy, Network, and Key Protocols. Subsequently, a mapping process was undertaken, wherein medical standards, MUI fatwas, and government regulations were juxtaposed with the BANK framework. This mapping was facilitated using BPMN (Business Process Management) diagrams. Thereafter, the researcher developed a proposed model in the form of a BPMN diagram, employing the Bizagi Modeler 4.0 tool. During the model's development, the researcher engaged in communication and deliberation with Lactashare's founder. These results are in accordance with the hypothesis that the proposed model can be used as a guideline for the operation of human milk banks in Indonesia or other countries.

Testing and evaluation

This evaluation involves a meticulous simulation and analysis process. The

utilization of business process simulation is instrumental in the post-design or -redesign phase of process development. This simulation enables a comprehensive evaluation of process efficiency prior to implementation. During the simulation process, researchers meticulously collect data on process performance indicators such as cycle time, resource utilization, and throughput. Subsequent to this, several scenarios are systematically compared to assess the impact of modifications and identify the optimal process configuration. Consequently, an analysis is conducted to interpret the data generated by the simulation.

RESEULTS AND DISCUSSION

Proposed Business Process Modeling

The development of a business process model for operating a human milk bank in Indonesia that complies with medical regulations, government regulations, and Islamic law involves the integration of existing business processes at the Lactashare foundation with guidelines established by human milk bank associations and international health organizations. This approach encompasses the integration of business processes currently operational within the Lactashare foundation, complemented by guidelines from prominent human milk bank associations and international health organizations, including HMBANA (North America), EMBA (Europe), and NICE (UK). Additionally, the model draws upon best practices in human milk bank operations from countries such as Brazil, France, India, Poland, and Vietnam, aligning with the BANK (Base, Awareness & Advocacy, Network, and Key Protocols) framework and muslim scholar fatwas.

Figure 1 below is a BPMN diagram from Bizagi Modeler version 4.0 that illustrates the proposed model for the human

milk donation process at the human milk bank, which can be emulated and implemented by human milk banks that will operate in Indonesia.



Gambar 1. Proposed Model for Human Milk Donation Process in Indonesia

Proposed Model Simulation Results Analysis

The researchers conducted three types of simulations: process validation, time analysis, and resource analysis. Following the establishment of the parameters for each process, the simulation can be executed on Bizagi Modeler. The results demonstrate a discrepancy in resource utilization and the overall process between the existing process and the proposed model.

Resource Utilization

A comparison of the two business processes reveals a discrepancy in the number of human resources allocated to each. The proposed model stipulates that human resources assigned to ASI bank are to be specialized according to best practices in ASI bank organizations worldwide. Conversely, the staff working at Lactashare are collectively referred to as customer service, despite the presence of distinct job descriptions. The following section presents the results of resource utilization in both the existing and proposed models, simulated over a duration of 30 days (1 month).

Tabel 1. Utilization in Existing Process
(Lactashare)

Resource	Utilization	Total fixed cost	Total unit cost	Total cost
Doctor/ Lactation Counselor	12.22%	Rp 6,600,000	Rp -	Rp 6,600,000
Customer Service 2	77.11%	Rp 8,970,000	Rp -	Rp 8,970,000
Customer Service 3	87.69%	Rp 2,895,000	Rp -	Rp 2,895,000
Customer Service 5	92.82%	Rp 420,000	Rp -	Rp 420,000
Customer Service 6	62.50%	Rp 4,035,000	Rp -	Rp 4,035,000
Total		Rp 22,920,000	Rp -	Rp 22,920,000

Tabel 2. Resource Utilization in Proposed Model

Resource	Utilization	Total fixed cost	Total unit cost	Total cost
Courier	31.39%	Rp 1,130,000	Rp -	Rp 1,130,000
HSE (Health, Safety & Environment) Staff	99.17%	Rp 1,530,000	Rp -	Rp 1,530,000
Nutritionist	94.77%	Rp 450,000	Rp -	Rp 450,000
Lactation Physician/Cou nselor	60.00%	Rp 10,500,000	Rp -	Rp 10,500,000
Neonatologist	54.58%	Rp 6,400,000	Rp -	Rp 6,400,000
Administration Staff	21.76%	Rp 4,230,000	Rp -	Rp 4,230,000
Digital Marketing Staff	27.78%	Rp 5,000,000	Rp -	Rp 5,000,000
IT Staff	31.67%	Rp 5,350,000	Rp -	Rp 5,350,000
Legal Staff	46.67%	Rp 350,000	Rp -	Rp 350,000
Laboratory Staff	94.77%	Rp 450,000	Rp -	Rp 450,000
Total		Rp 35,390,000	Rp -	Rp 35,390,000

Description of each column in table 1 & 2:

- Utilization: Shows the percentage of time the resource is busy during the simulation. The utilization calculation uses the following formula:

$$\frac{\text{Utilization (Total processing time by resource)}}{\text{Total available time}} (\%) \times 100\% = \quad (1)$$

- Fixed cost: The cost generated each time the resource processes a token in a task, regardless of the time spent.
- Cost per hour: The cost generated for each hour the resource is used in a task, regardless of the number of tokens processed.

Total fixed cost: Shows the fixed cost component for using the resource, where instances started is the number of tokens to be processed.

$$\text{total fixed cost} = \text{activity cost} \times \text{instances started} \quad (2)$$

- Total unit cost: Shows the variable cost component for using the resource.
- Total cost: Shows the total cost of using the resource

$$\text{total cost} = \text{total fixed cost} + \text{total unit cost} \quad (3)$$

A comparison of the total cost in Table 1 with Table 2 reveals that the human milk bank business process model proposed by the researcher necessitates an increased allocation of human resources. This adjustment is made in accordance with the recommendations outlined in the BANK framework, which stipulates the employment of personnel with expertise in the health sector, particularly in the domains of breastfeeding activities and human milk donation. It is imperative to consider the utilization of human resources to ensure that staff members do not experience burnout due to excessive workload. Excessive resource utilization can adversely impact the performance and quality of service to donors and recipients, as well as other relevant parties, thereby indirectly affecting the performance of the human milk bank. While the proposed model necessitates a considerable investment in resources, this aligns with the BANK framework,

particularly with regard to the stipulation of training and capacity building as a prerequisite for the establishment of a human milk bank.

Business Process

Tables 3 and 4 represent the whole business process, which is the next topic of discussion in the simulation findings.

Tabel 3. Simulation Results of Existing Model (Lactashare)

Name	Type	Instances completed	Instances started	Min. time (m)	Max. time (m)	Avg. time (m)	Total time (m)	Total fixed cost
Human Milk Donation Process at Lactashare	Process	30	200	130	40572	11497.4	4860030	Rp25,135,000
Donor Registration	Task	109	109	0	0	0	0	Rp-
START	Start event	200						
Recipient Registration	Task	91	91	0	0	0	0	Rp-
Pasted?	Gateway	88	88					
Distribution of donor human milk	Task	181	181	1560	22850	10740.1105	1943960	Rp9,050,000
Pasteurization and storage of donor human milk	Task	181	181	0	0	0	0	Rp-
Pasted?	Gateway	112	112					
Giving to baby	Task	181	181	0	0	0	0	Rp-
Sending human milk to Lactashare	Task	93	93	0	0	0	0	Rp-
Receiving & storing donor human milk	Task	93	93	2350	8130	6474.408602	602120	Rp1,860,000
FINISHED	End event	19						
Recording the provision of donor human milk	Task	27	28	1440	33420	16384.4444	442380	Rp700,000
Receiving booklet & certificate of nursing sibling	Task	11	11	0	0	0	0	Rp-
Therapy/treatment according to doctor's recommendation	Task	0	0	0	0	0	0	Rp-
Checking registration data	Task	200	200	10	2251	1114	222800	Rp1,000,000
Donor / Recipient?	Gateway	200	200					
Exclusive Gateway	Gateway	200	200					
FINISHED	End event	0						
FINISHED	End event	11						
Parallel Gateway	Gateway	11	11					
Parallel Gateway	Gateway	11	11					
Are the recipient baby's needs met?	Gateway	27	27					
Donor Interview	Task	112	112	120	5370	3552.678571	397900	Rp2,800,000

Name	Type	Instances completed	Instances started	Min. time (m)	Max. time (m)	Avg. time (m)	Total time (m)	Total fixed cost
Recipient Interview	Task	88	88	60	3110	1587.045455	139660	Rp2,200,000
Matching donor-recipient profiles	Task	181	181	1140	7610	5274.088398	954610	Rp4,525,000
Issuing booklet & certificate of breastfeeding milk-kinship	Task	11	12	7320	21660	14236.36364	156600	Rp3,000,000

Tabel 4. Simulation Results of Proposed Model

Name	Type	Instances completed	Instances started	Min. time (m)	Max. time (m)	Avg. time (m)	Total time (m)	Total fixed cost
Proposed Model of Human Milk Donor Process in Indonesia	Process	69	200	159	36638	10369.56232	1940113	Rp17,010,000
START	Start event	200						
Donor & Recipient Recruitment	Task	200	200	60	11801	5930.5	1186100	Rp2,000,000
Donor/Recipient?	Gateway	200	200					
Donor Registration	Task	114	114	0	0	0	0	Rp-
Recipient Registration	Task	86	86	0	0	0	0	Rp-
Sending human milk to Human Milk Bank	Task	99	99	120	1090	550.6060606	54510	Rp2,970,000
Storing donor human milk	Task	22	22	40	16235	2144.090909	47110	Rp440,000
END	End event	15						
Passed?	Gateway	114	114					
=Passed?	Gateway	86	86					
END	End event	40						
Storing donor human milk	Task	14	14	0	0	0	0	Rp-
Giving donor human milk to baby	Task	14	14	0	0	0	0	Rp-
Are recipient baby's needs met?	Gateway	14	14					
Monitoring donor human milk provision	Task	14	14	1440	18600	10020	140280	Rp330,000
Receiving Sibling Booklet & Certificate	Task	14	14	0	0	0	0	Rp-
Receiving Sibling Booklet & Certificate	Task	14	14	0	0	0	0	Rp-
Therapy/treatment as recommended by doctor	Task	40	40	15	135	26.25	1050	Rp1,000,000
END	End event	14						
Parallel Gateway	Gateway	14	14					
Parallel Gateway	Gateway	14	14					
Recipient Interview	Task	86	86	60	310	80.9887209	6965	Rp2,150,000
Donor Interview	Task	114	114	30	220	42.06140351	4795	Rp2,850,000
Processing donor human milk	Task	14	15	2880	59200	20192.14286	281850	Rp750,000
Distributing donor human milk	Task	14	14	13400	14960	13933.21429	195345	Rp700,000
Issuing Booklet & Certificate of Breastfeeding Milk-kinship	Task	14	14	1440	1440	1440	20160	Rp3,500,000
Matching donor-recipient profiles	Task	60	60	10	270	31.5	1890	Rp300,000

Description of each column in table 3 & 4:

- Name: Identifying a specific BPM form whose results are displayed.
- Type: Identifying the type of BPM form element.
- Instances completed: Indicates the number of tokens processed during the simulation.

- Instances started: Indicates the number of tokens that arrived at each task.
- Minimum time: Indicates the minimum amount of time the simulated token remains in the BPM form before being processed.
- Maximum time: Indicates the maximum amount of time the simulated token remains in BPM form before being processed.
- Average time: Indicates the average amount of time simulation tokens remain in the BPM form before being processed.
- Total fixed cost: Indicates the total cost of performing the task during the simulation according to the formula (3).

The simulation process has demonstrated that the proposed standardized human milk donor business process model is both effective and efficient, with a total fixed cost reduction of 32% for the entire process. Furthermore, the proposed model exhibits a faster completion time for a single cycle of human milk donation, with an average of 18 hours and 48 minutes, as compared to the existing process. The model has been shown to ensure the quality and safety of human milk in accordance with the BANK framework. However, the researcher observed variability in the instances, instances initiated, and times presented in the simulation results when multiple simulations were conducted using Bizagi Modeler. This variability can lead to changes in the final simulation results, suggesting the need for a more comprehensive and accurate approach to ensure the reliability of the results. To ensure the reliability of the results, it is essential to employ more robust tools for testing and evaluating the human milk donor

business process within the proposed model. The most accurate testing and evaluation can be conducted once the human milk donation process at this human milk bank is fully operational in Indonesia.

CONCLUSION

The utilization of BPMN diagrams in the depiction of the human milk donor process facilitates the comprehension of the business flow by stakeholders lacking technical backgrounds. The implementation of a standardized human milk donation process is anticipated to rectify the deficiencies that have been observed in both formal and informal human milk donation processes currently in operation in Indonesia. By formulating a comprehensive business process model for human milk banks that aligns with international health standards while adhering to Islamic religious laws, Indonesia can ensure the well-being of newborns, guarantee the safety and quality of donated human milk, and address the cultural and religious sensitivities of the Muslim community.

The simulation has demonstrated a 32% reduction in total fixed costs when compared to the human milk donation process currently employed at the Lactashare Foundation. The simulation requires an average of 7 days, 4 hours, and 49 minutes to complete a single cycle of the human milk donation process, which is only 18 hours and 48 minutes longer than the process utilized at Lactashare. It is crucial to note that the simulation results are merely representative and must be validated through additional simulations employing different tools to ensure the attainment of more precise outcomes. The novel human milk donor model adheres to the BANK framework, which prioritizes the safety and quality of human milk. Consequently,

complying with stringent standards at each stage of human milk donation, including collection, processing, and distribution, is imperative. This model necessitates the expertise of professionals with specialized competencies in the domain of human milk donation and breastfeeding, such as physicians, lactation counselors, neonatologists, nutritionists, HSE staff, and laboratory personnel.

The integration of international guidelines with local and religious regulations has the potential to influence various aspects of management, including operational efficiency, adherence to regulations, stakeholder trust, and organizational effectiveness.

REFERENCE

- A global implementation framework for establishing an effective human milk bank program. (2019). *Www.Path.Org*. <https://www.path.org/who-we-are/programs/maternal-newborn-child-health-and-nutrition/strengthening-human-milk-banking-resource-toolkit-0/>
- Atika Nur Annisa. (2021). *Rekontekstualisasi Radha'ah di Era Digital (Studi Donor ASI di Lactashare)*.
- TAHKIM, 17(1), 16–31. <https://doi.org/10.33477/thk.v17i1.1291>
- Conte, É., & Walentowitz, S. (2023). Ties of Milk in Kinning Processes Modulated by Islamic Jurisprudence. In *Ties of Milk in Kinning Processes Modulated by Islamic Jurisprudence* (pp. 355–380). De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110767506-021>
- DeMarchis, A., Israel-Ballard, K., Mansen, K. A., & Engmann, C. (2017). Establishing an integrated human milk banking approach to strengthen newborn care. *Journal of Perinatology*, 37(5), 469–474. <https://doi.org/10.1038/jp.2016.198>
- Herson, M., & Weaver, G. (2024). A comparative review of human milk banking and national tissue banking programs. *Maternal and Child Nutrition*, 20(54). <https://doi.org/10.1111/mcn.13584>
- Jayagobi, P. A., Ong, C., Pang, P. C. C., Wong, A. A., Wong, S. T., & Chua, M. C. (2023). Addressing milk kinship in milk banking: Experience from Singapore's first donor human milk bank. *Singapore Medical Journal*, 64(5), 343. <https://doi.org/10.11622/smedj.2022031>
- Keim, S. A., Hogan, J. S., McNamara, K. A., Gudimetla, V., Dillon, C. E., Kwiek, J. J., & Geraghty, S. R. (2013). Microbial Contamination of Human Milk Purchased Via the Internet. *Pediatrics*, 132(5), e1227–e1235. <https://doi.org/10.1542/peds.2013-1687>
- Klotz, D., Wesolowska, A., Bertino, E., Moro, G. E., Picaud, J., Gayà, A., & Weaver, G. (2021). The legislative framework of donor human milk and human milk banking in Europe. *Maternal & Child Nutrition*, 2. <https://doi.org/10.1111/mcn.13310>
- Lactashare, Y. (2023). *Lactashare Turun ke Desa: Modul Pelatihan ASI dan Menyusui – Langkah Awal Cegah Stunting*. Yayasan Lactashare.
- M. Taufiq Agiel, & Putra, P. (2022). Breast Milk Donor in Islamic Law Perspective: A Study at The Lactashare Foundation Lowokwaru Malang. *Proceeding of Saizu International Conference on Transdisciplinary Religious Studies*, 2, 232–240. <https://doi.org/10.24090/icontrees.2022.248>
- MUI-Majelis Ulama Indonesia. (2013). <https://fatwamui.com/Storage/112/No.-28-Seputar-Masalah-Donor-ASI.Pdf>. <https://fatwamui.com/data-fatwa>
- Nasir, A. H. (2024). Human milk banks, Islamic law and recent controversy in Pakistan. *Www.Alhakam.Org*. <https://www.alhakam.org/human-milk-banks-islamic-law-pakistan/>
- Nofitasari, K. D. (2021). The Urgency and Implication of Breast Milk Donor in Indonesia in Mashlahah Perspective. *JURNAL ILMIAH MIZANI: Wacana*

- Hukum, Ekonomi, Dan Keagamaan.
https://www.academia.edu/91734304/The_Urgency_and_Implication_of_Breast_Milk_Donor_in_Indonesia_in_Mashlahah_Perspective
 OMG, O. M. G. (2003). MDA Guide Version 1.0.1. OMG.
- PP Nomor 33 Tahun 2012 Tentang Pemberian ASI Eksklusif. (2012).
http://hukor.kemkes.go.id/uploads/produk_hukum/PP%20No.%2033%20ttg%20Pemberian%20ASI%20Eksklusif.pdf
- Pufahl, L., Zerbato, F., Weber, B., & Weber, I. (2022). BPMN in healthcare: Challenges and best practices. *Information Systems*, 107, 102013. <https://doi.org/10.1016/j.is.2022.102013>
- Recker, J. (2008). BPMN Modeling – Who, Where, How and Why. 5.
- Rolón, E., Chavira, G., Orozco, J., & Soto, J. P. (2015). Towards a Framework for Evaluating Usability of Business Process Models with BPMN in Health Sector. *Procedia Manufacturing*, 3, 5603–5610. <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2015.07.748>
- Santos, B. G. dos, & Perrin, M. T. (2022). What is known about human milk bank donors around the world: A systematic scoping review. *Public Health Nutrition*, 25(2), 312–322. <https://doi.org/10.1017/S1368980021003979>
- Sbayou, M., Zacharewicz, G., Bouanan, Y., & Vallespir, B. (2019). BPMN Coordination and Devs Network Architecture for Healthcare Organizations. *International Journal of Privacy and Health Information Management*, 7(1), 103–115. <https://doi.org/10.4018/ijphim.2019010106>
- Scheuerlein, H., Rauchfuss, F., Dittmar, Y., Molle, R., Lehmann, T., Pienkos, N., & Settmacher, U. (2012). New methods for clinical pathways – Business Process Modeling Notation (BPMN) and Tangible Business Process Modeling (t.BPM). *Langenbeck's Archives of Surgery*, 397(5), 755–761. <https://doi.org/10.1007/s00423-012-0914-z>
- Shenker, N., Staff, M., Vickers, A., Aprigio, J., Tiwari, S., Nangia, S., Sachdeva, R. C., Clifford, V., Coutoudis, A., Reimers, P., Israel-Ballard, K., Mansen, K., Mileusnic-Milenovic, R., Wesolowska, A., Goudoever, J. B. van, Hosseini, M., Klotz, D., Grøvslien, A. H., Weaver, G., & Virtual Collaborative Network of Milk Banks and Associations. (2021). Maintaining human milk bank services throughout the COVID-19 pandemic: A global response. *Maternal & Child Nutrition*, 17(3), e13131. <https://doi.org/10.1111/mcn.13131>
- Sullivan, S., Schanler, R. J., Kim, J. H., Patel, A. L., Trawöger, R., Kiechl-Kohlendorfer, U., Chan, G. M., Blanco, C. L., Abrams, S., Cotten, C. M., Laroia, N., Ehrenkranz, R. A., Dudell, G., Cristofalo, E. A., Meier, P., Lee, M. L., Rechtman, D. J., & Lucas, A. (2010). An Exclusively Human Milk-Based Diet Is Associated with a Lower Rate of Necrotizing Enterocolitis than a Diet of Human Milk and Bovine Milk-Based Products. *The Journal of Pediatrics*, 156(4), 562–567.e1. <https://doi.org/10.1016/j.jpeds.2009.10.040>
- Updegrove, K., Chairperson, ;, Baker, A., Festival, J., Ginsberg, H., Hackney, R., Jones, F., Kelly, S., Sakamoto, P., Stellwagen, L., & Vickers, A. (2024). HMBANA Standards for Donor Human Milk Banking: An Overview Public Version HMBANA Guidelines Committee. https://www.hmbana.org/file_download/inline/78058d21-b0c4-48e7-93ca-6f64445a91f7
- Weaver, G., Bertino, E., Gebauer, C., Grovslien, A., Radmila Mileusnic-Milenovic, Sertac Arslanoglu, Barnett, D., Clair-Yves Boquien, Buffin, R., Antoni Gayà, Moro, G. E., Aleksandra Wesolowska, & Jean-Charles Picaud. (2019).

Recommendations for the Establishment and Operation of Human Milk Banks in Europe: A Consensus Statement From the European Milk Bank Association (EMBA). *Frontiers in Pediatrics*, 7(53). <https://doi.org/10.3389/fped.2019.00053>

3

REVIEW OF PROFIT MANAGEMENT IN BASIC MATERIAL COMPANIES IN INDONESIA SEEN FROM THE PERSPECTIVE OF INTELLECTUAL CAPITAL, FINANCIAL STABILITY, FINANCIAL DISTRESS AND FIRM SIZE

Egi Gumala Sari¹ Yusuf Faisal² Adila Febrianti³

¹Departement of Digital Business, School of Economics and Business,
Telkom University, Indonesia,

^{2,3}Departement of Accounting, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti, Indonesia

¹egigumalasari@telkomuniversity.ac.id; ²yusuffaisal@stietribhakti.ac.id

³adilafe11@gmail.com

Abstract: This study aims to determine the influence of intellectual capital, financial stability, financial distress and firm size on earning management. This study uses quantitative data, the sample in this study is 31 companies in the basic materials sector listed on the Indonesia Stock Exchange in the period 2012 – 2022. The analysis technique used to test the hypothesis was multiple regression analysis using Eviews 9 software. This study shows that the intellectual capital variable has a negative and statistically insignificant effect on earning management, the financial stability variable has a positive effect and is statistically insignificant on earning management, the financial distress variable has a positive effect on earnings management and the firm size variable has a positive effect and is statistically insignificant on earning management and statistically insignificant towards earning management

Keywords: intellectual capital, financial stability, financial distress, firm size, earning management

INTRODUCTION

In developments in the business world, companies are required to be able to create a competitive advantage that can compete with other competitors. Company resources are utilized in carrying out operations that help companies to be superior in competition in an efficient and effective way. One of the indicators used to assess the company's performance is the amount of profit obtained. An increase in profits from year to year indicates that the company optimally manages resources in obtaining profits. The preparation of financial statements with the principle of accrual, which involves estimation and assessment, provides an opportunity for companies to choose a method that suits the company's situation, as long as it remains in line with the applicable financial accounting standards (SAK) (Rianto & Rina, 2021).

The importance of presenting financial statements for the survival of the company causes managers to be motivated to improve the company's performance so that the company still looks good. This job sometimes makes managers take various actions, one of which is by doing profit management. Profit is one of the accounting information that is important for investors in determining investment decisions. Therefore, profits are often used as a target of management engineering to prioritize their personal interests and this can be detrimental to investors.

Earnings management is an act of intervention carried out in financial statements in accordance with legitimate accounting principles to obtain profits in accordance with external expectations Profit management can be done in ways such as increasing, decreasing, or stabilizing revenue

to affect the value of profits (Steven & Sha, 2022). In the theory of agency (Jensen & Meckling, 1976) it can be explained that profit management is carried out because there is a conflict of interest between the interests of the company owner (principal) which is not in harmony with the management of the company (agent).

(Scott, 2015) explained that if carried out in accordance with the procedures recorded in accounting standards, profit management actions can be considered ethical actions. This is a consideration for leaders when looking at changes in recording methods, accounting, revenue recognition and others. This opinion is supported by several experts. However, there are also those who argue that profit management actions can cause users to use financial statements and create information asymmetry that has the potential to create mismatches between owners and managers. This gap can affect the wrong decision-making process.

The profit management scandal that has occurred in Indonesia, especially in the basic materials company, namely PT Timah (Persero) Tbk (TINS). Where the financial statements of the first semester of 2015 showed positive performance, even though the company suffered an operational loss of Rp59 billion. In addition, PT Timah also experienced a significant decrease in profit and an increase in debt. The company's debt increased by almost 100 percent from Rp263 billion in 2013 to Rp2.3 trillion in 2015. This was done by the company PT. Tin to cover the financial performance of companies that are unable to get out of the losses experienced (Okezone.com, 2016).

Profit management can be influenced by several factors, one of which is intellectual capital. Intellectual capital is a source of competitive excellence, as well as a reliable engine of production that is able to increase the output value of knowledge-based

companies. Strong intellectual capital performance can result in an increase in stakeholder wealth to the maximum (Pohan et al., 2018). In research (Andriani & Arsjah, 2022; E. G. Sari & Murtanto, 2023) it was found that intellectual capital has a negative effect, which means that if intellectual capital is managed efficiently, it will reduce profit management practices. In addition, financial stability is also one of the factors in profit management. Financial stability is a state that describes the condition of a company in a stable condition. Financial stability can also put considerable pressure on management to maintain the company's financial stability. Therefore, they take various ways to make financial statements look good, one of which is profit management. This is in line with research (Ferdini et al., 2020) which states that financial stability has a positive effect on profit management.

Financial distress as one of the management factors of financial distress is the company's financial condition that continues to decline before reaching the point of bankruptcy. Failure to carry out the company's operational activities effectively can be the main cause of financial distress (Tannaya & Lasdi, 2021). Unstable financial conditions can trigger managers to carry out various profit management, such as income increasing, income decreasing, income smoothing, and so on. This aims to present more attractive profit financial statements (Santosa & Rasyid, 2022). Previous research from (Krisnando & Damayanti, 2021; Sihombing & Nurul Izzah, 2022) stated that financial distress has a significant positive effect. Firm size is a benchmark that shows the size of a company (Wulan Astriah et al., 2021). Large-scale companies have a wider range of shareholders. So that the policies taken by large companies will have a greater impact on public interest compared to small companies. For investors, the company's

policies will have an impact on the future cash flow outlook. Research (Paramitha & Idayati, 2020) found that company size has a negative effect on profit management, in addition to research (Priharta et al., 2018; Santi & Wardani, 2018; Yanti & Ery Setiawan, 2019) stated that company size has a negative and significant effect on profit management.

This study aims to review, analyze and obtain empirical evidence regarding 1) The influence of intellectual capital on earning management. 2) The influence of financial stability on earning management. 3) The influence of financial distress on earning management. 4) The influence of firm size on earning management.

THEORETICAL FOUNDATIONS

Agency Theory

Jensen & Meckling (1976) defined agency theory as a relationship between one or more principals involving other people (agents) to perform a number of services on their behalf involving delegating some decision-making authority to an agent. The relationship between management and the board of directors often causes conflicts between parties due to differences in interests. One of the responsibilities of management to principals is to provide reliable financial reports. The goal of management is to report the company's results as comprehensively as possible, regardless of the interests of the principal (Siswantoro, 2020).

Signaling Theory

In the labor market, there is always an information imbalance (information asymmetry) so Spence created a signal system to strengthen decision-making in recruiting workers in the company. This

signaling system includes education, work experience, race, gender, and personality. The existence of this criterion depends on uncertainty about the productivity ability of employees (Spence, 1973).

Resource Based View (RBV)

Resource Based View Theory or called resource-based value theory according to (Barney, 1991) is a business concept that emphasizes the importance of company resources and capabilities to create long-term competitive advantages. A company's unique and uninitiable resources can be a source of competitive advantage and make the company more able to compete.

Earning Management

Profit management is one of the ways that allows management to manage a company's financial statements through the selection of certain accounting policies with the aim of increasing net profit and company value in accordance with management expectations (Paramitha & Idayati, 2020).

Intellectual Capital

Intellectual capital or intellectual capital is a concept to create valuable added value for the company, intellectual capital itself is divided into 3 categories, namely structural capital, human capital and customer capital. In his research (Kalbuana et al., 2020), human capital is defined as employee knowledge, while structural capital is knowledge in terms of units/companies and customer capital related to customers.

Financial Stability

Financial stability is a state of showing the financial situation of a company in a normal and fine situation (Lestari & Nuratama,

2020). According to SAS No. 99, managers are pressured to commit fraud when financial stability is threatened by the economic situation.

Financial Distress

Financial distress or financial difficulties can often be interpreted in a phase close to bankruptcy, where this phase is characterized by uncertainty regarding the company's future profitability. In addition, financial difficulties are also defined as the stage of deterioration of the financial situation before bankruptcy (Nurdiansyah, 2021).

Firm Size

The size of a company refers to the classification of companies into specific categories, such as large or small companies. The size of a company can often reflect the size of the company. Factors that can determine whether a company is large or small include total assets, average sales, and total sales (Irawan, 2019).

Hypothesis Development

The Influence of Intellectual Capital on Earning Management.

Companies with high intellectual capital focus on creating long-term value rather than having to manage short-term profits. This is related to the concept of a resource-based view, where the company will achieve a competitive advantage when the company manages the company's resources, especially intangible, namely intellectual capital well to get optimal results, so that it will have a positive effect on the quality of profits and reduce profit management behavior. This hypothesis is in line with previous research conducted by (Andriani & Arsjah, 2022; Hapsari et al., 2022; E. G. Sari & Murtanto, 2023) which states that intellectual capital has a negative effect on earning

management

H1: Intellectual capital has a negative effect on earnings management

Influence Financial Stability Against Earning Management

When financial stability experiences problems, management will try to improve and maintain financial conditions so that they still look good. This condition can put pressure on management to do various ways including profit management. This is supported by research (Ferdini et al., 2020; Rianto & Rina, 2021) who found that financial stability has a positive effect on earning management

H2: Financial stability has a positive effect on revenue management

The Impact of Financial Distress on Earnings Management

Companies that experience financial distress will be very difficult to be able to fulfill their obligations or pay company fees and losses during the company's operational process which will later experience bankruptcy for a long time. The manager will carry out profit management to maintain the company's financial performance so as not to lose investors. The results of the study (Chairunesia et al., 2018; Krisnando & Damayanti, 2021; Mustika et al., 2020; Santosa & Rasyid, 2022; Sihombing & Nurul Izzah, 2022) found that financial distress has a positive effect on earning management

H3: Financial distress has a positive effect on earnings management

The Effect of Firm Size on Earning Management

Large companies will be more noticed by the public, large companies have large investors, so they get pressure to present credible financial reports. The larger the company, the less motivation to do profit

management. This statement is supported by research (Anindya & Yuyetta, 2020; Paramitha & Idayati, 2020; Wulan Astriah et al., 2021)

H4: Firm size has a negative effect on earnings management

METHODOLOGY

Types and Sources of Research Data

The type of data used in this study is secondary data, namely data provided by other parties and does not come from direct sources. The data obtained is in the form of financial statements of basic materials companies published by the Indonesia Stock Exchange (IDX) for 2012 – 2022. The population used in this study is all basic materials companies listed on the Jakarta Stock Exchange (IDX). Sampling was carried out by a random sampling method. The population is 98 and those who meet the criteria are 31 companies.

Research Analysis Methods and Hypotheses

This study uses a panel data regression test. There are 3 (three) possible models used to estimate model parameters with panel data, namely Common effect Model (CEM), Fixed effect Model (FEM-Covariance Model) and Random effect Model (REM). The model selection test is used to determine one best model among three regression models, namely the Common effect Model, the Fixed effect Model and the Random effect Model, the test includes the Chow test, the Hausman test and the Lagrange Multiplier test. To test the hypothesis, the study used the determination coefficient test and the t-test.

Measurement

Intellectual capital (X1)

Measurement of Intellectual Capital is measured using the Pulic formula (1998)

First stage: looking for Value Added (VA)

$$VA = OUT - IN$$

Information:

VA : Value Added

OUT : Output (total sales and other revenues)

IN : Input (sales expenses and other expenses other than employee expenses)

Second stage: calculating Value Added Capital Employed (VACA)

$$VACA = VA / CE$$

Information:

VACA : Value Added Capital Employed

VA : Value Added

CE : Capital Employed (available funds; equity)

Third stage: calculating Value Added Human capital (VAHU)

$$VAHU = VA / HC$$

Information:

VAHU : Value Added Human capital

VA : Value Added

HC : Human capital (employee expenses)

Fourth stage: calculating Structural Capital Value Added (STVA)

$$STVA = SC / VA$$

Information:

STVA : Structural Capital Value Added

SC : Structural Capital (VA - HC)

VA : Value Added

Fifth stage: calculate the Value Added Intellectual Coefficient (VAIC)TM from the three coefficients above.

$$VAIC^{TM} = VACA + VAHU + STVA$$

Financial stability (X₂)

Financial Stability measurement is measured using the formula Skousen et al., (2009)

$$\text{ACHANGE} = (\text{total asset.t} - \text{total asset.t-1}) / (\text{total asset.t-1})$$

Financial Distress (X₃)

Measurement of financial distress using the Zmijewski formula (1984)

$$X = -4,3 - 4,5X_1 + 5,7X_2 - 0,004X_3$$

Where:

X₁ = Net income/total assest

X₂ = Total liabilities/total asset

X₃ = Current assets/current liabilities

Firm size (X₄)

$$\text{SIZE} = \text{Ln (Total Asset)}$$

Earning management (Y)

The measurement of earning management was measured using the formula Dechow et al., (1995).

Jones Modified Model:

1. Calculate the total accrual (TAC), which is the net profit in year t minus the operating cash flow in year t, with the following formula:

$$\text{TAit} = \text{NIit} - \text{CFOs}$$

2. Furthermore, the total accrual (TAC) is estimated with the Ordinary Least Square (OLS) to obtain the regression coefficient as follows:

$$\frac{\text{TAit}}{\text{Ait} - 1} = \beta_1 \left(\frac{1}{\text{Ait} - 1} \right) + \beta_2 \left(\frac{\Delta \text{Revit}}{\text{Ait} - 1} \right) + \beta_3 \left(\frac{\text{PPEit}}{\text{Ait} - 1} \right) + \varepsilon$$

3. With the regression coefficient in the formula above, the Non-Discretionary Accrual (NDA) is determined by the following formula:

$$\text{NDA it} = \beta_1 \left(\frac{1}{\text{Ait} - 1} \right) + \beta_2 \left(\frac{\Delta \text{Revit}}{\text{Ait} - 1} - \frac{\Delta \text{Recit}}{\text{Ait} - 1} \right) + \beta_3 \left(\frac{\text{PPEit}}{\text{Ait} - 1} \right)$$

4. Discretionary Accruals (DA) as a measure of profit management are defined as follows:

$$\text{DAit} = \frac{\text{TAit}}{\text{Ait} - 1} - \text{NDAit}$$

Information:

DAit : Discretionary Accruals of the company in the period of year t, NDA-I: Nondiscretionary Accruals of the company in the period of year t, Tait: Total accruals of the company in the period of year t, NI it: Net profit of the company in the period of year t, CFO it: Cash flow of operating activities of the company in the period of t, Ait-1: Total assets company i in the period of year t-1, Rev it : Company income i in year t minus company income i in Year t-1, PPE it : ΔProperty, Factory, and Equipment Company i in year t, Rec itΔ : Company receivables in year t minus company income i in year t-1, : Parameters obtained from the regression equation, β₁,β₂,β₃ε : Error

RESULTS AND DISCUSSION

Tabel 1. Descriptif

	Earning Management	Intellectual Capital	Financial Stability	Financial Distress	Firm Size
Mean	-0.091142	1.707049	0.085661	-1.726249	27.99614
Median	-0.062387	1.989020	0.052011	-1.739089	27.84083
Maximum	0.409237	14.85378	1.234014	15.61173	32.04938
Minimum	-0.946126	-81.74120	-0.559302	-4.783375	24.46290
Std. Dev.	0.220073	5.246448	0.209905	2.098520	1.687005
Observations	338	338	338	338	338

Sumber : Output Eviews9 (2024)

Selection of the Best Panel Data Model

Chow Test

The criteria for making Chow test decisions are as follows:

1. If the probability (Prob) on Cross Section $F < 0.05$ then a better model is Fixed effect.
2. If the probability (Prob) on Cross Section $F > 0.05$ then a better model is Common effect

Table 2. Chow Test

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	28.716434	(30,303)	0.0000
Cross-section Chi-square	455.052200	30	0.0000

Sumber : Output Eviews9 (2024)

Based on the results of the Chow Test using Eviews9, it is stated that the probability value of Cross Section F is 0.00 which is less than the significance level value ($\alpha = 0.05$). This means that the best model used is the Fixed Effect Model (FEM). Therefore, the Hausman Test is needed in order to choose the best model between the Fixed Effect Model and the Random Effect Model.

Hausman Test

The criteria for making decisions on the Hausman test are as follows:

1. If the Probability (Prob) < 0.05 then a better model is Fixed effect
2. If the Probability (Prob) > 0.05 then a better model is Random effect

Table 5. Hausman Test

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	4.617486	4	0.3288

Sumber : Output Eviews9 (2023)

Based on the results of the Hausman Test, the probability value is 0.33 where this result is more than the significance level value ($\alpha = 0.05$). In this case, it means that the best model used is the Random Effect Model (REM). Therefore, a Lagrange Multiplier Test is needed in order to choose the best model between the Common Effect Model and the Random Effect Model.

Lagrange Multiplier Test

The decision-making criteria for the Lagrange Multiplier test are as follows:

1. If the Significance on Both < 0.05 then a better model is the Random effect
2. If the Significance on Both > 0.05 then a better model is Common effect

Table 3. Lagrange Multiplier

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	813.5041 (0.0000)	2.873873 (0.0900)	816.3779 (0.0000)

Source : Output Eviews9 (2023)

Based on the results of the Lagrange Multiplier Test, the significance value on Both is 0.00 where this result is less than the significance level value ($\alpha = 0.05$). In this case, it means that the best model used is the Random Effect Model (REM).

Multiple Regression Analysis

Table 4. Regresi Data Panel Analysis

Variable	Coefficient	Std.		Prob.
		Error	t-Statistic	
C	0.287898	0.424015	0.678980	0.4976
IC	-0.000575	0.001373	-0.418445	0.6759
FS	0.046779	0.032944	1.419965	0.1566
FD	3.17E-05	0.005073	0.006245	0.9950
SIZE	-0.013741	0.015123	-0.908641	0.3642

The results of panel data regression estimation using the Random Effect Model (REM) show the results of testing with panel data regression, so from these results the following model equation is obtained.

$$EM = 0,28 - 0,00056*IC + 0,047*FS + 0.0000317*FD - 0,014*Size + \varepsilon$$

Coefficient of Determination Test

Table 8. Coefficient of Determination Test

R-squared	0.007762	Mean dependent var	-0.017107
Adjusted R-squared	-0.004157	S.D. dependent var	0.116817
S.E. of regression	0.117019	Sum squared resid	4.559896
F-statistic	0.651241	Durbin-Watson stat	1.790092
Prob(F-statistic)	0.626362		

R-Squared shows a value of 0.007762 which means that 0.78% of the variables Intellectual capital, Financial stability, Financial distress and Firm size can explain the Earning management variable.

Partial Test (T-Test)

Table 9. Partial Test (T-Test)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.287898	0.424015	0.678980	0.4976
IC	-0.000575	0.001373	-0.418445	0.6759
FS	0.046779	0.032944	1.419965	0.1566
FD	3.17E-05	0.005073	0.006245	0.9950
SIZE	-0.013741	0.015123	-0.908641	0.3642

IC = Intellectual capital, FS = Financial stability, FD = Financial Distress, SIZE = Firm size

Sumber : Output Eviews9 (2023)

The results of the test using the Random Effect Model (REM) can be concluded as follows:

1. Intellectual capital with a probability value of $0.6759/2 = 0.33795 > 0.05$, can be interpreted that the Intellectual capital variable has a negative effect and is statistically insignificant on Earning management.
2. Financial stability with a probability value of $0.1566/2 = 0.0783 > 0.05$, can be interpreted that the Financial stability variable has a positive effect and is statistically insignificant to Earning management.

3. Financial distress with a probability value of $0.9950/2 = 0.49751 > 0.05$, can be interpreted that the Financial distress variable has a positive effect and is statistically insignificant to Earning management.
4. Firm size with a probability value of $0.3642/2 = 0.1821 > 0.05$, can be interpreted that the Firm size variable has a negative effect and is statistically insignificant to Earning management.

DISCUSSION

Intellectual capital on earnings management

Based on partial testing (t-test) using the Random Effect Model (REM) test, it shows a coefficient of -0.000575 with a probability of 0.6759 because this study uses the one tail hypothesis, the probability value divided by 2 (two) $0.6759/2 = 0.33795$ is greater than the significance level at the level of $\alpha = 5\%$ (0.05). From the statistical results, it can be stated that hypothesis one (H1) is accepted and it can be concluded that the Intellectual capital variable has a negative effect and is statistically insignificant to Earning management. Where this explains that the higher the intellectual capital consisting of 3 (three) main components, namely Human Capital, Structural Capital, and Relational Capital owned by the company, the less likely the company is to practice profit management. This finding is contrary to the findings (Kalbuana et al., 2020) which examined transportation companies, and on state-owned companies researched by (Ramadani et al., 2022), as well as research (P. P. Sari & Astika, 2021) which researched non-financial state-owned companies, where from the results of their research they found that Intellectual Capital has a positive effect on Earning management.

While the findings in this study are in line with (Andriani & Arsjah, 2022) which researched manufacturing and banking companies, and also in the research (E. G. Sari & Murtanto, 2023) which researched all banking companies, from the results of their research stated that Intellectual Capital has a negative effect on Earning management.

Financial stability on earnings management

Based on partial testing (t-test) using the Random Effect Model (REM) test, it shows a coefficient of 0.046779 with a probability of $0.1566/2 = 0.0783$ greater than the significance level of $\alpha = 5\%$ (0.05). From the statistical results, it can be stated that hypothesis two (H2) is accepted and it can be concluded that the variable of financial distress has a positive effect and is statistically insignificant to Earning management.

Total assets that have increased can be caused by increased sales which make revenue also increase, of course it can also make net profit increase. Management efforts in managing receivables well will also have an impact on increasing receivables. Financial stability, which is one of the components of pressure in the fraud triangle, can be explained that because of the pressure to maintain financial stability properly, managers take the risk of practicing profit management on the company's assets so that the company's financial condition looks stable. Financial stability pressures arise for several reasons, including achieving performance targets and maintaining company value.

This research is in line with the findings (Ferdini et al., 2020) which state that financial stability has a positive effect on earning management, where the study

examines companies in the consumer-non-cyclical sector with. However, unlike the findings (Rianto & Rina, 2021) that researched mining companies, where they found that financial stability had a negative effect on earnings management.

Financial distress on earning management

Based on partial testing (t-test) using the Random Effect Model (REM) test, it shows a coefficient of 0.0000317 with a probability of $0.9950/2 = 0.49751$ greater than the significance level of $\alpha = 5\%$ (0.05). From the statistical results, it can be stated that hypothesis three (H3) is accepted and it can be concluded that the financial distress variable has a positive effect and is statistically insignificant on Earning management.

From the coefficient and probability values above, it can be concluded that basic materials companies that experience financial distress or financial difficulties are difficult to be able to fulfill their obligations or pay company costs and losses during the company's operational process which will later experience bankruptcy for a long time. As the party responsible for the continuity of the company, the manager certainly tries to maintain the company's financial performance when experiencing financial difficulties so as not to lose investors, namely by conducting profit management to maintain the trust of shareholders.

These results are in line with the findings (Chairunesia et al., 2018) which examined Indonesian companies included in the ASEAN corporate governance scorecard, (Damayanti & Kawedar, 2018) conducted research on all companies listed on the IDX, (Krisnando & Damayanti, 2021) which researched real estate and property companies listed on the IDX, (Mustika et al.,

2020) which researches mining companies, (Santosa & Rasyid, 2022) which researches manufacturing sector companies in the basic industry and chemicals subsector and (Sihombing & Nurul Izzah, 2022). From the findings they obtained, financial distress has a positive effect on earnings management, where in a situation of financial difficulties, basic materials companies that are unable to pay their debts on time and face the risk of bankruptcy, then the opportunity to practice profit management will be open. In contrast to the findings (Irawan & Apriwenni, 2021; Nurdiansyah, 2021; Tannaya & Lasdi, 2021; Tsaqif & Agustiningsih, 2021) which found that financial distress has a negative effect on earning management.

Firm size on earning management

Based on partial testing (t-test) using the Random Effect Model (REM) test, it shows a coefficient of -0.013741 with a probability of $0.3642/2 = 0.1821$ greater than the significance level at the level of $\alpha = 5\%$ (0.05). From the statistical results, it can be stated that hypothesis one (H4) is accepted and it can be concluded that the Firm size variable has a negative effect and is statistically insignificant to Earning management.

This happens because the larger the size of a company, the more attention is paid to the public, large companies have large investors so they get pressure to present credible financial statements. The larger the company, the less motivation to do profit management. Because the larger the company, the more profit management is not guaranteed. Strict supervision will limit managers in conducting profit management, because there is a possibility that it is easily detected by the government and outsiders.

This is similar to the findings (Irawan, 2019) which researched manufacturing companies, (Karina & Sutarti, 2021) who researched bank companies, (Priharta et al.,

2018) researched companies that participated in the corporate governance perception index (CGPI) program, (Santi & Wardani, 2018) who researched companies in the food and beverage subsector, (Yanti & Ery Setiawan, 2019) who researched manufacturing companies, from the results of the research they conducted, they found that Firm Size had a negative effect on Earning management, but it was contrary to the findings (Citra et al., 2021; Paramitha & Idayati, 2020; Prima Agustia & Suryani, 2018; Wulan Astriah et al., 2021) who stated that firm size has a positive effect on Earning management

CONCLUSION

1. Intellectual capital has a negative and statistically insignificant effect on earning management.
2. Financial stability has a positive and statistically insignificant effect on earnings management.
3. Financial distress has a positive and statistically insignificant effect on earnings management.
4. Firm size has a negative effect and is statistically insignificant to earnings management.

SUGGESTION

1. Researchers can then consider other variables that have the potential to affect profit management such as audit quality, size of the board of directors, debt level and corporate governance.
2. Compare the basic materials sector with other sectors such as the technology or transportation sectors, to find out whether these variables have a negative or positive effect on profit management between these sectors.
3. Researchers can then make moderation variables and mediation variables from the relationship between Intellectual

Capital, Financial Stability, Financial Distress and Firm Size, which has a role as moderation and mediation.

REFERENCES

- Andriani, N., & Arsjah, R. J. (2022). Pengaruh Intellectual Capital Dan Esg Terhadap Manajemen Laba Yang Dimoderasi Oleh Profitabilitas. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 595–610. <https://doi.org/10.25105/jet.v2i2.14646>
- Anindya, W., & Yuyetta, E. N. A. (2020). Pengaruh Leverage, Sales Growth, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba. *Diponegoro Journal of Accounting*, 9, 1–13. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/29136/24632>
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17, 99–120.
- Chairunesia, W., Sutra, P. R., & Wahyudi, S. M. (2018). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Financial Distress Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Indonesia Yang Masuk Dalam Asean Corporate Governance Scorecard. *Jurnal Profita*, 11(2), 232. <https://doi.org/10.22441/profita.2018.v11.02.006>
- Citra, K., Faisal, Y., Wibisono, C., & Sari, G. (2021). Current Advanced Research On Sharia Finance And Economic Worldwide (Cashflow) Volume 1 Issue 1 (2021) Current Advanced Research On Sharia Finance And Economic Worldwide | Cashflow The Effect Of Capital Adequacy, Liquidity And Firm Size On EARNINGS MANAGEM. *Transpublika*, 1(1), 33–49.
- Damayanti, C. R., & Kawedar, W. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Mekanisme Pemantauan dan Financial Distress Terhadap Manajemen Laba. *Diponegoro Journal of Accounting*, 7(4), 1–9. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Dechow, P. M., Sloan, R. G., & Sweeney, A. P. (1995). Detecting Earning Management. In *The accounting Review* (Vol. 70, Issue 20, pp. 193–225). <https://www.jstor.org/stable/248303>
- Ferdini, N., Fito Mela, N., & Nur DP, E. (2020). Manajemen Laba: Pengaruh Stabilitas Keuangan, Mekanisme Pemantauan Eksternal, Perilaku Peluang Dan Pemantauan Yang Tidak Efektif. *Jurnal Kajian Akuntansi Dan Bisnis Terkini*, 1(1), 89–105.
- Hapsari, I., I Inayati, N., & I Hartikasari, A. (2022). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Earnings Management Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perbankan Indonesia dalam Menghadapi Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2025). *Edunomika*, 06(01), 1–13.
- Irawan. (2019). Analisis Manajemen Persediaan, Ukuran Perusahaan, dan Leverage Terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Tools*, 11(1), 99–115.
- Irawan, S., & Apriwenni, P. (2021). Pengaruh Free Cash Flow, Financial Distress, Dan Investment Opportunity Set Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 14(1), 24–37. <https://doi.org/10.30813/jab.v14i1.2458>

- Jensen, M., & Meckling, W. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs, and ownership structure. *The Economic Nature of the Firm: A Reader*, Third Edition, 283-303. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511817410.023>
- Kalbuana, N., R, A. N. B., & Yulistiani, N. (2020). Pengaruh Intellectual Capital, Tata Kelola Perusahaan dan Kualitas Audit Terhadap Manajemen Laba. *JABI (Jurnal Akuntansi Berkelanjutan Indonesia)*, 3(1), 56. <https://doi.org/10.32493/JABI.v3i1.y2020.p56-71>
- Karina, K., & Sutarti, S. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Corporate Governance Terhadap Manajemen Laba Di Industri Perbankan Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(1), 111-120. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v9i1.487>
- Klapper, L. F., & Love, I. (2004). Corporate governance, investor protection, and performance in emerging markets. *Journal of Corporate Finance*, 10(5), 703-728. [https://doi.org/10.1016/S0929-1199\(03\)00046-4](https://doi.org/10.1016/S0929-1199(03)00046-4)
- Krisnando, K., & Damayanti, S. (2021). Pengaruh Financial Distress, Komite Audit, dan Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba. *Jurnal STEI Ekonomi*, 30(01), 101-113. <https://doi.org/10.36406/jemi.v30i01.431>
- Lestari, A. A. M., & Nuratama, I. P. (2020). Pengaruh Financial Stability, External Pressure, Nature of Industry, dan Rationalization Terhadap Financial Statement Fraud dalam Sudut Pandang Fraud Triangle pada Perusahaan Sektor Real Estate and Property yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 201. *Hita Akuntansi Dan Keuangan*, 29.
- Mustika, M., Ardheta, P. A., & Paembonan, Y. R. (2020). Pengaruh Financial Distress dan Komite Audit Terhadap Manajemen Laba Pada Sektor Pertambangan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 29(01), 71-78. <https://doi.org/10.36406/jemi.v29i01.300>
- Nurdiansyah, A. (2021). Pengaruh Financial Distress Terhadap Manajemen Laba (Studi Pada Perusahaan Sektor Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015 - 2019). *Jurnal Sains Manajemen Dan Akuntansi*, 2021.
- Paramitha, D. K., & Idayati, F. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 9(2), 1-18. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/2801>
- Pohan, E. S., Lestari, T., Ramdhani, D., Al-Khairiyah, S., Sultan, U., & Tirtayasa, A. (2018). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan: Studi Empiris Pada Sektor Teknologi Informasi dan Jasa. *Jurnal Akuntansi*, 6(2), 103-116. <https://doi.org/10.24964/ja.v6i2.643>
- Priharta, A., Rahayu, D. P., & Sutrisno, B. (2018). Pengaruh CGPI, Kualitas Audit, Ukuran Perusahaan dan Lverage terhadap Manajemen Laba. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 4(4), 277. <https://doi.org/10.30998/jabe.v4i4.2674>
- Prima Agustia, Y., & Suryani, E. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba (Studi Pada Perusahaan

- Pertambahan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016). *Jurnal Akuntansi*, 10(2), 63-74. <https://doi.org/10.37932/ja.v10i2.437>
- Pulic, A. (1998). Measuring the performance of intellectual potential in the knowledge economy. The 2nd" World Congress on the Management of Intellectual Capital", 1-20.
- Ramadani, R. S., Indra, A. Z., & Putri, W. R. E. (2022). Pengaruh Leverage, Audit Tenure, Dan Intellectual Capital Terhadap Earnings Management (Studi Empiris Pada Perusahaan BUMN Tahun 2015-2019). *Accounting Global Journal*, 6(1), 28-45. <https://jurnal.umk.ac.id/index.php/AccGlobal/article/view/7417%0Ahttps://jurnal.umk.ac.id/index.php/AccGlobal/article/viewFile/7417/3154>
- Rianto, R., & Rina, R. (2021). Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Financial Stability Dan External Pressure Terhadap Earning Management Dengan Financial Targets Sebagai Variabel Moderasi. *Akrual: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 58-71.
- Santi, D. K., & Wardani, D. K. (2018). Pengaruh Tax Planning, Ukuran Perusahaan, Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi*, 6(1), 11-24. <https://doi.org/10.24964/ja.v6i1.536>
- Santosa, C., & Rasyid, S. (2022). Pengaruh Asimetri Informasi, Financial Distress, Dan Komite Audit Terhadap Manajemen Laba. *Akrual : Jurnal Bisnis Dan Akuntansi Kontemporer*, 15(1), 12-22.
- Sari, E. G., & Murtanto. (2023). Corporate Governance Moderates The Effect of Efficiency , Intellectual Capital , Liquidity On Banking Earnings Management. *IJEBAS (International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration)*, 3 No. 4, 1298-1312.
- Sari, P. P., & Astika, I. B. P. (2021). The Effect of Good Corporate Governance, Debt Contracts, and Intellectual Capital on Earnings Management. *American Journal of Humanities and Social ...*, 4, 101-108. <https://www.ajhssr.com/wp-content/uploads/2021/04/O2154101108.pdf>
- Scott, W. R. (2015). *Financial Accounting Theory*. Seventh Edition. Pearson Prentice Hall: Toronto. www.pearsoncanada.ca.
- Sihombing, T., & Nurul Izzah, A. (2022). Pengaruh Kualitas Audit , Financial Distress dan Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba Sebelum dan Pada Situasi Pandemi Covid19. *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Akuntansi)*, 6(2), 274-292.
- Siswantoro. (2020). Pengaruh faktor tekanan dan ukuran perusahaan terhadap kecurangan laporan keuangan. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 1(4), 287-300. <https://doi.org/10.35912/jakman.v1i4.76>
- Skousen, C. J., Smith, K. R., & Wright, C. J. (2009). Detecting and predicting financial statement fraud: The effectiveness of the fraud triangle and SAS No. 99. *Advances in Financial Economics*, 13(99), 53-81. [https://doi.org/10.1108/S1569-3732\(2009\)0000013005](https://doi.org/10.1108/S1569-3732(2009)0000013005)

- Spence, M. (1973). Job Market Signaling. The Quarterly Journal of Economics, 87(4), 355-374.
<https://doi.org/10.1055/s-2004-820924>
- Steven, D., & Sha, T. L. (2022). Pengaruh Profitability, Firm Size, Leverage, Dan Managerial Ownership Terhadap Earning Management. Jurnal Paradigma Akuntansi, 4(1), 1. <https://doi.org/10.24912/jpa.v4i1.16685>
- Tannaya, C. I. N., & Lasdi, L. (2021). Pengaruh Financial Distress Terhadap Manajemen Laba dengan Moderasi Corporate Governance. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi (JIMA), 10(1), 31-40.
<https://doi.org/10.33508/jima.v10i1.3453>
- Tsaqif, B. M., & Agustiningsih, W. (2021). Pengaruh Financial Distress dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba dengan Kepemilikan Manajerial sebagai Variabel Moderasi. Jurnal Akuntansi Dan Governance, 2(1), 53.
<https://doi.org/10.24853/jago.2.1.53-65>
- Wulan Astriah, S., Trinanda Akbar, R., & Apriyanti, E. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Manajemen Laba JURNAL AKUNTANSI, Vol. 10, No. 2, November (2021). Jurnal Akuntansi, 10(2), 387-401.
- Yanti, T. R., & Ery Setiawan, P. (2019). Pengaruh Asimetri Informasi, Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas pada Manajemen Laba. E-Jurnal Akuntansi, 27, 708.
<https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i01.p26>
- Zmijewski. (1984). Methodological Issues Related to the Estimation of Financial Distress Prediction Models. 22(1984), 59-82.

PERAN MEDIASI GREEN INNOVATION DAN ACCOUNTING CAPABILITY PADA PENGARUH HUMAN CAPITAL TERHADAP KINERJA KEUANGAN UMKM DI KOTA SURABAYA

Siti Nur Hidayatul Umma¹, Hidayatul Khusnah^{2*}, Luluk Khoiriyah³

^{1,2,3}Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya

Hidayatul.khusnah@unusa.ac.id

Abstract: Micro, small, and medium enterprises (MSMEs) are one of the supporting sectors that contribute significantly to economic growth and are even considered a solution to improving the national economy. However, the development of MSMEs still faces obstacles in financial management. One way to address this problem is by increasing the use of payment gateways. Increasing the use of payment gateways helps MSMEs minimize financial management risks and improve financial performance. The purpose of this study is to empirically test the mediating role of green innovation and accounting capability on the financial performance of MSMEs with payment gateways as mediators. This study uses a quantitative descriptive approach with primary data and hypothesis testing using WarpPLS 7.0 software. The population in this study was all MSMEs in the city of Surabaya. The sampling method used was random sampling with 100 respondents. The test results show that only green innovation mediation plays a role in human capital and has a positive and significant effect on the financial performance of MSMEs. Green innovation has a positive and significant effect on the financial performance of MSMEs. Green innovation is able to mediate the influence of human capital on the financial performance of MSMEs.

Keywords: Human Capital, financial performance, green innovation, accounting capability

PENDAHULUAN

Kinerja keuangan merupakan gambaran dari pencapaian keberhasilan perusahaan dapat diartikan sebagai hasil yang telah dicapai atas berbagai aktivitas yang telah dilakukan (L. Rachmawati & Retnani, 2020). Dapat dijelaskan bahwa kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar.

Analisis kinerja keuangan sangat berperan penting bagi UMKM, karena pelaku UMKM harus memastikan bahwa bisnisnya dapat bertahan dan berkembang. Analisis kinerja keuangan juga dapat membantu para pelaku UMKM untuk menentukan tujuan keuangan, memahami kinerja bisnisnya dan mengidentifikasi peluang untuk meningkatkan pendapatan (Putri &

Sungkono, 2023). Selain analisis kinerja keuangan, faktor lain yang menjadi penentu keberhasilan suatu perusahaan yakni Human Capital. Human Capital mempunyai peran yang sangat vital bagi perusahaan.

Human Capital sendiri, dapat diartikan sebagai Potensi manusia yang dimiliki oleh setiap orang atau kelompok dalam suatu organisasi. Hal ini mencakup pengetahuan, keterampilan, pengalaman, dan bakat sumber daya manusia, yang semuanya dapat ditingkatkan melalui pengembangan, pendidikan, dan pelatihan. Sumber daya manusia suatu perusahaan merupakan aset yang berharga karena dapat meningkatkan kreativitas, produktivitas, dan keberhasilan organisasi secara keseluruhan. Bisnis dapat beroperasi secara lebih efektif dan efisien dengan memanfaatkan sumber daya manusianya sebaik-baiknya (Fathoni, 2019).

Human Capital adalah komponen yang sangat penting dalam proses inovasi suatu organisasi atau perusahaan, karena pada dasarnya manusia jika dikerahkan keseluruhannya akan menghasilkan kinerja yang baik (Rusdiana & Ibrahim, 2020). Pengelolaan sumber daya manusia menjadi salah satu aspek yang terpenting dalam pengembangan perusahaan karena, peranan manusia dalam faktor pencapaian tujuan menjadi hal yang penting tanpa adanya sumber daya manusia atau human capital berbagai potensi sumber daya yang lain seperti keuangan, bahan baku, mesin, sistem dan pemasaran akan menjadi sia-sia (Sinambela, 2019). Perusahaan memperoleh keuntungan dari sumber daya manusia dalam bentuk nilai tambah melalui transfer pengetahuan, pengembangan kompetensi, motivasi, komitmen, kompetensi, dan efektivitas kolaboratif. Hal ini juga mempengaruhi budaya manajerial (Syarifah et al., 2020b).

Human Capital juga dapat dikonseptualisasikan sebagai konglomerasi pengalaman, pendidikan, warisan genetik, serta filosofi bisnis dan kehidupan. Manfaat sumber daya manusia yang bermanfaat adalah membantu regulator yang menangani UMKM mengambil keputusan kebijakan yang tepat untuk meningkatkan kinerja UMKM dan memberikan wawasan kepada peserta UMKM mengenai elemen-elemen yang mempengaruhi kinerja UMKM (Syarifah et al., 2020b). Berdasarkan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwasannya kinerja UMKM dapat di pengaruhi oleh modal manusia itu sendiri. Sehingga, semakin bagus kualitas modal manusia yang ada, maka mampu bertahan dan bersaing di tengah banyaknya UMKM yang ada sekarang ini.

Green innovation merupakan salah satu strategi lingkungan yang dapat dilakukan untuk mengembangkan bisnis tanpa melanggar peraturan pemerintah (Asni &

Agustia, 2022). Green Innovation adalah penerapan metode, prosedur, kerangka kerja, dan proses industri baru atau yang diubah dengan tujuan mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Berdasarkan penelitian yang dilakkan oleh Pramudita & Gunawan (2023) menemukan bahwa human capital berpengaruh positif terhadap green innovation. Pengaruh human capital terhadap Green Innovation disebabkan karena pentingnya human capital sebagai motivator perusahaan untuk menerapkan strategi Green Innovation karena kemampuan manusia sendiri yang akan mengimplementasikan strategi tersebut. Green Innovation mendorong dunia usaha untuk mengubah hasil limbah menjadi barang yang dapat dipasarkan dan dapat menghasilkan lebih banyak pendapatan. Green Innovation dapat memberikan manfaat berupa penghematan biaya produksi bagi perusahaan, peningkatan kinerja keuangan, peningkatan nilai perusahaan, dan meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan (Fabiola & Khusnah, 2022).

Perusahaan yang menerapkan green innovation akan memunculkan green image yang lebih baik dan juga akan mengurangi biaya yang tidak diperlukan serta membuat kinerja keuangan perusahaan menjadi lebih efisien. Penelitian oleh Putra & Narsa (2020) menyatakan bahwa Green Innovation memiliki efek positif terhadap kinerja keuangan. Green Innovation dapat menekan biaya bahan baku lebih rendah dan dapat mengarahkan perusahaan untuk menemukan cara baru untuk mengubah limbah menjadi produk yang dapat dijual yang memberikan pendapatan tambahan. Penerapan Green Innovation ini tentulah harus dibarengi dengan kemampuan pengelolaan keuangan yang baik, supaya laba yang didapatkan bisa maksimal akan tetapi dengan modal yang minimal. Kemampuan pengelolaan keuangan

yang dimaksud tersebut yaitu dengan Accounting Capability.

Accounting Capability (kemampuan akuntansi) merupakan sebuah kemampuan entitas untuk menggunakan sistem akuntansi secara efektif yang berguna untuk mengurangi kesalahan perhitungan dan meningkatkan kegiatan produksi (Winarsih et al., 2021). Accounting Capability menjadi salah satu faktor pendorong meningkatnya kinerja keuangan karena dengan mempunyai kemampuan akuntansi, informasi yang diperoleh akan lebih jelas, detail dan akurat yang nantinya akan melahirkan keputusan yang dapat memaksimalkan sumber daya yang ada. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati & Tamara (2022), Human Capital berpengaruh positif terhadap Accounting Capability. Human Capital perlu memiliki kemampuan akuntansi dalam mengelola bisnisnya. Kemampuan akuntansi pada UMKM ditentukan oleh pemilik atau human capital. Semakin tinggi human capital, maka semakin tinggi tingkat kemampuan akuntansi.

Rahmayanti & Rahmawati (2020) menyatakan bahwa Accounting Capability berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM. Penggunaan kemampuan akuntansi dalam UMKM dipengaruhi oleh human capital. Human capital mempunyai peranan penting dalam menjaga keberlangsungan usaha. Keahlian dan pengetahuan human capital yang tinggi akan mempengaruhi penerapan kemampuan akuntansi dalam pengambilan keputusan yang dapat meningkatkan kinerja keuangan UMKM.

Menurut hasil penelitian Hasmirati & Akuba (2022), bahwa human capital secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM. Semakin unggul human capital (pengetahuan, keahlian dan

kemampuan) maka akan mendorong lebih tinggi kesuksesan UMKM. Sejalan dengan penelitian Malini & Herawati (2021), yang menunjukkan terdapat hubungan positif antara human capital dengan kinerja keuangan UMKM. Ketika UMKM mempunyai SDM atau human capital yang unggul, maka perusahaan memiliki keunggulan kompetitif guna menunjang kinerja perusahaan, human capital menjadi faktor pendorong meningkatnya kinerja perusahaan.

Hal ini diperkuat dalam penelitian Lubis & Ovami (2020), yang menunjukkan human capital sangat penting karena sumber dari inovasi, strategi maupun mimpi dari perusahaan untuk mengungguli persaingan dan penjaualan. Penelitian yang dilakukan oleh Aurelia & Saputra (2023), human capital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan usaha mikro. Hal ini menunjukkan semakin tinggi human capital yang dimiliki usaha mikro maka semakin tinggi pula kinerja keuangan usaha mikro.

Namun dalam penelitian lain ditemukan adanya pengaruh lain antara human capital dan kinerja keuangan, penelitian yang dilakukan oleh Daat & Sanggenafa (2022), menemukan bahwa human capital belum berdampak positif dan signifikan pada peningkatan kinerja keuangan UMKM. Penelitian yang dilakukan oleh Mubarok & Anandya (2022), menyatakan tidak terdapat pengaruh antara penerapan human capital terhadap kinerja keuangan UMKM. dan penelitian yang dilakukan Ekayani et al. (2021), dengan hasil variabel human capital berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja keuangan. Kesenjangan hasil penelitian sebelumnya memotivasi dilakukannya penelitian ini dengan menambahkan variabel mediasi yaitu Green innovation dan Accounting capability.

Green innovation dan Accounting capability sebagai variabel mediasi menjembatani antara variabel bebas dan variabel terikat. Dalam model penelitian ini variabel bebas (human capital) bisa berpengaruh secara langsung terhadap variabel terikat (kinerja keuangan UMKM) dan bisa berpengaruh secara tidak langsung yaitu melalui variabel mediasi (Green innovation dan Accounting capability). Semakin baik human capital dan semakin tepat penerapan green innovation dan accounting capability menjadikan kinerja keuangan suatu entitas bisnis menjadi lebih optimal.

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Anggraeni (2021) yang menganalisis peran inovasi teknologi sebagai mediasi hubungan antara intellectual capital dan kinerja perusahaan. Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada variabel terikat yaitu kinerja keuangan UMKM dan Green Innovation dan Accounting Capability sebagai variabel mediasi. Objek lokasi penelitian ini dilakukan di kota Surabaya dengan alasan perkembangan UMKM di Surabaya yang dinilai selalu mengalami peningkatan.

LANDASAN TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

1. Human capital berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM di kota Surabaya

Sesuai dengan teori yang digunakan yaitu resource based theory yang dimana sumber daya manusia termasuk ke dalam sumber daya yang vital dan mempunyai keunggulan kompetitif. Dengan adanya human capital UMKM memiliki kemampuan untuk bersaing dan meningkatkan pengetahuan baru yang menciptakan nilai tambah usaha. Menurut Fabiola & Khusnah (2022), kinerja UMKM akan meningkat jika UMKM mampu menggunakan pengetahuan

yang dimiliki oleh karyawannya. Human capital didefinisikan sebagai akumulasi pengetahuan, keahlian, pengalaman, dan atribut-atribut kekuatan pekerja lainnya yang relevan didalam kekuatan pekerja sebuah organisasi dan memacu produktivitas, kinerja, dan pencapaian tujuan strategis (Matthewman & Matignon, 2004).

Hasil penelitian dari Akuba (2021), dan Hafidah et al (2022), yang menyatakan bahwa human capital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Usman et al. (2021), dalam penelitiannya menemukan bahwa human capital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM. Apabila pelaku UMKM mengelola human capital dengan baik maka kinerja keuangan UMKM akan meningkat seiring dengan kesiapan modal manusia.

Berdasarkan penelitian diatas, penulis mengambil kesimpulan bahwa semakin tingginya human capital maka semakin tinggi juga kinerja keuangan karena banyaknya pengetahuan, keahlian dan pengalaman yang dimiliki oleh pelaku UMKM maka dapat menentukan atau tidaknya dalam mengelola kinerja usahanya.

H1: Human capital berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan

2. Human capital berpengaruh terhadap green innovation UMKM di kota Surabaya

Resource based theory mengulas adanya sumber daya yang kompetitif dan unggul, entitas akan memiliki kinerja yang baik. *Human capital* berkaitan dengan pengembangan pengetahuan baru atau inovasi yang menciptakan nilai tambah bagi perusahaan berdasarkan pengetahuan yang dimiliki oleh sumber daya manusia yang berada dalam perusahaan tersebut.

Kemampuan perusahaan dalam mengadopsi teknologi untuk mengembangkan inovasi tidak terlepas dari peranan sumber daya manusia (Murtadlo, 2021).

Inovasi di zaman sekarang tidak lepas dari isu global warming dan produk baru yang menjunjung konsep ramah lingkungan (*green innovation*). *Green innovation* berfungsi untuk mengurangi pengaruh negatif masalah lingkungan yang ditimbulkan dari poses produksi dan menciptakan persaingan yang kompetitif bagi perusahaan sehingga mampu meningkatkan kinerja perusahaan secara ekonomis (W. E. Putra & Utama, 2022).

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Pramudita & Gunawan (2023), menyatakan bahwa *human capital* berpengaruh positif terhadap *green innovation*, pengaruh tersebut disebabkan karena pentingnya *human capital* sebagai motivator untuk menerapkan strategi *green innovation*. Penelitian ini sesuai dengan Fabiola & Khusnah (2022), dan Ali et al (2021), yang juga menyatakan *human capital* berpengaruh positif terhadap *green innovation*.

Hal ini menunjukkan bahwa *human capital* memegang peranan penting dalam menjalankan usaha. UMKM dengan pengelolaan *human capital* yang baik dan menerapkan *green innovation* akan mendapatkan nilai tambah tersendiri dari konsumen sehingga akan meningkatkan kinerja keuangan.

H2: *Human capital* berpengaruh positif terhadap *green innovation*.

3. *Human capital* berpengaruh terhadap *accounting capability* UMKM di kota Surabaya

Berdasarkan *resource based theory* sumber daya yang kompeten dapat memberikan perusahaan keuntungan yang

kompetitif. *Human capital* yang meliputi tingkatan pendidikan, kompetensi, kapabilitas dan keahlian merupakan modal dasar bagi perusahaan untuk mempertahankan dan mengembangkan usahanya (Peña et al., 2022). *Human capital* yang mempunyai kemampuan akuntansi yang tinggi akan menempatkan kepentingan pada pendekatan akuntansi dengan tujuan untuk mengambil keputusan-keputusan yang tepat agar perusahaan mampu bertahan.

Penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati & Tamara (2022), menyatakan bahwa *human capital* berpengaruh signifikan terhadap *accounting capability*. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Khoiriyah & Oktari (2021), dan Setyoningrum (2021), juga menemukan dalam penelitiannya bahwa *human capital* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *accounting capability*.

Accounting capability menjadi salah satu pendorong meningkatnya kinerja keuangan, ketika *human capital* mempunyai kemampuan akuntansi informasi yang diperoleh akan lebih jelas, detail, dan akurat yang nantinya akan melahirkan keputusan yang dapat memaksimalkan sumber daya yang ada. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis yang dirumuskan sebagai berikut:

H3: *Human capital* berpengaruh positif terhadap *accounting capability*.

4. *Green innovation* berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM di kota Surabaya

Sesuai dengan teori legitimasi suatu entitas harus beroperasi selaras dengan masyarakat untuk dapat *survive* dan bertahan hidup. Perusahaan yang memiliki inovasi ramah lingkungan yang baik akan memunculkan nilai yang lebih baik dan juga mengurangi biaya yang tidak diperlukan

serta membuat kinerja keuangan perusahaan menjadi lebih efisien.

Hasil penelitian Prasetyo et al. (2023), dan Bibi & Narsa (2022), menyatakan bahwa *green innovation* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Hendra (2023), menyatakan bahwa *green innovation* perusahaan kondusif untuk peningkatan kinerja keuangannya.

Berdasarkan penelitian diatas, penulis mengambil kesimpulan bahwa dengan perusahaan mengimplementasikan *green innovation* akan meningkatkan kinerja dari perusahaan khususnya terkait keuangan. Hal ini terjadi karena *green innovation* akan mampu mengurangi aktivitas proses produksi dan memiliki nilai tambah tersendiri dari konsumen sehingga akan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

H4: Green innovation berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan.

5. Accounting capability berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM di kota Surabaya

Resource based view menggambarkan kemampuan perusahaan untuk memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan ketika sumber daya dikelola sedemikian rupa sehingga apa yang dihasilkan sulit untuk dibuat oleh pesaing. Kemampuan menyusun laporan keuangan merupakan kemampuan seseorang dalam melaksanakan kegiatan memproses data maupun kumpulan data keuangan dengan baik dan juga teratur yang berguna untuk memberikan informasi mengenai keuntungan atau kinerja suatu perusahaan pada periode tertentu (Hidayatulloh, 2020).

Menurut penelitian Winarsih et al (2021), menyatakan bahwa kemampuan akuntansi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM. Penelitian Rostikawati & Pirmaningsih

(2019), dan Dayanti & Putra (2022), mengungkapkan bahwa kemampuan akuntansi sangat penting diperhatikan oleh perusahaan karena dapat mempengaruhi kinerja suatu perusahaan.

Hal ini menunjukkan bahwa *accounting capability* memiliki peran yang penting dalam menjalankan usaha. Kemampuan menyusun laporan keuangan mempengaruhi tingkat kinerja keuangan UMKM, karena tanpa adanya laporan keuangan menurut standar yang ada, evaluasi kinerja keuangan UMKM sulit dilakukan.

H5: Accounting capability berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan.

6. Green innovation memediasi pengaruh human capital terhadap kinerja keuangan UMKM di kota Surabaya

Mendasarkan pada *resource based theory* dengan adanya sumber daya yang kompetitif dan unggul, entitas akan memiliki kinerja yang baik. Teori ini juga menjelaskan Modal manusia memiliki arti kemampuan dan pengetahuan seseorang dalam mengelola suatu entitas. Semakin unggul *human capital* dalam mengelola usaha maka semakin baik juga kinerja yang diperoleh. Penelitian Yuliana (2023), menyatakan bahwa semakin baik modal manusia (pengetahuan, keahlian, dan kemampuan) maka akan mendorong lebih tinggi kesuksesan UMKM. Selain *human capital*, untuk meningkatkan kinerja keuangan dapat dilakukan dengan mengimplementasikan *green innovation*.

Durts & Binus (2019) dalam penelitiannya menemukan pengaruh *human capital* terhadap *green innovation*. *Green innovation* tidak hanya diterapkan oleh perusahaan besar, tetapi juga bisa diterapkan bagi usaha kecil dan menengah dalam meningkatkan kinerja usahanya. *Green innovation* yang diterapkan dapat menghasilkan kesempatan untuk

menetapkan harga yang tinggi dan membuat margin profit yang lebih baik sehingga meningkatkan kinerja perusahaanya. Chen et al (2006) melakukan penelitian green innovation sebagai variabel mediasi pengaruh green market orientation terhadap kinerja bisnis pada UMKM di Indonesia. Hal ini sejalan dengan penelitian Ishaq et al, (2022), yang menyatakan bahwa inovasi dapat memediasi pengaruh *human capital* terhadap *organizational performance*.

Berdasarkan penelitian diatas, penulis mengambil keputusan bahwa ketika modal manusianya sudah unggul di dalam pengetahuan maupun dalam mengimplementasikan inovasi hijau pada usahanya maka akan mendorong hasil yang maksimal dan meningkatnya kinerja yang baik.

H6: Green innovation memediasi pengaruh human capital terhadap kinerja keuangan UMKM.

7. Accounting capability memediasi pengaruh human capital terhadap kinerja keuangan UMKM di kota Surabaya

Resource based theory memiliki argumen dasar bahwa modal intelektual memberikan kontribusi serta keunggulan kompetitif yang bersifat berkelanjutan bagi perusahaan, yang menempatkan pentingnyasumber daya dan implikasinya terhadap *performance* perusahaan. *Human capital* mencerminkan kemampuan kolektif perusahaan untuk menghasilkan solusi terbaik berdasarkan pengetahuan yang dimiliki oleh orang-orang yang ada dalam perusahaan tersebut, dimana akan meningkat jika perusahaan mampu menggunakan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawannya (Endri, 2019). Untuk meningkatkan kinerja keuangan *human*

capital perlu memiliki kemampuan akuntansi dalam mengelola usahanya.

Hasil penelitian Rachmawati & Retnani (2020), menyatakan bahwa *accounting capability* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Rachmawati & Tamara (2022), menyatakan bahwa *human capital* perlu memiliki kemampuan akuntansi dalam mengelola bisnisnya. Dayanti & Putra (2022), dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa *accounting capability* sangat penting diperhatikan oleh perusahaan, karena dapat mempengaruhi kinerja suatu perusahaan.

Human capital yang memiliki keahlian dan kemampuan dibidang akuntansi akan berpengaruh dalam hal pengambilan keputusan yang dapat meningkatkan kinerja keuangan usahanya. Semakin unggul kemampuan akuntansi yang dimiliki oleh modal manusianya maka semakin tinggi pula kinerja keuangan perusahaan.

H7: Accounting capability memediasi pengaruh human capital terhadap kinerja keuangan UMKM.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *human capital* (X1) terhadap kinerja keuangan (Y) dengan green innovation dan *accounting capability* sebagai variabel mediasi (Z). Data yang digunakan menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada responden secara online untuk memperoleh jawaban dari seluruh variabel yang akan diteliti. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala likert.

Populasi dan sampel dari penelitian ini adalah seluruh usaha mikro,kecil dan menengah (UMKM). Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan purposive

sampling dengan kriteria responden 1) UMKM yang berada di kota Surabaya 2) Usahanya sudah berjalan minimal 2 tahun.

Pengukuran variabel

Variabel *Human Capital* diukur dengan empat indikator yaitu: *knowledge*, *experience*, *professional proficiency*, dan *cognitive ability*. Merujuk Syarifah et al., (2020a) dari empat indikator yang telah di paparkan tersebut maka dapat diwujudkan melalui tabel instrumen yang dapat digunakan untuk membuat kuesioner yang akan disebar sebagai berikut:

Tabel 1.1 Instrumen Human Capital

1.	Kesiapan pemilik usaha untuk tugas operasional berdasarkan pengetahuannya
2.	Kemahiran pemilik usaha dalam mengolah bidang usaha yang sedang dijalankan
3.	Sikap pemilik usaha terhadap kesiapan strategi bisnis
4.	Pengetahuan dan kemampuan yang mumpuni dibidang akuntansi
5.	Kemampuan dalam menciptakan produk bisnis yang inovatif

Variabel kinerja keuangan dapat diukur melalui tiga indikator yaitu perkembangan laba, perkembangan jumlah pelanggan, perkembangan jumlah penjualan, perkembangan jumlah aktiva dan perkembangan tenaga kerja setiap tahunnya. Merujuk pada Rachman & Triyanto, (2020), maka kinerja keuangan dapat diukur menggunakan instrument yang nantinya dapat digunakan sebagai acuan dalam membuat kuesioner yang akan disebar berikut ini:

Tabel 1.2 Instrumen Kinerja Keuangan

1.	Keuntungan yang saya dapatkan terus meningkat karena adanya peningkatan penjualan.
2.	Penjualan di usaha yang saya jalankan terus meningkat.
3.	Setiap bulannya, terjadi peningkatan omset di usaha yang saya jalankan.
4.	Setiap tahun, modal usaha saya selalu bertambah.
5.	Usaha yang saya dirikan berhasil mendapatkan jumlah keuntungan sesuai yang ditargetkan.

6.	Mengukur kesehatan usaha akan semakin mudah jika kinerja keuangan stabil dan baik.
7.	Mendeteksi kesehatan atau kecurangan keuangan semakin mudah jika kinerja keuangan semakin baik
8.	Pemilik usaha memiliki keterampilan pengelolaan uang yang baik dan menyadari tingkat pendapatan yang diperlukan untuk menghindari kerugian.

Merujuk pada penelitian Dewi & Rahmianingsih (2020), *green innovation* dapat diukur melalui pengungkapan terhadap proses produksi menggunakan teknologi baru untuk mengurangi penggunaan energi, air dan limbah yang dihasilkan, produk yang dihasilkan perusahaan menggunakan bahan ramah lingkungan, kemasan menggunakan bahan ramah lingkungan dan komponen yang di produksi dapat didaur ulang. Merujuk kepada German et al., (2023), *green innovation* dapat di ukur melalui instrumen penelitian yang nantinya dapat digunakan sebagai bahan dalam membuat kuesioner sebagai berikut:

Tabel 1.3 Instrumen *green innovation*

1.	Biaya produksi mampu berkurang serta diminimalisir
2.	Usaha yang saya jalankan semakin meningkat dari segi reputasi dan kualitas
3.	Semakin berkembangnya usaha yang dijalankan
4.	Bahan yang digunakan mampu memenuhi syarat dan regulasi terhadap ramah lingkungan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nugroho et al., (2019), instrumen dalam penelitian *Accounting capability* dapat dicapai melalui instrumen berikut sebagai dasar dalam membuat kuesioner yang akan disebar kepada UMKM di kota Surabaya:

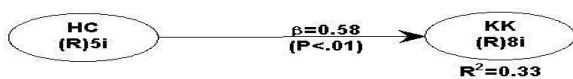
Tabel 1.4 Instrumen *accounting capability*

1.	Adanya informasi yang lebih spesifik dan dapat diandalkan yang tersedia dalam laporan keuangan.
2.	Mematuhi persyaratan standar akuntansi yang sesuai.
3.	Memperlancar penyajian pelaporan keuangan dan mengurangi ketidakakuratan

4.	Keadaan pengelolaan keuangan menjadi lebih baik.
5.	Kemampuan mengambil keputusan secara bijak berdasarkan data keuangan yang ada.

HASIL

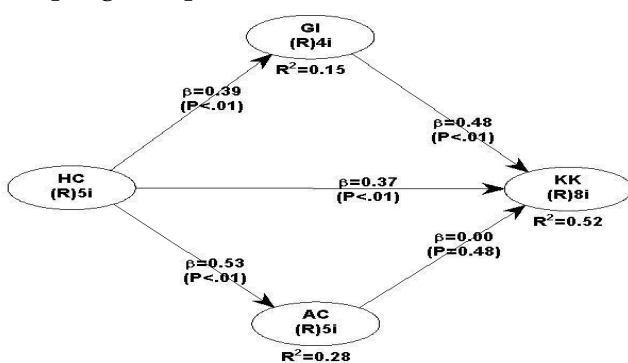
Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Structural Equation Model dengan alternatif Partial least square. Penelitian ini memiliki dua jenis hipotesis, yaitu hipotesis langsung dan hipotesis mediasi. Berikut adalah hasil pengujian hipotesis penelitian ini:



Sumber: Data primer diolah dengan WarpPLS 7.0, 2024

Gambar 1.1 Estimasi hubungan langsung (HC pada KK)

Pada gambar tersebut menunjukkan tahap pertama dari pengujian hipotesis penelitian ini dengan menghitung hubungan langsung dari human capital (x) terhadap kinerja keuangan (y). Pada gambar 1.1 tersebut menunjukkan hasil bahwa dari koefisien jalur HC terhadap KK sebesar $\beta = 0.58$, $P < 0.1$ memperlihatkan hasil koefisien yang menyatakan bahwa hipotesis berpengaruh positif.



Sumber: Data primer diolah dengan WarpPLS 7.0, 2024

Gambar 1.2 Estimasi hubungan tidak langsung (mediasi) full model

Gambar 1.2 di atas merupakan full model dalam penelitian ini, yang mana dalam model tersebut sudah dimasukkan variabel mediasi green innovation dan accounting capability. Berikut adalah ringkasan dari pengujian hipotesis penelitian ini yang disajikan dalam table 1.5 dan 1.6.

Tabel 1.5 Hasil Pengujian Hipotesis 1-5

Hipotesis	Path Coefficient	P Value	Keterangan
H1	0.37	$P < .01$	Diterima
H2	0.39	$P < .01$	Diterima
H3	0.53	$P < .01$	Diterima
H4	0.48	$P < .01$	Diterima
H5	0.00	$P = 0.48$	Diterima

Sumber: Data primer diolah dengan WarpPLS 7.0, 2024

Tabel 1.6 Hasil Pengujian Hipotesis 6 dan 7 (Mediasi)

Path	Path Coefficient		p-value		Hipotesis	Keterangan
	Hubungan Langsung (sebelum dimasukkan variabel mediasi)	Hubungan Langsung (setelah dimasukkan variabel mediasi)	Sebelum dimasukkan variabel mediasi	Setelah dimasukkan variabel mediasi		
HC ke KK	0,58		$P < .01$	$P < .01$	H6	Complementary Partial Mediation
HC ke GI		0,37		$P < .01$		
GI ke KK		0,39		$P < .01$		
HC ke AC	0,53		$P < .01$	$P < .01$	H7	Complementary Partial Mediation
AC ke KK		0,48		$P = 0.48$		
AC ke KK		0,00				

Berikut ini penjelasan mengenai masing-masing hipotesis yang diajukan dalam penelitian:

1) *Human capital* terhadap kinerja keuangan UMKM di kota Surabaya.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 1.5 menunjukkan bahwa pengaruh human capital terhadap kinerja keuangan adalah positif dan signifikan dengan nilai koefisien jalur 0.58 dan nilai P-value $< .01$. Hal ini menunjukkan bahwa H1 terdukung sesuai

dengan hipotesis yang diajukan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syahputra et al., (2023), Hal ini menunjukkan bahwa kinerja keuangan UMKM dipengaruhi secara signifikan dan positif oleh komponen *human capital*.

Menurut data yang telah di uji pada penelitian ini menunjukan bahwa *human capital* merupakan salah satu faktor yang meningkatkan kinerja keuangan UMKM. Kompetensi, keterampilan, dan pengetahuan yang dimiliki memungkinkan sumber daya manusia menjadi lebih inovatif dalam meningkatkan kinerja bisnis. Kinerja bisnis yang lebih tinggi akan dipengaruhi oleh kompetensi sumber daya manusia yang unggul. Rahasia tumbuhnya UMKM di wilayah metropolitan Surabaya adalah pengembangan sumber daya manusia sebagai aset tidak berwujud.

Hal ini disadari oleh salah satu UMKM yang terdapat dalam sampel penelitian ini seperti UMKM “Pentol Kuah Jahat” yang menyadari pentingnya kualitas sumber daya manusia, sehingga karyawan-karyawan dari UMKM ini terbukti memiliki ketrampilan yang baik yang mampu memanfaatkan inovasi menu produk yang dijual kepada konsumen. Dengan adanya inovasi-inovasi tersebut UMKM “Pentol kuah jahat” mampu bertahan hingga dua tahun ditengah semakin ketatnya persaingan UMKM, kemudian berkat ketrampilan karyawan dari UMKM “Pentol kuah jahat” sehingga bisnisnya bisa berkembang dan bertahan hal ini menunjukkan bahwa *human capital* berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM.

Resourced based theory, yang menyatakan bahwa untuk mencapai keunggulan dalam meningkatkan kinerja perusahaan memerlukan sumber daya manusia. UMKM memiliki keunggulan dalam

penciptaan nilai dan kesuksesan finansial berkat investasi pada sumber daya manusia. Semakin tinggi kompetensi sumber daya manusia maka kinerja keuangan akan semakin optimal. Kinerja UMKM akan semakin baik secara finansial jika semakin tinggi kualitas sumber daya manusia yang mereka miliki.

2) *Human capital* terhadap green innovation UMKM di kota Surabaya.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 1.5 menunjukan bahwa pengaruh human capital terhadap *green innovation* adalah positif dan signifikan dengan nilai koefisien jalur 0.39 dan nilai P-value <.01. Hal ini menunjukan bahwa H2 terdukung sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Citrahartani & Dewi, (2023) menyatakan bahwa *human capital* berpengaruh positif terhadap *green innovation*, pengaruh ini disebabkan oleh pentingnya *human capital* atau sumber daya manusia sebagai insentif untuk menerapkan inisiatif *green innovation*. Penelitian ini sesuai dengan Ula et al., (2023), dan Ali et al (2021), yang juga menyatakan human capital berpengaruh positif terhadap *green innovation*.

Berdasarkan sampel yang diuji dalam penelitian ini, terdapat beberapa UMKM yang telah menerapkan *green innovation* dalam usahanya. Salah satunya yaitu UMKM “warung sambelan Mak Tam” yang menggunakan piring *bamboo* dan juga daun pisang sebagai bungkus dan wadah dalam penyajian makanan, hal tersebut berangkat dari pembekalan dan sosialisasi yang dilakukan oleh *owner* tentang pengetahuan dan wawasan terkait pengembangan produk. Adanya pembekalan ini tentunya mengindikasikan adanya kepedulian terhadap

lingkungan dan menciptakan inovasi-inovasi baru dengan pemanfaatan bahan-bahan yang ramah lingkungan.

Wernerfelt (1984) adalah orang pertama yang memperkenalkan *Resourced based view*, yang menyatakan bahwa kemampuan perusahaan untuk mengubah sumber dayanya menjadi keuntungan adalah ukuran sumber daya dan kapabilitasnya. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya sumber daya manusia dalam operasional sebuah perusahaan. UMKM yang menerapkan inovasi ramah lingkungan dan memiliki manajemen sumber daya manusia yang efektif akan memberikan nilai tambah kepada pelanggannya sehingga akan meningkatkan kinerja keuangannya.

3) *Human Capital* terhadap *Accounting Capability* UMKM di Kota Surabaya.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 1.5 menunjukkan bahwa *human capital* terhadap *accounting capability* adalah positif dan signifikan dengan nilai koefisien jalur 0.53 dan nilai P-value <.01. Hal ini menunjukkan bahwa H3 terdukung sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

Hasil uji ini sesuai dengan penelitian lainnya yang dilakukan oleh Syarifah et al., (2020a), juga menemukan dalam penelitiannya bahwa *accounting capability* dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh *human capital*. Salah satu faktor yang mempengaruhi peningkatan kesuksesan finansial adalah keahlian akuntansi. Keahlian akuntansi dalam sumber daya manusia diterjemahkan menjadi informasi yang lebih jelas, tepat, dan akurat, sehingga menghasilkan penilaian yang mengoptimalkan sumber daya yang tersedia.

Menurut sampel data dari penelitian ini, beberapa UMKM menyadari pentingnya

accounting capability dalam pengelolaan usaha. Hal ini, dibuktikan dengan UMKM “Sumber pangan Makmur” yang menekankan pentingnya *accounting capability* terhadap para karyawannya, berdasarkan indikator HC4, mayoritas UMKM yakni sebesar 65% responden juga setuju bahwa karyawan memiliki kemampuan dan pengetahuan yang mumpuni di bidang akuntansi. Hal ini juga memperkuat hipotesis bahwa *human capital* berpengaruh terhadap *accounting capability* sehingga pengelolaan keuangan perusahaan menjadi lebih efektif dan tepat sasaran.

Sumber daya yang kompeten dapat memberikan keuntungan bagi organisasi kompetitif, menurut *Resource based theory*. Suatu perusahaan membutuhkan sumber daya manusia yang mencakup pendidikan, kompetensi, bakat, dan keahlian untuk mempertahankan dan mengembangkan bisnisnya. *Human capital* dengan kapabilitas akuntansi yang tinggi akan mengedepankan pendekatan akuntansi agar dapat mengambil keputusan sebaik mungkin dan menjamin kelangsungan hidup perusahaan.

4) *Green Innovation* terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Kota Surabaya.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 1.5 menunjukan bahwa pengaruh *green innovation* terhadap kinerja keuangan adalah positif dan signifikan dengan nilai koefisien jalur 0.48 dan nilai P-value <.01. Hal ini menunjukkan bahwa H4 terdukung sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

Menurut sampel data yang di uji pada penelitian ini, berapa UMKM seperti yang di jelaskan sebelumnya, ada yang telah menerapkan green innovation pada usahanya. Contohnya adalah UMKM “warung Sambelan Mak Tam” yang menggunakan

bahan-bahan ramah lingkungan. Dan terbukti, pemanfaatan green innovation mampu menambah daya tarik sendiri terhadap konsumen serta meminimalisir biaya untuk modalnya.

Menurut teori legitimasi Dowling dan Pfeffer (1975), legitimasi dapat dipandang sebagai suatu keuntungan atau sumber yang memungkinkan bisnis untuk terus eksis. Teori legitimasi merupakan gagasan tentang hubungan timbal balik yang terjalin antara bisnis dan masyarakat, menurut Mousa & Hassan (2019). Legitimasi didasarkan pada harapan bahwa aktivitas suatu entitas akan mematuhi serangkaian norma, nilai, keyakinan, dan definisi yang dibentuk secara sosial.

Perusahaan hendaknya mampu memberi laporan kegiatan sosialnya supaya terjamin kelangsungan hidup pada perusahaannya. Perusahaan dengan mudah memperoleh legitimasi dari masyarakat karena perusahaan dianggap memperhatikan lingkungan dengan menerapkan green product innovation dan green process innovation, sehingga berdampak baik terhadap kelangsungan hidup perusahaan (Chen & Chang, 2019).

Hasil uji ini sejalan dengan penelitian (Bibi & Narsa, 2022) yang menyatakan bahwa green innovation memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Menurut penelitian lain yang dilakukan oleh (Dewi & Rahmianingsih, 2020) juga menyatakan bahwa kinerja keuangan perusahaan dapat ditingkatkan dengan menggunakan inovasi ramah lingkungan.

Penulis menyimpulkan bahwa bisnis yang mengadopsi teknologi ramah lingkungan akan memiliki kinerja yang lebih baik secara keseluruhan, khususnya dalam hal kinerja keuangan mereka, berdasarkan studi yang disebutkan. Hal ini terjadi sebagai akibat dari kemampuan inovasi ramah lingkungan untuk

menurunkan aktivitas proses produksi dan memberikan nilai lebih kepada pelanggan, yang keduanya meningkatkan keberhasilan finansial bisnis.

5) *Accounting Capability* terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Kota Surabaya.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 1.5 menunjukkan bahwa pengaruh *accounting capability* terhadap kinerja memiliki nilai koefisien jalur 0.00 dan nilai P-value = 0.48. Ketentuan pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolak didasarkan pada besarnya nilai signifikansi. Jika signifikansi lebih kecil atau sama dengan 0,1 ($>0,1$) maka hipotesis diterima. Hasil penelitian diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,48 > 0.1$; maka disimpulkan bahwa H5 yang berbunyi “*Accounting capability* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM Surabaya” **ditolak**.

Berdasarkan indikator *Accounting capability* yaitu mematuhi persyaratan standart akuntansi, responden yang menjawab tidak setuju pada pertanyaan AC3 sebanyak 24% dari total presentase jawaban. Indikator kinerja keuangan setiap tahun modal usaha selalu bertambah, responden yang menjawab tidak setuju pada pertanyaan KK4 sebanyak 39% dari total presentase jawaban.

Standart akuntansi dapat memberikan banyak manfaat bagi UMKM yaitu dapat mengetahui kinerja keuangan UMKM, dapat mengetahui, memilah, dan membedakan harta perusahaan dan harta pribadi, UMKM dapat membuat anggaran yang tepat dan UMKM dapat mengetahui aliran uang tunai selama periode tertentu.

Melihat manfaat yang dihasilkan akuntansi, pelaku UMKM seharusnya sadar bahwa akuntansi penting bagi usaha mereka. Penggunaan akuntansi dapat mendukung

kemajuan UMKM khususnya dalam hal keuangan, peningkatan laba juga dapat direncanakan dengan menggunakan akuntansi. Dengan tingkat laba yang semakin meningkat, UMKM akan dapat berkembang dan bisa bersaing. Namun, berdasarkan responden yang menjawab pada indikator AC3 yaitu mematuhi standar akuntansi masih banyak menunjukkan bahwa masih ada UMKM yang belum menggunakan akuntansi dalam menunjang kegiatan bisnisnya. Hal ini yang membuat UMKM tidak berkembang di tengah persaingan yang ketat.

Hasil uji Pirmaningsih (2019), menunjukkan bahwa *accounting capability* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan karena dengan adanya pengetahuan akuntansi UMKM akan dapat lebih terarah khususnya dalam bidang keuangannya. Akan tetapi hasil penelitian ini menunjukkan hasil yang sebaliknya, bahwa penelitian ini menunjukkan bahwa *accounting capability* berpengaruh negatif dan tidak signifikan. Hal tersebut dapat disebabkan karena ketidakmampuan pelaku UMKM untuk menggunakan akuntansi dalam kaitannya pengelolaan dana yang mereka miliki.

- 6) *Green Innovation* memediasi human capital terhadap kinerja keuangan UMKM di Kota Surabaya.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 1.5 menunjukan bahwa mediasi *green innovation* kepada *human capital* terhadap kinerja keuangan adalah positif dan signifikan dengan nilai koefisien jalur HC ke KK adalah 0.37 dan $P < .01$, kemudian HC ke GI adalah 0.39 dan $P < .01$, serta GI ke KK adalah 0.48 dan $P < .01$. Hal ini menunjukan bahwa H6 terdukung sesuai dengan hipotesis yang diajukan dengan hasil akhir adalah

complementary Partial Mediation. Disebut *complementary Partial Mediation* sebab hubungan langsung antara HC ke KK sudah signifikan sebelum dimasuki variabel mediasi. Akan tetapi, setelah dimasuki dengan variabel mediasi maka hasilnya tetap signifikan walaupun nilai *coefficient* nya turun, sehingga dinamakan dengan *complementary partial mediation*.

Penjualan tidak dapat dipengaruhi secara positif hanya dengan peningkatan kualitas produk saja; kreativitas karyawan dan ide-ide segar, serta serangkaian program pelatihan untuk memanfaatkan pengetahuan yang mereka miliki, namun hal ini masih belum cukup. Seiring dengan peningkatan kompetensi pegawai, UMKM harus mampu meningkatkan kinerja usaha melalui inovasi produk yang mendukung permintaan konsumen akan konsep ramah lingkungan, serta melalui pemilihan dan penggunaan bahan baku ramah lingkungan yang menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan penjualan sekaligus meningkatkan kompetensi pegawai untuk menjamin keberlangsungan usaha.

Beberapa kelompok usaha, seperti UMKM Citra Makmur, menyadari bahwa para pelaku UMKM memiliki kemampuan luar biasa dan ide-ide inovatif yang memerlukan pengelolaan yang cermat, terbukti dari sampel data yang diteliti dalam penelitian ini. UMKM Citra Makmur telah menunjukkan kepedulian terhadap sumber daya manusianya dengan memperkenalkan konsep-konsep baru ke dalam menu produk yang ditawarkan kepada pelanggan. UMKM Citra Makmur menegaskan bahwa inovasi hijau harus diterapkan, termasuk pemilihan dan penggunaan bahan baku yang baik bagi lingkungan dan dapat menghasilkan produk

berkualitas tinggi. UMKM yang memiliki etos kerja yang kuat dapat meningkatkan kinerja bisnisnya dengan meningkatkan penjualan dan menggunakan sumber daya manusia yang dimiliki serta penerapan inovasi hijau yang tepat.

Dengan teori legitimasi yang dikemukakan pertama kali oleh (Dowling & Pfeffer, 1975), ia menyatakan bahwa keberlanjutan dan kesuksesan sebuah organisasi bergantung pada kemampuan sumber daya manusia untuk mencapai tujuan ekonomi dan non ekonomi, dengan cara menyeimbangkan dari berbagai tujuan. Human capital menjadi aspek penting dalam berjalannya suatu organisasi, sehingga menjadi salah satu faktor penting untuk keberhasilan kinerja keuangan. Setiap UMKM jika ingin usahanya berkembang dan bertahan harus mampu meningkatkan kinerja keuangannya dengan memenuhi keinginan konsumen dan UMKM harus selalu melakukan inovasi untuk menciptakan produk baru yang berbeda dengan pesaing yang lain salah satunya yaitu menerapkan green innovation.

Green innovation merupakan penemuan ramah lingkungan yang digunakan oleh dunia usaha dengan mengurangi penggunaan energi selama proses produksi hingga suatu produk jadi. Hal ini membantu bisnis menghemat biaya produksi dengan menghemat bahan mentah dan energi. Hal ini sejalan dengan penelitian Pramesti & Rachmawati, (2022), yang menyatakan melalui praktik-praktik green innovation perusahaan tidak hanya dapat menghasilkan kinerja yang baik, perusahaan juga dapat meningkatkan citra perusahaan dan menarik konsumen baru bagi perusahaan.

7) *Accounting Capabillity* memediasi *Human Capital* terhadap kinerja keuangan UMKM di Kota Surabaya.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 1.5 menunjukkan bahwa Koefisien jalur variabel human capital terhadap kinerja keuangan sebelum memasukkan accounting capability adalah positif dan signifikan <01 (HC ke KK : $\beta = 0.58$, $P < .01$) dan koefisien jalur variabel *human capital* terhadap kinerja keuangan setelah memasukkan *accounting capability* adalah positif dengan nilai signifikan $P = <01$ (HC ke KK : $\beta = 0.37$, $P < .01$) namun setelah dimasukkan terdapat penurunan nilai koefisien jalur dari 0.58 ke 0.37. Tabel 1.6 juga menunjukkan bahwa koefisien jalur variabel *human capital* adalah positif dan signifikan <01 (HC ke AC : $\beta = 0.53$, $P < .01$). Tabel 4.14 juga menunjukkan koefisien jalur variabel *accounting capability* terhadap kinerja keuangan adalah negatif dan tidak signifikan $P = 0.48$ lebih dari 0.10 (AC ke KK : $\beta = 0.00$, $P < 0.48$).

Hal ini menunjukkan bahwa variabel *accounting capability* tidak dapat memediasi pengaruh *human capital* terhadap kinerja keuangan, dan dapat diartikan bahwasannya *human capital* hanya dapat berpengaruh langsung terhadap kinerja keuangan dan tidak dapat berpengaruh melalui *accounting capability*.

Berdasarkan indikator *human capital* yaitu kesiapan pelaku UMKM untuk tugas operasional berdasarkan pengetahuannya dan kemahiran pelaku UMKM dalam mengelola bidang usaha yang sedang dijalankan dan pengetahuan, sebagian besar responden menjawab setuju pada pertanyaan HC1 dan HC2 sebanyak 89% dan 94% dari total masing-masing presentase jawaban. Indikator *accounting capability* yaitu mematuhi persyaratan standart akuntansi dan *accounting capability* dapat memperlancar pelaporan dan

penyajian keuangan, responden menjawab tidak setuju pada pertanyaan AC2 dan AC3 sebanyak 26% dan 15% dari total masing-masing presentase jawaban. Hal ini menunjukkan bahwa *accounting capability* belum memberikan dampak yang begitu tinggi terhadap kinerja bisnis.

Kesiapan dan kemahiran pelaku UMKM dalam mengelola usaha saja tidak cukup untuk bisa meningkatkan kualitas penganggaran sehingga mempengaruhi kinerja keuangan. Seiringnya dengan keterampilan pelaku UMKM harus diimbangi dengan meningkatnya kinerja keuangan dengan memperdalam pengetahuan di bidang akuntansi. Dengan memiliki pengetahuan akuntansi yang baik dapat membantu UMKM dalam membuat anggaran yang tepat sehingga dapat meningkatkan kinerja keuangannya.

Menurut data dan sampel yang diuji dalam penelitian ini masih ada UMKM yang belum menyadari dan belum menggunakan akuntansi dalam menunjang kegiatan bisnisnya. Berdasarkan hal ini menunjukkan bahwa H7 tidak terdukung dan tidak sesuai dengan hipotesis yang diajukan yang menunjukkan variabel *Accounting capability* tidak dapat memediasi pengaruh *human capital* terhadap kinerja keuangan UMKM di Kota Surabaya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti paparkan tersebut di atas, maka penelitian dan pembahasan terkait Peran Mediasi *Green Innovation* dan *Accounting Capability* Pada Pengaruh *Human Capital* terhadap Kinerja Keuangan Pada UMKM di Kota Surabaya, kesimpulan yang dapat diambil setelah data diolah yaitu Kinerja keuangan UMKM terbukti dipengaruhi

secara positif oleh *human capital*, yang menunjukkan bahwa investasi pada *human capital* membantu UMKM mencapai kejayaan. Misalnya saja dalam hal kemampuan melihat prospek usaha. UMKM akan memiliki kinerja keuangan yang lebih baik karena mereka lebih mampu menggunakan sumber daya manusianya. Selanjutnya *Human Capital* terbukti berpengaruh positif terhadap *green innovation*. pengaruh tersebut disebabkan karena pentingnya *human capital* sebagai motivator untuk menerapkan strategi *green innovation*. Berikutnya *Human Capital* terbukti berpengaruh positif terhadap *accounting capability*, ketika *human capital* mempunyai kemampuan akuntansi informasi yang diperoleh akan lebih jelas, detail, dan akurat yang nantinya akan melahirkan keputusan yang dapat memaksimalkan sumber daya yang ada. *Green Innovation* terbukti berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan, dengan perusahaan mengimplementasikan *green innovation* akan meningkatkan kinerja dari perusahaan khususnya terkait keuangan. Hal ini terjadi sebagai akibat dari kemampuan inovasi ramah lingkungan untuk menurunkan aktivitas proses produksi dan memberikan nilai lebih kepada pelanggan, yang keduanya meningkatkan keberhasilan finansial bisnis. Selanjutnya *Accounting Capability* terbukti tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan, sebab masih banyak sumber daya manusia yang belum memahami akuntansi dengan baik. Berikutnya *Green Innovation* terbukti berdampak positif sebagai mediasi dalam pengaruh *human capital* terhadap kinerja keuangan. Yang terakhir *Accounting Capability* terbukti tidak dapat memediasi dalam pengaruh *human capital* terhadap kinerja keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Suyono, N., & Zuhri, F. (2022). Pengaruh Inklusi Keuangan, Literasi Keuangan, Kemampuan Manajerial, Pengetahuan Akuntansi dan Kompetensi SDM Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 2(6), 57–72.
- Anggraeni, D. (2021). *Pengaruh Intellectual Capital, Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019*. STIE Indonesia Banjarmasin.
- Asni, N., & Agustia, D. (2022). The Mediating Role Of Financial Performance In The Relationship Between Green Innovation And Firm Value: Evidence From ASEAN Countries. *European Journal of Innovation Management*, 25(5), 1328–1347. <https://doi.org/10.1108/EJIM-11-2020-0459>
- Aurelia, F., & Saputra, F. G. (2023). Peranan Sistem Digital Accounting Terhadap Perkembangan Bisnis UMKM Di Sidoarjo. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 3(3), 26–40.
- Azhari, R. M. (2020). *Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan Pada UMKM Sektor Pariwisata Di Kambang Iwak (KI) Palembang*. Universitas Bina Darma.
- Azis Fathoni, W. S. H. M. D. (2019). Analysis of Empowerment of Human Resources in Efforts To Optimize the. *Journal of Management*, 5(5), 1–8. <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/1255%0Ahttps://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/download/1255/1222>
- Badjuri, A., Jaeni, J., & Kartika, A. (2021). Peran Corporate Social Responsibility Sebagai Pemoderasi Dalam Memprediksi Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak Di Indonesia: Kajian Teori Legitimasi. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 28(1), 1–19. <https://doi.org/10.35315/jbe.v28i1.8534>
- Barney, J. B. (1986). Strategic Factor Markets: Expectations, Luck, And Business Strategy. *Management Science*, 32(10), 1231–1241.
- Bibi, Y. S., & Narsa, N. P. D. R. H. (2022). Pengaruh Enviromental Management Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Green Innovation Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, 20(2), 90–105.
- CAHYANTI, E. P., WAFIROTIN, K. Z., & Hartono, A. (2019). Pengaruh Kesadaran, Kualitas Pelayanan, Kewajiban Moral, Pengetahuan Pajak, Dan Persepsi Sanksi Perpajakan Pada Kepatuhan Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor Di Kabupaten Ponorogo. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 40. <https://doi.org/10.24269/iso.v3i1.239>
- Chen, Y.-S., & Chang, C.-H. (2013). The Determinants Of Green Product Development Performance: Green Dynamic Capabilities, Green Transformational Leadership, And Green Creativity. *Journal of Business Ethics*, 116, 107–119.
- Citrahartani, L., & Dewi, R. R. (2023). Pengaruh Intangible Asset, Financial Flexibility, Green Innovation, Dan Human Capital Terhadap Sustainable Growth Perusahaan High Profile Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 10(2), 225–248.
- Daat, S. C., & Sanggenafa, M. A. (2022). Knowledge Sharing, Human Capital, dan Kinerja UMKM: Studi Empiris pada UMKM di Kota Jayapura. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 102–109. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v9i2.31360>
- Damayanti, L., & Rusminingsih, D. (2021). Human Identity Factors in Human Capital Investment in Driving Financial Performance, Case Study of the Islamic Hospitality Industry in Indonesia: English. *Tamansiswa Management Journal International*, 1(1), 3–5.
- Dayanti, E., & Putra, R. R. (2022). Pengaruh Kemampuan Akuntansi dan Budaya

- Organisasi terhadap Kinerja Perusahaan dengan SIA sebagai Variabel Moderasi. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 6(3), 2507–2516.
- Dewi, R., & Rahmianingsih, A. (2020). Meningkatkan Nilai Perusahaan Melalui Green Innovation Dan Eco-Effisiensi. *Eksansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan, Dan Akuntansi*, 12(2), 225–243.
- Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975). Organizational Legitimacy: Social Values And Organizational Behavior. *Pacific Sociological Review*, 18(1), 122–136.
- Ekayani, N. N. S., Purbawangsa, I. B. A., Sariyani, N. K., & Suriani, N. N. (2021). Inovasi Teknologi Memediasi Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja UMKM. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 7(4), 658–669.
- Fabiola, V. P., & Khusnah, H. (2022). Pengaruh Green Innovation Dan Kinerja Keuangan Pada Competitive Advantage Dan Nilai Perusahaan Tahun 2015-2020. *Media Mahardhika*, 20(2), 295–303.
- Firmansyah, Y., & Purwaningtias, D. (2017). Analisa Metodologi Ward & Peppard Dalam Penentuan Perencanaan Strategis SI/TI. *Cybernetics*, 1(02), 70–82.
- German, J. D., Redi, A. A. N. P., Ong, A. K. S., & Liwanag, J. L. (2023). The Impact Of Green Innovation Initiatives On Competitiveness And Financial Performance Of The Land Transport Industry. *Heliyon*, 9(8), 1–12.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Universitas Diponegoro.
- Gustila, T. (2019). *Analisis Faktor Pendorong Dan Faktor Penghambat Dalam Menerapkan Inovasi Ramah Lingkungan Pada UKM Di Indonesia*. UAJY.
- Hasmirati, H., & Akuba, A. (2022). Dampak Human Capital, Structural Capital, Dan Costumer Capital Terhadap Kinerja Bisnis UMKM Di Tilamuta. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 4(2), 201–215.
- Hendra, P. (2023). *Dampak Komitmen Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Inovasi Hijau Sebagai Variabel Pemediasi*. Universitas Lampung.
- Hidayatulloh, I. (2020). *Pengaruh Inklusi Keuangan, Literasi Keuangan, Dan Kemampuan Menyusun Laporan Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Umkm Kabupaten Tegal*. Universitas Pancasakti Tegal.
- Iskandar, R., & Jayanto, N. D. (2022). Analisis Pengaruh Kemampuan Dalam Mengoperasikan Dan Memanfaatkan Teknologi Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(1), 46–54.
- Kasmawati, Y. (2017). Human Capital dan Kinerja Karyawan (Suatu Tinjauan Teoritis). *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 3(4), 265. <https://doi.org/10.30998/jabe.v3i4.1781>
- Kristanto, R. S. (2021). Pengaruh Kompetensi SDM, Kualitas Informasi Keuangan dan Locus Of Control Terhadap Kinerja UMKM dengan Pengambilan Keputusan Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 1(1), 46–67.
- Linda Sutanto, Bambang Tjahjadi, & Fiona Niska Dinda Nadia. (2023). The Impact of Human Capital Readiness on Business Performance: The Mediating Role of Innovation Capability. *Journal of Accounting Science*, 7(2), 130–145. <https://doi.org/10.21070/jas.v7i2.1725>
- Mahrani, M., & Soewarno, N. (2018). The effect of good corporate governance mechanism and corporate social responsibility on financial performance with earnings management as mediating variable. *Asian Journal of Accounting Research*, 3(1), 41–60. <https://doi.org/10.1108/AJAR-06-2018-0008>
- Malini, K. T. W., & Herawati, N. T. (2021).

- Pengaruh Efektivitas Penggunaan Dana BPUM, Penggunaan Software Akuntansi, dan Human Capital Terhadap Kinerja Usaha Mikro (Studi Pada Usaha Mikro Penerima Dana BPUM di Kecamatan Buleleng). *Jurnal Akuntansi Profesi*, 12(1), 97–109.
- Matthewman, J., & Matignon, F. (2004). *Human Capital Reporting-an Internal Perspektif*. CIPD and Mercer Human Resource Consulting.
- Mousa, G. A., & Hassan, N. T. (2015). Legitimacy Theory and Environmental Practices: Short Notes. *International Journal of Business and Statistical Analysis*, 2(1), 41–53.
- Mubarok, M. I., & Anandya, A. (2022). Pengaruh Penerapan E-Commerce dan Human Capital Terhadap Kinerja UMKM. *Bandung Conference Series: Accountancy*, 2(2), 1205–1211.
- Muhson, A. (2006). *Teknik Analisis Kuantitatif*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Murtadlo, K. (2021). Peran Human Capital, Struktur Capital, Relasional Capital dan Digital Marketing Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Sketsa Bisnis*, 8(1), 47–62.
- Nandana, R. A. N. (2023). *Peran Mediasi Innovation Capability Dalam Hubungan Pengaruh Technology Capital, Human Capital, dan Organizational Capital Terhadap Kinerja UMKM di Kabupaten Banyumas*. Universitas Jenderal Soedirman.
- Nugroho, A. A., Astuti, D. S., & Kristianto, D. (2018). Pengaruh Teknologi Informasi, Kemampuan Teknik Pemakai, Dukungan Manajemen Puncak Dan Kompleksitas Tugas Terhadap Kinerja Sistem Informasi Akuntansi. *Jurnal Akuntansi Dan Sistem Teknologi Informasi*, 14(4), 507–518.
- Octavina, L. A., & Rita, M. R. (2021). Digitalisasi UMKM, Literasi Keuangan, Dan Kinerja Keuangan: Studi Pada Masa Pandemi Covid-19. *Perbanas Journal of Business and Banking*, 11(1), 73–92.
- Pemerintah RI. (2008). *Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah*.
- Peña, C. Y. P., Losada, C., Hernán, Ó., & Tovar, M. de los A. C. (2022). Human Capital and Economic Growth: Empirical Evidence for South America. *Apuntes Del Cenes*, 41(73), 145–169.
- Pradita, K. D. (2019). 87 - 100. *Pengaruh Tekanan Eksternal, Ketidakpastian Lingkungan, Dan Komitmen Manajemen Terhadap Penerapan Transparansi Pelaporan Keuangan*, 3(2), 87–100.
- Pramesti, G. I., & Rachmawati, S. (2022). Pengaruh Integrated Reporting dan Green Innovation terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(4), 5920–5928.
- Pramudita, E. J., & Gunawan, A. W. (2023). Pengaruh Green Human Resource Management, Green Human Capital dan Green Innovation Terhadap Environmental Performance Melalui Green Human Capital dan Green Innovation pada PT Mitrakarya Cipta Gemilang. *Glosains: Jurnal Sains Global Indonesia*, 4(1), 21–40.
- Prasetyo, H., Yuliansyah, Y., & Dewi, F. G. (2023). The Impact of Environmental Commitment on Financial Performance: With Green Innovation As Mediating Variable. *Central Asian Journal of Theoretical and Applied Science*, 4(1), 42–57.
- Prayogo, D. I., & Syamsuri, A. R. (2023). Pengaruh Human Capital dan Relational Capital terhadap Kinerja Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Desa Sidodadi Ramunia, Deli Serdang, Sumatera Utara. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 7198–7209.
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.
- Puspitowati, I., & Royhard, I. K. (2024). Influence of Entrepreneurial Orientation, Market Orientation and Absorptive Capacity on Business Performance. *International Journal of Application on Economics and Business*, 2(1), 3025–3033. <https://doi.org/10.24912/ijaeb.v2i1.3025-303>

- Putra, I. P. M. J. S., & Narsa, I. M. (2020). The Spirit of Nyepi: Philosophy and its Implementation in Green Accounting: A Conceptual Framework. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 14(2), 854–867.
- Putra, W. E., & Utama, L. (2022). Pengaruh Green Entrepreneurial Orientation dan Green Innovation terhadap Kinerja Berkelanjutan Industri Gigi Palsu. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(2), 534–545.
- Putri Agustin, D. (2023). EFEKTIVITAS SISTEM INFORMASI AKUNTANSI PADA USAHA KECIL DAN MENENGAH DI KOTA DENPASAR PADA MASA PANDEMI COVID-19 Hwihanus Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEKOMBIS)*, 2(1), 252–258.
- Rachman, A. N., & Triyanto, E. (2020). Pengembangan Intellectual Capital Dalam Membangun Kinerja UMKM Komunitas Difabel. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 11(2), 148–156.
- Rachmawati, D., & Tamara, F. (2022). *Human Capital dan Kinerja UKM: Peranan Praktik Akuntansi Manajemen sebagai Pemediasi*. Universitas Udayana.
- Rachmawati, L., & Retnani, E. D. (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Financial Distress. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 9(3), 11–18.
- Rahadian, B. (2019). *Pengaruh Insentif Berbasis Kinerja (Ibk) Terhadap Motivasi Dan Disiplin Tenaga Kependidikan Di Lingkungan Biro Hukum Dan Kesekretariatan Universitas Pendidikan Indonesia*. Universitas Komputer Indonesia.
- Rahmayanti, A. Y., & Rahmawati, D. (2020). Digital Accounting For Small To Medium Enterprises Using Mobile Applications. *3rd International Conference on Vocational Higher Education (ICVHE 2018)*, 172–176.
- Rekarti, E., & Doktoralina, C. M. (2017). Improving Business Performance: A Proposed Model for SMEs. *European Research Studies Journal*, 20(3), 613–623.
- Rostikawati, R., & Pirmaningsih, L. (2019). Pengaruh Kemampuan Menyusun Laporan Keuangan Dan Latar Belakang Pendidikan Yang Dimiliki Oleh Pelaku UMKM Terhadap Kinerja UMKM. *Liability*, 1(2), 1–21.
- Rusdiana, A., & Ibrahim, T. (2020). *Manajemen pengembangan Human Capital*. Yarama Widya.
- Sari, N. P. (2020). Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Kinerja Bisnis Pada Ukm Di Kabupaten Sidoarjo (Studi Empiris pada UKM di Bidang Industri). *Jurnal Akuntansi Unesa*, 8(3), 1–8.
- Setyorini, N. (2023). *Pengaruh Kemampuan Literasi Akuntansi Dan Kemampuan Manajerial Terhadap Kinerja Keuangan Ukm Di Kota Madya Yogyakarta*. Universitas Islam Indonesia.
- Shashwat, K. (2019). *Smes: Key Drivers Of Green And Inclusive Growth*. OECD.
- Sinambela, L. P. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.
- Suchman, M. C. (1995). Managing Legitimacy: Strategic And Institutional Approaches. *Academy of Management Review*, 20(3), 571–610.
- Syahputra, M. A., Maulida, R. A., Edward, R., & Jakarta, U. M. (2023). *Issn : 3025-9495*. 3(8), 122–128. <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Syarifah, I., Mawardi, M. K., & Iqbal, M. (2020a). Pengaruh modal manusia terhadap orientasi pasar dan kinerja UMKM. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 23(1), 69–96. <https://doi.org/10.24914/jeb.v23i1.2521>
- Syarifah, I., Mawardi, M. K., & Iqbal, M. (2020b). The Effect Of Entrepreneurship Orientation Toward Market Orientation And Performance Of Songkok MSME In Gresik Regency. *The International Journal of*

Accounting and Business Society, 28(2), 65–82.

- Ula, F., Khusnah, H., Anugraini, M., & Anshori, M. Y. (2023). Peran Mediasi Green Innovation Pada Pengaruh Human Capital Terhadap Kinerja Bisnis Umkm Surabaya. *Dialektika: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 8(2), 271–280. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v8i2.3272>
- Usman, A., Wirawan, H., & Zulkifl. (2021). Heliyon The Effect Of Human Capital And Physical Capital On Regional Financial Condition: The Moderating Effect Of Management Control System. *Heliyon*, 7(4), 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06945>
- Wahyuni, L., & Anggraini, F. (2021). Peran Inovasi Teknologi Sebagai Mediasi Hubungan Antara Intellectual Capital Dan Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Di Indonesia). *Journal Faculty of Economics, Bung Hatta University*, 19(1), 1–19.
- Winarsih, W., Winarti, W., Machmuddah, Z., & Tahar, E. binti. (2021). The Relationship between Capital Financial, Accounting Capability and Micro-, Small-and Medium-Sized Enterprises' (MSMEs) Financial Performance in Indonesia. *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, 8(2), 229–242.
- Wulandari, W., Sodik, S., & Handini, D. P. (2020). Pengaruh Human Capital Dan People Equity Terhadap Kinerja UKM Kerajinan di Malang Raya Melalui Strategi Inovasi. *Conference on Innovation and Application of Science and Technology (CIASTECH)*, 3(1), 77–86.
- Yuliana, U. P. (2023). *Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia, Sarana Prasarana Dan Sistem Penganggaran Terhadap Kinerja Pengelolaan Keuangan Pada Perguruan Tinggi Swasta Di Tegal Jawa Tengah*. Universitas Pancasakti Tegal.

INDEPENDENT COMMISSIONERS AS GATEKEEPERS: INFLUENCES ON DEBT POLICES AND OWNERSHIP IN COAL MINING FIRMS

Novia Siti Nurjanah¹, Riyan Harbi Valdiyansyah^{2*}

^{1,2}Master of Accounting Program, Department of Economic and Business, Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia

Email: 2332600226@student.budiluhur.ac.id¹; rvaldiansyah@budiluhur.ac.id^{2*}

Abstract: This study analyzes the role of governance mechanisms in moderating the effect of share ownership status (managerial and institutional) on debt policy in coal mining companies in Indonesia for the 2019-2023 period. Utilizing secondary data from 13 companies (65 company-years) and employing the panel regression method with EViews 13 tools, the study's findings are as follows: Firstly, managerial ownership has been found to exert a significant positive influence on debt policy, as indicated by the Debt-to-Equity Ratio (DER). Secondly, institutional ownership has been demonstrated to possess a substantial negative effect, reflecting investors' propensity for a conservative capital structure. Thirdly, the presence of independent commissioners has been observed to diminish the positive effect of managerial ownership, underscoring the significance of supervision in balancing risk. Finally, independent commissioners have been found to mitigate the negative effect of institutional ownership, highlighting the importance of transparency. The study's findings offer guidance for various stakeholders, including management, investors, and regulators, in financial decision-making and the implementation of Good Corporate Governance. The study's limitations stem from its narrow focus on the coal mining subsector and the exclusion of additional variables, such as profitability. Suggestions for future research include expanding the study to include additional sectors and incorporating contextual variables.

Keywords: Managerial Ownership, Institutional Ownership, Debt Policy, Independent Commissioner, Coal Company

INTRODUCTION

Mining companies, especially in the coal sector in Indonesia, require large capital, so management requires loans to third parties, both financial and non-financial institutions. By relying on the strength of its own capital, this will have an impact on the profits received by investors or shareholders. However, the phenomenon that occurred from 2019 to 2023 shows that total debt experienced fluctuating movements (Figure 1). Decisions in debt taking policies need to be considered by the company's management considering that Indonesia is among the richest countries in natural resources with the 6th rank in the world and is ranked as the 3rd largest exporter in the world (United States Geological Survey (USFGS) this ranking is estimated with coal

reserves still sufficient for the next 49 years (Umam. K et al., 2020) and can be an opportunity for companies to generate revenue by exploring these coal reserves.

The movement of coal tonnage fluctuates which is in line with the movement of coal mining company debt during 2019 to 2023 (Figure 2).

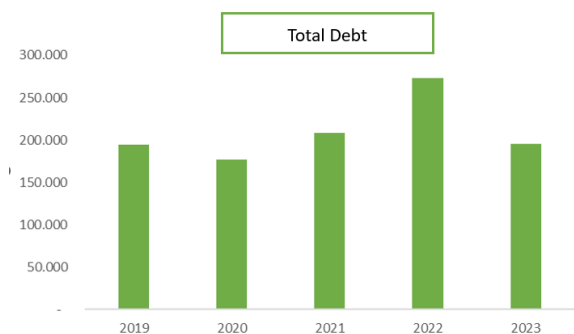


Figure 1. Total debt of coal sub-sector companies on the Indonesia Stock Exchange in 2019-2023

Source: data processed (www.idx.com)

The coal sector is currently under

significant pressure due to plans to develop new renewable energy (EBT), such as that of China Three Gorges Renewables Group Co with an investment of IDR 157.27 trillion. The plan has had a negative impact on coal mining share prices, so companies in this sector face a dilemma in managing operations and developing funding.

In addition, the UK's move to close its last power plant, Ratcliffe-on-Soar, after almost 140 years of coal use further emphasizes the global shift from coal to more environmentally friendly energy (CNN Indonesia, 2024). The role of ownership status and corporate governance is very important in facing the challenges of the coal sector. Managerial ownership status is the proportion of share ownership owned by management, namely directors and commissioners so that company managers as well as shareholders have the motivation to increase company value, because with the increase in company value, the value of their wealth / property as individual shareholders will also increase so that it can result in wise decision making, especially related to funding (Ruli prabawati, 2018).

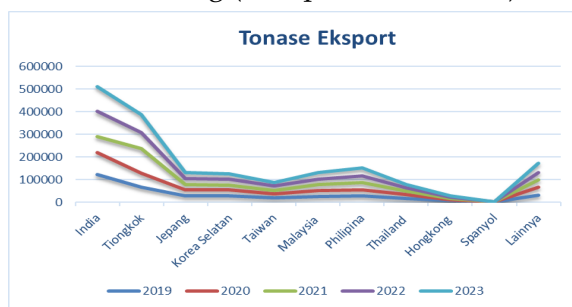


Figure 2. Coal Tonnage 2019-2023

Source:

<https://www.bps.go.id/id/statistics-table/1/M-TAZNCMx/ekspor-batu-bara-menurut-negara-tujuan-utama--2012-2022.html>

However, research on the effect of governance on debt policy provides mixed results. For example, independent commissioners significantly negatively affect the debt ratio (Septian & Pangabea, 2017)

or have no effect simultaneously (N. Aini et al., 2021). On the other hand, they still have an impact on financial performance (Mayasari & Al-Musfiroh, 2020). Meanwhile, the institutional ownership structure also shows mixed results, ranging from having no significant effect on debt policy (Bonita & Pohan, 2019; Aisyah & Sihotang, 2021) to having a positive impact (Kartikasari et al., 2022). In the Indonesian mining sector, corporate governance is a challenge because it is influenced by informal governance which is more dominant than formal authority.

The implications of this research are expected to provide additional understanding of the status of share ownership and debt policy which in turn can help company management in formulating a more effective financial strategy. In addition, researchers also try to analyze whether the governance mechanism embodied in the independent commissioner is able to prove as a significant moderating factor, so that companies with good governance implementation can manage risks related to debt policy so as to improve company finances. Furthermore, this study is also expected to provide insight to investors regarding how the ownership status and implementation of governance in the company, can provide confidence to investors in terms of managing their debt policy. Finally, this research also useful for regulators to be able to make a basis for formulating policies on how to implement good GCG to create a healthy business climate.

LITERATURE REVIEW

Agency Theory

Agency theory explains that this theory is used as the basis for understanding all Corporate Governance issues between the interests of owners and management so that

they become healthier and aligned with goals. as for the role of corporate governance in this agency theory, management as an agent has the responsibility to optimize the profits of the owners and in return management is given compensation in accordance with the previous agreement (Arwani, 2024).

In agency theory, ownership status plays an important role in debt policy decision making. High managerial ownership can reduce conflicts of interest between shareholders and management so that it can encourage more effective debt use policy making, and the implementation of good governance mechanisms can be used as a monitoring mechanism in making debt decisions that are not based solely on management interests but are aligned with the interests of shareholders (Zahrawani et al., 2021).

Ownership Status

Ownership status is the proportion of management ownership in a company. The ownership status is divided into two types, namely managerial ownership status and institutional ownership status. Both of them are almost all companies openly will have both compositions. Managerial ownership is the proportion of shareholders who actively participate in decision making in the company while institutional ownership is an institution that owns shares in a company (Sintyawati & Dewi, 2018).

Corporate Governance

The corporate governance mechanism is a structure and process used to direct and manage the business to achieve business progress and corporate accountability with the goal of creating company value and shareholder wealth in a sustainable manner

by considering the interests of stakeholders (Sintyawati & Dewi, 2018). Independent commissioners are one of those listed in Corporate Governance, independent commissioners are not employees registered with the company but commissioners whose job is to create trust by stakeholders, commissioners can increase transparency, accountability, and objective decision making, (E. D. N. Aini & Sumriyah, 2024). The role of Independent Commissioners makes a positive contribution to the sustainability of the company and stakeholder trust, company reputation, and creates a healthy and sustainable business environment. Thus, the existence of an Independent Commissioner is not only a formality, but the main key in realizing Good Corporate Governance (GCG) practices in Limited Liability Companies.

Debt Policy

Debt policy is a very sensitive decision for companies, especially for companies that have conducted IPOs because it will raise issues that will affect the company's reputation. As for several debt measurements, one of them can be used using indicators, namely DER or Debt to Equity Ratio which shows the proportion of equity in guaranteeing total debt (Kartikasari et al., 2022). Debt policy is a regulation that has been made by a company and has a function that can fund all operations in the company using debt costs (Firmansyah & Fathurahman, 2020)

The dual role of a manager, where the manager is also a shareholder, is indicated by managerial ownership (Ranji Mai Putra & Muhammad Rivandi, 2023). Reducing the firm's debt, starting with an established debt strategy, is the first step in lowering this risk. To fulfill the main objective of expanding its

profits, managerial ownership requires taking action to make the best business decisions to increase the wealth of owners or shareholders (Rahayu & Rusliati, 2019). Managerial ownership has a positive effect on debt policy because the greater the share ownership by managers, the more aligned with the interests of shareholders in making funding decisions, managers who own a significant number of shares are more confident in managing debt as a source of funding for the prospect of company continuity, this triggers a sense of dual ownership of a manager as well as a shareholder (Christiawan & Tarigan, 2007).

H1 : Managerial ownership status has a positive effect on debt policy.

Institutional investors tend to prefer lower leverage, as they are often risk-averse and concerned with financial stability. Higher institutional ownership is associated with lower debt levels, as these investors encourage a more conservative capital structure (Barg et al., 2023; Tarighi et al., 2022). This is in line with the finding that firms with higher brand equity, which attract institutional investors, use less debt despite having greater debt capacity (Mauer et al., 2022). Interestingly, the relationship between institutional ownership and leverage appears to be causal. Evidence from the Federal Trademark Dilution Act of 1996 shows that exogenous increases in brand value, which attract institutional investors, significantly lower leverage ratios for firms with well-known brands (Mauer et al., 2022). This effect is stronger for firms with securitized trademarks and weaker for firms with high business risk.

H2 : Institutional Ownership has a negative effect on debt policy

Additional research investigates how

independent commissioners with managerial ownership affect debt policy. Research shows that independent commissioners have a favorable impact on debt policy initiatives related to managerial ownership (Maulana, 2020). Basically, the task of independent commissioners is to guide the company towards established guidelines to decide on future tactics. Financial allocation can be managed through the creation of debt policy in a way that lowers the tax burden or other characteristics that the strategy aims to achieve. Because debt can basically be used as an income deduction and results in lower taxes due to interest payments associated with corporate debt (Yulianti & Cahyonowati, 2023).

H3 : Independent commissioners weaken the positive effect of managerial ownership on debt policy.

The presence of independent commissioners is crucial, especially when assessing the company's funding needs, which are set by policies developed and funded by debt. Effective supervision by impartial commissioners will reduce fraudulent activities of company management, including debt management and policy making (Ritama & Iskandar, 2021). Managerial ownership strengthens the negative influence of institutional ownership on debt policy. This can be seen from the convergence of interests where managers who own shares in the company will be more careful in making financing decisions, because they will bear financial risk with this institutional shareholder to increase leverage can be controlled by managerial interests in maintaining the company's financial stability.

H4 : Independent commissioners strengthen the negative influence of institutional ownership on debt policy.

RESEARCH METHODS

This research is included in quantitative research using secondary data, with the population used in this study are energy sector companies with coal mining sub-sectors with a total of 25 companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) with sampling selection techniques using purposive sampling (table 1).

Based on the criteria for the purposive sampling technique in table 3, a total sample of 65 company-years was obtained. The overall research analysis model is as follows:

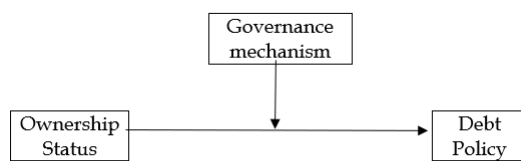


Figure 3. Analysis Model

Ownership status is projected into two measures (managerial ownership and institutional ownership). Managerial ownership is measured by the number of shares owned by management compared to the number of shares outstanding, as this measurement reflects the extent to which management has an incentive to maximize firm value through share ownership (Kartikasari et al., 2022).

Institutional ownership is measured by the number of shares owned by institutions compared to the number of shares outstanding, which shows the influence of large institutions on company policy (Kartikasari et al., 2022).

Table 1. Purposive Sampling

No	Description	Total	Year	Total sample
1	Total Coal Mining Companies 2019-2023	25	5	125
2	Coal mining companies that are not consecutively listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) from 2019 to 2023.	(2)	5	(10)
3	Coal mining companies that do not publish consecutive annual financial reports from 2019 to 2023	(5)	5	(25)
4	Coal mining companies with a minus equity position during the study period	(5)	5	(25)
Total Sample Used		13	5	65

Source: www.idx.com (Data processed)

Debt to Equity Ratio (DER) is used to measure the ratio between total debt and total equity, providing an overview of the comparison of total liabilities with total business operating capital, also known as equity. If the company's debt ratio is greater than its operating capital, then this is one sign that the company's solvency is problematic (Aning, 2024). The governance mechanism is measured by the number of independent commissioners compared to the number of commissioners, which aligns the interests of majority and minority stakeholders and as a mediator between managers, auditors, and stakeholders. In addition to this, independent commissioners have a role in planning the company's long-term strategy, as well as evaluating its implementation (Aisyah & Nur, 2023). This research was analysed using the moderation

regression analysis method and analysed using the help of E-Views 13 software.

Table 2. Variable Measurements

Variables	Description	Measurement
Ownership status	Managerial Ownership	$\frac{\text{Shares of Managerial Ownership}}{\text{Number of Shares Outstanding}}$
	Institutional Ownership	$\frac{\text{Shares of Institutional Ownership}}{\text{Number Of Shares Outstanding}}$
Debt Policy	Debt to Equity Ratio (DER)	$\frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Equity}}$
Governance Mechanism	Independent Commissioner	$\frac{\text{Number of Indep. Commissioners}}{\text{Total Commissioners}}$

Source: (Aning.F, 2024; Kartikasari et al., 2022), (Puspitasari et al., 2024)

RESULTS AND DISCUSSION

Based on table 3, it shows that the average debt policy projected through the Debt-to-Equity ratio is 1.4579, which means that the Company's debt is higher than equity, this signals that the Company is financing its operations using debt rather than its own capital. Managerial ownership has a value of 0.0593 which is smaller than the value of 0.9407, where the company is more interested in the type of institutional ownership which is considered stronger than managerial ownership, and the value of the independent commissioner is 0.4329 which means that the company in implementing GCG will use one of them through the performance of independent commissioners.

In addition, some of the variables of this study (KEPINS and INDEP) have a standard deviation smaller than the average, which means that the distribution of research data is homogeneous, while the standard deviation value of the variables (KEPMAN and DER) is greater than the average value, which means that the data is quite heterogeneous and is used as a representation of the overall existing data

Table 3. Descriptive Statistical Analysis

	DER	KEPMAN	KEPINS	INDEP
Mean	1.4579	0.0593	0.9407	0.4329
Median	0.6931	0.0012	0.9988	0.4000
Max	24.8489	0.6756	1.0000	0.8000
Min	0.0505	0.0000	0.3244	0.2500
Std. Dev.	2.9658	0.1577	0.1577	0.1164
N	90	90	90	90

Description: KEPMAN: Managerial ownership; KEPINS: Institutional Ownership; KOMDEP: Independent Commissioner; DER: Debt-to-Equity Ratio

Source: Data Processing Results, 2025

Based on the results of table 4 shows model 1 prob value. Managerial ownership of 0.0142 means that it has a positive effect on debt policy, then this supports hypothesis H1. Agency theory states that managerial ownership positively affects leverage because managerial ownership aligns the interests of managers with the interests of shareholders, thereby encouraging managers to take on more debt to increase firm value. This is consistent with the incentive alignment hypothesis, as evidenced in a study of Chinese listed companies which found that managerial ownership has a positive and significant impact on the Company's leverage ratio (Vijayakumaran & Vijayakumaran, 2019).

Interest alignment reduces agency costs and encourages managers to make riskier financial choices, including higher leverage. This suggests that when managers own shares in the company, they are more likely to make decisions that are in line with shareholders' interests, including taking on more debt to finance growth opportunities. The positive relationship between managerial ownership and leverage is especially evident in private companies after the 2005 stock split reform in China (Vijayakumaran & Vijayakumaran, 2019). The results of this study are in line with the results of previous studies (Mauer et al., 2022; Vijayakumaran & Vijayakumaran,

2019) and contradict other studies (Alshareef, 2024; Uddin et al., 2019).

Table 4. Hypothesis Test

Model 1			Model 2		
Variables	C	Prob.	Variables	C	Prob.
C	-0.1694	0.2005	C	1.7162	0.0212
KEPMAN	1.8856	0.0142*	KEPINS	-1.8856	0.0142*
KOMDEP	1.7925	0.0000*	KOMDEP	-1.814	0.2983
KEPMAN *KOMDEP	-3.6065	0.0443*	KEPINS *KOMDEP	3.6064	0.0443*
R-Squared	0.1401		R-Squared	0.1401	
F-Stat	40.4526		F-Stat	40.453	
Prob(F-Stat)	0.0000		Prob(F-Stat)	0.0000	
N	90		N	90	

Description: KEPMAN: Managerial ownership; KEPINS: Institutional Ownership; KOMDEP: Independent Commissioner; DER: Debt-to-Equity Ratio; *: Moderating Effect

Source: Data Processing Results, 2025

Furthermore, model 2 shows the Prob value of KEPINS 0.0212, which means that institutional ownership has a negative effect on debt policy, and this supports hypothesis H2. Agency theory states that institutional ownership can negatively affect leverage in various ways. Institutional investors, as active monitors, can reduce agency costs and information asymmetry between managers and shareholders (Cao et al., 2020). The negative relationship between institutional ownership and leverage can be explained because institutional investors, especially stable long-term investors, can effectively reduce the cost of equity capital (Gao et al., 2019). This makes equity financing relatively more attractive compared to debt, leading to a lower debt-to-equity ratio. In addition, higher institutional ownership is associated with lower debt levels, as these investors encourage a more conservative capital structure (Barg et al., 2023; Tarighi et al., 2022). The results of this study are in accordance with previous research (Barg et

al., 2023; Tarighi et al., 2022) but contrary to research (Alshareef, 2024; Vijayakumaran & Vijayakumaran, 2019).

Regarding the effect of governance mechanisms, table 4 model 1 explains that independent commissioners reduce the positive effect of managerial ownership on debt policy (Prob. 0.0443<0.05). Agency theory states that independent directors can help reduce agency problems between managers and shareholders. Previous study found that managerial ownership has a positive and significant impact on firm leverage, consistent with the incentive alignment hypothesis. This indicates that when managers own more shares, they may be more willing to take on debt to finance growth opportunities (Vijayakumaran & Vijayakumaran, 2019). Managerial ownership generally has a positive impact on corporate leverage decisions, stating that managerial ownership has a positive and significant impact on corporate leverage, consistent with the incentive alignment hypothesis (Vijayakumaran & Vijayakumaran, 2019). This suggests that when managers own more shares, they tend to increase the company's debt level. Therefore, regarding independent commissioners, (Ataay, 2018) mentions that board independence on this sensitivity becomes the opposite i.e. weakens the performance sensitivity of executive pay (Ataay, 2018). While this does not directly address the impact on DER, it does suggest that independent directors may have the opposite effect on managerial decisions.

The research results of the last hypothesis in table 4 model 2 show that the prob value. KEPINS * KOMDEP <0.05 (0.0443) which means that the governance mechanism proxied by independent commissioners weakens the negative effect

of institutional ownership on debt policy. Based on theory, agency theory states that independent commissioners and institutional ownership can serve as monitoring mechanisms to reduce agency conflicts between managers and shareholders (Bansal et al., 2018 ; García-Sánchez et al., 2021). However, these findings suggest that a lack of board independence could potentially weaken the negative effects of institutional ownership on corporate finance decisions, including capital structure choices that affect debt-to-equity ratios. This is due to the erosion of trust in governance, increased perceived risk, reduced trust in strategic decisions, regulatory and reputational risk, and adverse market reactions. Failure in the role of the Independent Commissioner can attract regulatory scrutiny and damage the company's reputation. Institutional investors, who are increasingly prioritizing Environmental, Social and Governance (ESG) factors, may see such failures as a red flag and reduce their ownership stake (Dyck et al., 2019).

CONCLUSION

This study analyses the role of governance mechanisms in moderating the effect of share ownership status (managerial and institutional) on debt policy in coal mining companies in Indonesia for the 2019-2023 period. Based on the analysis of secondary data from 13 companies (65 company-years) using the panel regression method with the EViews 13 tool, the main findings of this study are First, Managerial Ownership has a significant positive effect on debt policy (Debt-to-Equity Ratio / DER). This is consistent with agency theory, where share ownership by managers aligns their interests with shareholders, encouraging the use of debt to increase firm value. Second,

Institutional Ownership has a significant negative effect on debt policy. This finding reflects institutional investors' preference for a conservative capital structure to minimize financial risk, in line with their risk-averse character. Third, Independent Commissioners managed to weaken the positive effect of managerial ownership on debt policy. This shows the critical role of independent commissioners in overseeing risky funding decisions, thus balancing the interests of management and shareholders. Finally, Independent Commissioners weaken the negative influence of institutional ownership on debt policy. This finding confirms the importance of transparency and accountability in financial decision-making, especially amid global pressure on the coal sector due to the clean energy transition.

The results provide guidance for management in designing effective funding strategies, considering share ownership and the role of governance. For investors, the findings reinforce the importance of monitoring Good Corporate Governance (GCG) practices as an indicator of trust in debt management. Regulators can utilize these results to develop policies that encourage the implementation of GCG to create a healthy and sustainable business climate.

This research is limited to the coal mining subsector and has not included variables such as profitability or macroeconomic conditions. For future research, it is recommended to expand the scope to other energy sectors. add variables such as financial performance, liquidity, or the impact of government policies. Analyze the interaction between governance and external factors, such as environmental regulations or global market pressures. As such, this study provides an academic and practical contribution to understanding the dynamics of debt decisions in the mining

sector, particularly in the context of energy transition and increasingly complex governance demands

REFERENCES

- Aini, E. D. N., & Sumriyah. (2024). Keberadaan Komisaris Independen Dalam Menerapkan Good Corporate Governance Pada Perseroan Terbatas. *Jurnal Hukum Dan Sosial Politik*.
- Aini, N., Asmeri, R., Ardiani, Y., Ekonomi, F., & Akuntansi, J. (2021). Effect Of Good Corporate Governance on Debt Policy (Empirical Study of Mining Companies Listed on The Indonesia Stock Exchange 2014-2018). *Pareso Jurnal*, 3(3), 557–574.
- Aisyah, S., & Sihotang, E. (2021). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional Dan Profitabilitas Terhadap Kebijakan Hutang Perusahaan Pada Sektor Property dan Real Estate Yang Terdaftar di Bei Periode 2015 - 2019. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi Dan Manajemen Tri Bisnis*, 3(2). <https://doi.org/10.59806/Tribisnis.V3i2.41>
- Aisyah, Y., & Nur. C. (2023). Pengaruh Dewan Direksi, Komisaris Independen, Komite Audit, Kepemilikan Manajerial, Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 12(1).
- Alshareef, M. N. (2024). Ownership Structure and Financial Sustainability of Saudi Listed Firms. *Sustainability*, 16(9), 3773. <https://doi.org/10.3390/Su16093773>
- Aning.F. (2024). *Analisis Laporan Keuangan* (Nurjanah.S, Ed.). CV.Malik Rizki Amanah. <https://Repo.Unperba.Ac.Id/Dosen/Download/384>
- Arwani, A. (2024). *Grand Theory Esensi Ilmu Sosial Dan Ekonomi* (1st Ed.). Eureka Media Aksara. <https://Repository.Penerbiteureka.Com/Media/Publications/568470-Grand-Theory-Esensi-Ilmu-Sosial-Dan-Ekon-B0095fd5.Pdf>
- Ataay, A. (2018). Performance Sensitivity of Executive Pay: The Role of Ownership Structure, Board Leadership Structure and Board Characteristics. *Economic Research-Ekonomika Istraživanja*, 31(1), 1152–1168. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2018.1456951>
- Bansal, S., Lopez-Perez, M. V., & Rodriguez-Ariza, L. (2018). Board Independence and Corporate Social Responsibility Disclosure: The Mediating Role of The Presence of Family Ownership. *Administrative Sciences*, 8(3), 33. <https://doi.org/10.3390/Admsci8030033>
- Barg, J. A., Drobetz, W., El Ghouli, S., Guedhami, O., & Schröder, H. (2023). Institutional Dual Ownership and Voluntary Greenhouse Gas Emission Disclosure. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4627066>
- Bonita, A., & Pohan, H. T. (2019). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Kebijakan Dividen, Struktur Aset, Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Risiko Bisnis, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan Utang Pada Perusahaan Non Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Informasi, Perpajakan, Akuntansi, Dan Keuangan Publik*, 12(1). <https://doi.org/10.25105/jipak.v12i1.4580>

- Cao, Y., Dong, Y., Lu, Y., & Ma, D. (2020). Does Institutional Ownership Improve Firm Investment Efficiency? *Emerging Markets Finance and Trade*, 56(12), 2772–2792.
<https://doi.org/10.1080/1540496x.2018.1486705>
- Christiawan, Y. J., & Tarigan, J. (2007). Kepemilikan Manajerial: Kebijakan Hutang, Kinerja Dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 9(1).
- CNN Indonesia. (2024, October 1). Tutup PLTU Terakhir, Inggris Negara G7 Pertama Tinggalkan Batu Bara. *CNN Indonesia*.
<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20241001131541-85-1150321/Tutup-PLTU-Terakhir-Inggris-Negara-G7-Pertama-Tinggalkan-Batu-Bara>
- Dyck, A., Lins, K. V., Roth, L., & Wagner, H. F. (2019). Do Institutional Investors Drive Corporate Social Responsibility? International Evidence. *Journal Of Financial Economics*, 131(3), 693–714.
<https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2018.08.013>
- Firmansyah, A., S. T. A., & Fathurahman, F. (2020). Nilai Perusahaan, Kebijakan Utang, Good Corporate Governance, Cash Holding. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 20(2).
<https://doi.org/10.20961/Jab.V20i2.568>
- Gao, H., Shen, Z., Li, Y., Mao, X., & Shi, Y. (2019). Institutional Investors, Real Earnings Management and Cost of Equity: Evidence from Listed High-Tech Firms in China. *Emerging Markets Finance and Trade*, 56(14), 3490–3506.
<https://doi.org/10.1080/1540496x.2019.1650348>
- García-Sánchez, I., Hussain, N., Khan, S., & Martínez-Ferrero, J. (2021). Assurance Of Corporate Social Responsibility Reports: Examining the Role of Internal and External Corporate Governance Mechanisms. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 29(1), 89–106.
<https://doi.org/10.1002/csr.2186>
- Kartikasari, E., Dewi, A., & Sulton, M. (2022a). Kepemilikan Manajerial Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Kebijakan Hutang Pada Perusahaan Manufaktur Si BEI Tahun 2016-2019. *Owner*, 6(1), 940–947.
<https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.703>
- Mauer, D. C., Villatoro, N., & Zhang, Y. (2022). Brand Equity and Corporate Debt Structure. *Journal Of Business Finance & Accounting*, 49(7–8), 1077–1112.
<https://doi.org/10.1111/jbfa.12597>
- Maulana, I. (2020). Analisis Pengaruh Dewan Komisaris Independen, Kepemilikan Manajerial Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Kinerja Perusahaan Jasa Keuangan Di Indonesia. *Jurnal REKSA: Rekayasa Keuangan, Syariah Dan Audit*, 7(1), 11.
<https://doi.org/10.12928/j.reksa.v7i1.2455>
- Mayasari, M., & Al-Musfiroh, H. (2020). Pengaruh Corporate Governance, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Kualitas Audit Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Pada Tahun 2014. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Indonesia (JABISI)*, 1(2).
<https://doi.org/10.55122/jabisi.v1i2.185>
- Puspitasari, E., Usmar, D., & Faris Rudiana, I. (2024). Pengaruh Komisaris Independen Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Kualitas Laba (Suatu Studi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun

- 2019). *Jurnal Industrial Galuh*, 6(1).
<https://doi.org/10.25157/jig.v6i1.3797>
- Rahayu, D., & Rusliati, E. (2019). Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan Dividen. *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer*, 11(1), 41–47.
<https://doi.org/10.23969/jrak.v11i1.1870>
- Ranji Mai Putra, & Muhammad Rivandi. (2023). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Profitabilitas, Terhadap Kebijakan Hutang Pada Perusahaan Consumer Goods Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Selama Periode 2018-2021. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 51–60.
<https://doi.org/10.30640/jumma45.v2i1.964>
- Ritama, R. I., & Iskandar, D. (2021). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Proporsi Dewan Komisaris Independen, Dan Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2018-2020. *Advance: Jurnal Accounting*, 8(2), 55–65.
- Ruli Prabawati. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Manajerial, Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang, Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan. *Energies*, 6(1).
- Septian, M., & Pangabea, R. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Biaya Utang Pada Perusahaan Dalam Kompas 100. *Jurnal Ekonomi/Volume Xxii, No.01, Maret 2017*: 37-51.
<https://ecojoin.org/index.php/EJE/article/view/180/175>
- Sintyawati, N. L. A., & Dewi, M. R. (2018). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional Dan Leverage terhadap Biaya Keagenan pada Perusahaan Manufaktur. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(2), 933.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v7.i02.p16>
- Tarighi, H., Appolloni, A., Shirzad, A., & Azad, A. (2022). Corporate Social Responsibility Disclosure (CSRD) And Financial Distressed Risk (FDR): Does Institutional Ownership Matter? *Sustainability (Switzerland)*, 14(2).
<https://doi.org/10.3390/su14020742>
- Uddin, M. N., Khan, M. S. U., & Hosen, M. (2019). Does Corporate Governance Influence Leverage Structure in Bangladesh? *International Journal of Financial Studies*, 7(3), 50.
<https://doi.org/10.3390/ijfs7030050>
- Umam. K, A., Mayasari Adrian Azhar Wijanarko, I., Emil Radhiansyah, M., Faris Budiman Annas, Ms., Fuad Mahbub Siraj, Ms., Risza Idris Handrix Chrisharyanto, H., Ika Karlina Idris, M., Hendrowati, R., & Perdana Dayusaputra, H. (2020). *Tantangan Integritas Bisnis Tambang di Indonesia*. Universitas Paramadina, Jakarta.
<http://repository.paramadina.ac.id/id/eprint/151>
- Vijayakumaran, S., & Vijayakumaran, R. (2019). Corporate Governance and Capital Structure Decisions: Evidence from Chinese Listed Companies. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 6(3), 67–79.
<https://doi.org/10.13106/jafeb.2019.vol6.no3.67>
- Yulianti, A., & Cahyonowati, N. (2023). Pengaruh Dewan Direksi, Komisaris Independen, Komite Audit, Kepemilikan Manajerial, Dan Kepemilikan Institusional Terhadap

Kinerja Keuangan. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 12(1), 1-14.

Zahrawani, D. R., Sholikhah, N., Pratama, P., & Surakarta, M. (2021). Analisis Penerapan Good Corporate Governance (GCG) Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Lembaga Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03).

THE INFLUENCE OF OPINION LEADERSHIP, SALES PROMOTION AND PERCEIVED QUALITY ON OAT MILK PURCHASE INTENTION

Endang Ruswanti¹, Sabila Ratna Janitrafia², Moehammad Unggul Januarko³,

Nia Puspita Hapsari⁴

Department of Management, Universitas Esa Unggul¹²³

Department of Law, Universitas Esa Unggul⁴

e-mail: endang.ruswanti@esaunggul.ac.id¹, sabila.janitra@student.esaunggul.ac.id²,
unggul.januarko@esaunggul.ac.id³, nia.peha@esaunggul.ac.id⁴

Abstract: This research is analyzing the influence of opinion leadership, sales promotion and perceived quality on oat milk product purchase intention. This research used quantitative and purposive sampling method to gather data from 135 consumers of oat milk product who resided in South Tangerang City, Indonesia. The gathered data analyzed using SEM – PLS method. The results of this research is opinion leadership has positive influence on sales promotion, Opinion leadership and sales promotion has positive influence on perceived quality and purchase intention. However, perceived quality has not positive influence on purchase intention. The summary of this result is opinion leadership and sales promotion can be used by company as a tool for increasing consumer perceived quality and generate purchase intention.

Keywords: Opinion Leadership, Sales Promotion, Perceived Quality, Oat Milk Product, Purchase Intention

INTRODUCTION

Nowadays, people start to be aware of the need to adopt a healthy lifestyle due to post Covid-19 pandemic (Cervellati et al., 2022; Eger et al., 2021), where people were start to consuming healthy beverages (Abell & Biswas, 2023). Especially in Indonesia, oat milk becoming an alternative choice for healthy beverages (Alodokter, 2024). According to Halodoc (2024), Oat milk is become one of the options for healthy drink choice because has a benefit such as be able to decrease cholesterol level and free lactose composition. According to survey by Jakpat (2024), oat milk consumption in Indonesia gradually increased with 42% of the respondents prefer to drink oat milk than UHT milk.

Because of that, company can grow consumers buying intent of oat milk product with creating high quality product and make right strategy in promoting the product (Crespo-Almendros et al., 2022; Qian, 2023).

Company collaboration with influencer also can be used as a sales promotion tool with the opinion which they created in social media (Ibáñez-Sánchez et al., 2022).

Influencer is a person that created and shared content as opinion leadership which has role to influence consumer purchase intention with shaping consumer positive perception towards the product (Fakhreddin & Foroudi, 2022). Sales promotion such as discount and others promotional tools can give rise in consumers purchase intention with consumers immediately make a purchase transaction (Said et al., 2023). Consumers perceived quality towards the product is playing roles to grow consumers trust that lead to purchase intent (Rahayu & Ruswanti, 2024). How opinion leadership, sales promotion and perceived quality influence on consumer purchase intention has attracted researcher interest to research further because it's relevant with current trend in consumer behavior in Indonesia.

Purchase intention has been researched previously with results product price, brand image and word of mouth give significant influence in purchase intention (Sidharta et al., 2021). Opinion leadership research has been conducted with the results the opinion leadership has positive influence in purchase intention and purchase behavior on beauty product (Fakhreddin & Foroudi, 2022; Pawestriningrum & Roostika, 2022). Previous research also mentioned that Influencer has an effect as sales promotion tool in social media (Mishra & Ashfaq, 2023). Sales promotion has been studied with the analyze that Sales promotion has positive influence on purchase intention (Kent & Bernarto, 2022; Miah et al., 2022). Research about perceived quality has been researched with the results perceived quality has significance influence in purchase intention (Marlien et al., 2021).

Research about opinion leadership, sales promotion and perceived quality mostly researched separately and some of the opinion leadership research focused on beauty product. In this research, opinion leadership, sales promotion along perceived quality as a mediation variable will be researched together to analyze the influence in oat milk product purchase intention.

The results of this research it is expected to found the influence of opinion leadership, sales promotion and perceived quality towards purchase intention with oat milk product consumers who lives in South Tangerang City as a respondent of this research. It is also expected the research can help marketing staff in Indonesia in enhance consumer behavior knowledge.

LITERATURE REVIEW

Purchase Intention

Purchase intention is a consumer interest in purchasing product (David et al., 2023). Purchase intention is a measure of

how willing consumers to buy a product through a physical store or online shop (Peña-García et al., 2020). Consumers will make a research about the product before pledging to buy it (Majeed et al., 2021). Consumers willing to make purchases with the reasons because it is easy to find the desired products and the availability of information about the products of interest which allowing them to compare prices and quality with other products (Purwianti et al., 2024).

Opinion Leadership

Influencer is a person who create opinion and share it to their followers in social media (Weismueller et al., 2020). Opinion leadership is defined as an active social media user who regularly shares content and posts that can influence the audience's perspective (Casaló et al., 2020). Opinion Leaders play a role in mass communication by taking information from mass media to directly shape individual behavior through word of mouth (Chopra et al., 2021).

Sales Promotion

According to the American Marketing Association, Sales promotion is one of the marketing strategy that targets retailers, distributors, and end users which can be used for a specific phase and aims to inspire customer needs (Qazi et al., 2021). Sales promotion is an effective tool for company because can analyze the market, and makes consumer able to know the promo of the particular product (Miah et al., 2022). Discount, coupon and buy one get one free promotion is often used as a sales promotion strategy (San & Aryupong, 2020). Sales promotion has benefits for increasing sales in short period (Crespo-Almendros et al., 2022).

Perceived Quality

Product quality refers to the broad characteristics and traits of a good or service that establish how well predicted demands are consistently satisfied (Akbari et al., 2024). Perception quality refers to how a customer views a product quality or superiority over alternatives in relation to the objectives they wish to achieve (Marlien et al., 2021). Perceived Quality is the consumer's evaluation of the view regarding the superiority of a product or service, including all components of the product and its utility (Rahayu & Ruswanti, 2024; Suthianto & Syah, 2023). The higher perceived quality, it's will rise consumer interest to buy the product (Crespo-Almendros et al., 2022).

HYPOTHESIS DEVELOPMENT

The Influence of Opinion Leadership on Sales Promotion

Influencer as an opinion leader is used as a marketing campaign for sales promotion because able to frequently share an opinion to their audiences about product that can turn the influenced audiences become a potential consumer with create product review and share their experiences with a product for building consumer trust (Chavda & Chauhan, 2024; Mishra & Ashfaq, 2023). Opinion leader also give recommendations to their consumers and encouraging them to follow the advice (Barta et al., 2023). When consumers think the opinion leader is trustworthy, they will follow the recommendations and decide to buy the product which leading to increasing the number of sales (Kanwar & Huang, 2022). With right strategy, company can used opinion leader as a sales promotion tool depends on the product, demographic and consumers interest as a consideration to make an effective promotional message

(Abell & Biswas, 2023). This is supported with a study by Chavda & Chauhan (2024) and Mishra & Ashfaq (2023) which mentioned that opinion leadership has a positive effect on sales promotion. See from the analysis above, we assumed the hypothesis:

H1: Opinion Leadership has positive influence on Sales Promotion.

The Influence of Opinion Leadership on Perceived Quality

Influencer that has deep knowledge about the product can create opinion and share in social media which can be more trusted by consumers that will increase consumers perceived quality (Fakhreddin & Foroudi, 2022). Opinion leadership that created by influencer also will shaping consumers positive perception towards the product (Barta et al., 2023). When consumers have positive perception on the products, it will affect consumers perceived quality with trusting the product has high quality (Casaló et al., 2020; Sesar et al., 2022).

The result is in line with previous analysis by Chen et al. (2024) and Sesar et al. (2022) which mentioned perceived quality has affected by opinion leadership. See from the analysis above, we assumed the hypothesis:

H2: Opinion Leadership has positive influence on Perceived Quality.

The Influence of Opinion Leadership on Purchase Intention

Social media influencers act as opinion leaders to influences their followers with their opinion (Pawestriningrum & Roostika, 2022; Zhuang et al., 2021). With their social media account, opinion leaders provide information, advice and recommendation that makes consumers trust and follow their

advice which influence consumers purchase intention and buying decisions (Yudha, 2023). In several brands of healthy products, opinion leadership show the product benefits for health which can affect consumers interest to buy (Abell & Biswas, 2023). Opinion leaders have a crucial role in shaping consumers positive perception towards the promoted product and directly influence consumers purchase intention (Fakhreddin & Foroudi, 2022). Because of that, company can make business partnership with influencer because their opinion leadership can boost the sales (Ibáñez-Sánchez et al., 2022). The result is in line with a previous study which stated opinion leadership has positive effect on purchase intention (Fakhreddin & Foroudi, 2022; Ibáñez-Sánchez et al., 2022; Pawestriningrum & Roostika, 2022; Yudha, 2023). Based on the explanation above, the assumed hypothesis is:

H3: Opinion Leadership has positive influence on Purchase Intention.

The Influence of Sales Promotion on Perceived Quality

Discount as part of sales promotion has a benefit with increasing product sales for a short period (Qazi et al., 2021). But, when the company only focus on discount it can negatively impact consumers perceived quality (San & Aryupong, 2020), because consumers will think the product has a low quality because the price dropped suddenly (Lestari et al., 2023). Promotion if planned with right strategy can increase consumers perceived quality (Cayaban et al., 2023), with highlighting benefits through promotional advertising, consumers gain a deeper information of product value and quality (Huwaida et al., 2024). Promoting brand image is also can elevate consumers perceived quality with consumers will associate the product has a premium quality

that can encourage consumers interest to buy (Said et al., 2023; Syntia & Realize, 2024). The result is in line with a previous analysis by which mentioned sales promotional has a positive influence on perceived quality (Huwaida et al., 2024; Said et al., 2023; Syntia & Realize, 2024). Based on the assumption above, the created hypothesis is:

H4: Sales Promotion has positive influence on Perceived Quality.

The Influence of Sales Promotion on Purchase Intention

In the present day, Sales promotion is not only discount, buy one get one and coupon but also giveaways and free shipping which can affect brand awareness positively (Qazi et al., 2021; Said et al., 2023). However, discount and coupon are still considered the most effective strategy because can encourage consumers to make purchase immediately also do impulse buying (Nandini & Samantaray, 2021). Sales promotion can maintain consumers loyalty thus giving impact on purchase intention (Kent & Bernarto, 2022). Social media can be used by company to spread information about newest promotion so that it can be known by potential consumers and can increase their interest to buy (Miah et al., 2022). This is supported by previous research which emphasize purchase intention is significantly impact by promotional tools (Kent & Bernarto, 2022; Miah et al., 2022; Nandini & Samantaray, 2021). Based on the explanation above, the assumed hypothesis is:

H5: Sales Promotion has positive influence on Purchase Intention.

The Influence of Perceived Quality on Purchase Intention

Consumers will have positive perception if the product has good quality (Joaddan, 2024). Nevertheless, if product has a higher

quality than other products it makes consumers willing to buy, even they must pay with a premium price (Nguyen & Nguyen, 2020). Because, higher product quality will strengthen the consumers reason feeling to have the product (Marlien et al., 2021). Product innovation also can grow consumers curiosity to a product and perceived that product has better quality than other product and it will encourage consumers purchase intent (Grewal & Levy, 2023). Consumer perceived quality will affect consumer's buying interest that also leads to purchase decision (Mulyadi et al., 2024; Nasution et al., 2021; Suttikun & Meeprom, 2021). This is supported by a research which stated that perceived quality has a positive influence on purchase intention (Marlien et al., 2021; Suttikun & Meeprom, 2021). See from assumption above, the following hypothesis is:

H6: Perceived Quality has positive influence on Purchase Intention.

Based on the hypothesis above and the research by Suttikun & Meeprom (2021), Yudha (2023) and Qazi et al. (2021). the framework below describes the relationship between opinion leadership and sales promotion as independent variable, perceived quality as a mediation variable and purchase intention as a dependent variable.

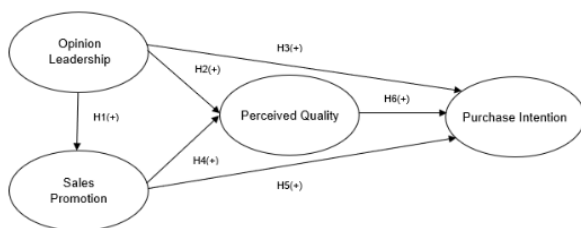


Figure 1 Theoretical Framework

METHODOLOGY

This research conducted on oat milk product consumers in South Tangerang,

Indonesia. Research conducted in quantitative method with population is a south Tangerang citizens and sample from the population is oat milk consumers with age range from 18 - 45 years old which consume oat milk at least once a week. Quantitative method is used to analyze data and test hypothesis also get the conclusions which based from the test hypothesis. Non-probability sampling technique and purposive sampling method is used to choose sample who meet the requirement that needed in research from the population. The collected data from survey participants is analyzed with Structural Equation Modelling - Partial Least Square (SEM - PLS) because is able to explain variance of dependent variables.

Questionnaire created with five point likert scale to measure the accuracy from respondents answer (Ruswanti & Januarko, 2021). The questions adopted from previous research which consists: Opinion Leadership variable adopted seven questions from Barta et al. (2023) and Yudha (2023), Sales Promotion variable borrowed two questions from Miah et al. (2022), Perceived Quality variable taken three questions from Marlien et al. (2021), Purchase Intention variable borrowed four questions from Majeed et al. (2021) and Peña-García et al. (2020).

The survey created with Google Form and the survey distribution to potential respondents via social media application such as WhatsApp because it has convenience factors with respondents able to participate online (Izudin et al., 2020). Data collected from February until March 2025 with total 135 respondents were participated to answer survey questions.

SmartPLS 3.0 software was used to analyzed the collected data with measure the Cronbach's Alpha and Composite Reliability

score which has the criteria more than 0.7 and Average Variance Extracted with the score criteria is more than 0.5. If the score was meet the required criteria the data collection is considered valid and reliable (Hair et al., 2021; Ringle et al., 2024).

RESULTS AND DISCUSSION

Results

Survey for data collection was held from February until March 2025 which total of 135 respondents who resided in South Tangerang City was participated in survey filling. Most of the respondents were female with total of 71 participants (52.6%). Male respondents were only 64 participants (47.4%). Based on age range most participants is dominated between 18 – 25 years old with 62 respondents (45.9%), followed with 26 – 35 years old with 53 participants (39.3%) and the fewest is 36 – 45 years old with 20 participants (14.8%). Most of the participants consumed oat milk 1 – 3 times per week with 93 respondents (68.9%) in total, the rest consumed oat milk 4 – 5 times per week with 31 respondents (23%). Most of the participants were university students with 89 respondents (65.9%) in total. Other participants working as private employee with 42 respondents (31.1%) and freelance worker with 4 respondents (3%). Most of the participants has monthly income below IDR 1 million with 63 respondents (46.7%), followed with has income between IDR 1.1 million and IDR 3 million with 52 respondents.

(38.5%). Then, 12 respondents (8.9%) have income between IDR 3.1 million – IDR 5 million, lastly only 8 participated respondents (5.9%) that has income more than IDR 5.1 million.

The research is analyzing the factor loading score to see if the indicator from each variable is considered valid.

Variable which has factor loading score above 0.7 is considered valid (Hair et al., 2021). Based on the figure below, all variable is considered valid.

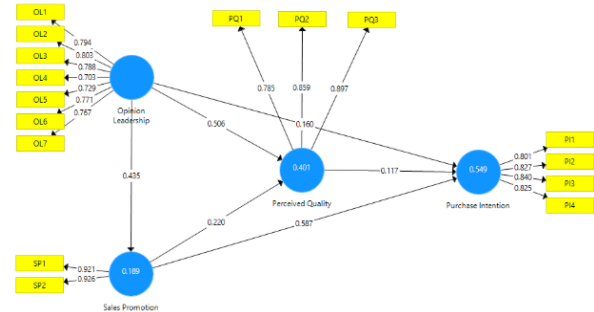


Figure 2 SEM - PLS Diagram

The next step is conducted validity and reliability test with measuring Cronbach's Alpha (CA), Composite Reliability (CR) and Average Variance Extracted (AVE) with the score criteria for Cronbach's Alpha and Composite Reliability with each more than 0.7 and Average Variance Extracted with score criteria more than 0.5 to be considered valid and reliable (Hair et al., 2021). Based on the Table 1, all of the variable is passed the required criteria so it's considered valid and reliable.

Table 1. Validity and Reliability Test

Construct	CA	CR	AVE
Opinion Leadership	0.882	0.908	0.586
Perceived Quality	0.805	0.885	0.720
Purchase Intention	0.842	0.894	0.678
Sales Promotion	0.827	0.921	0.853

Collinearity statistics is used to see if the independent variable has a relation each other. Variable with the VIF score below 5 indicated the variable doesn't has any potential issue (Hair et al., 2021).

Table 2. Collinearity Statistics

	OL	PQ	PI	SP
OL		1.233	1.662	1.000
PQ			1.671	
PI				
SP		1.233	1.314	

Next, Discriminant validity test is carried out with analyzing Fornell – Larcker Criterion to compares construct correlations with Average Variance Extracted to determine if a variable has a separate identity and differs from others variable in model. Based on the table below, all variable was meet the criteria so there's no potential issue.

Table 3. Discriminant Validity Test

	OL	PQ	PI	SP
OL	0.766			
PQ	0.602	0.848		
PI	0.486	0.472	0.823	
SP	0.435	0.440	0.708	0.923

Analyzing R-Square value in each variable was conducted as a part of quality criteria test to see the influence of independent and mediation variable on dependent variable (Hair et al., 2021). Based on the Figure 2, the finding is the influence of opinion leadership on sales promotion is 0.189 (18.9 %) with the remaining of 81.1% is influenced by other variable outside of this research. The influence of opinion leadership and sales promotion on perceived quality is 0.401 (40.1 %) with the remaining 59.9 % is influenced by other variable outside of this research. The influence all variable in this research on purchase intention is 0.549 (54.9%) with the remaining of 45.1 % is influenced by other variable outside of this research.

Last, Hypothesis test is conducted with analyzing the path coefficient, p - value and t - value score from each variable with the path coefficient score criteria is must between - 1 and 1. Thus, p - value score same above 0.005 and t - value score same above 1.960 to be concluded that hypothesis from a variable is accepted (Hair et al., 2021). Based on the required criteria, five hypotheses are accepted. On the other hand,

one hypothesis is not accepted because it's doesn't meet the required criteria.

Table 4. Hypothesis Test Results

H	Path Coefficient	T-Value	P - Value	Results
H1	0.435	5.520	0.000	Accepted
H2	0.506	7.430	0.000	Accepted
H3	0.160	2.264	0.024	Accepted
H4	0.220	2.382	0.018	Accepted
H5	0.587	9.021	0.000	Accepted
H6	0.117	1.372	0.171	Rejected

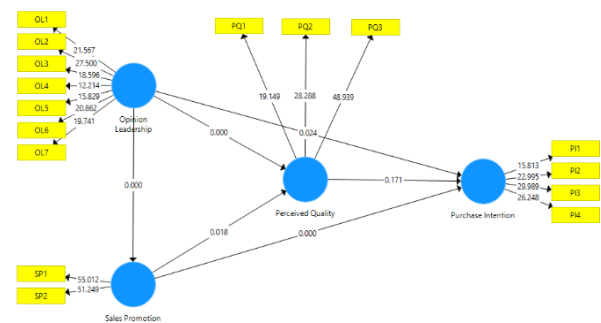


Figure 3 Bootstrapping Diagram

DISCUSSION

Based on the result, sales promotion is the most effective tool in influencing consumer purchase intention. This is supported by previous research which emphasize purchase intention is significantly impact by promotional tools (Kent & Bernarto, 2022; Miah et al., 2022; Nandini & Samantaray, 2021). Sales promotion is mostly become consumers consideration when want to buy a product (Miah et al., 2022). Sales promotion including discount is also encouraging consumers to immediately makes a purchase which is in line with the study by Kent & Bernarto (2022). It can be understood that price reduction is still consumers main consideration to make a purchase intention and decision (Miah et al., 2022).

Then, opinion leadership has positive influence on perceived quality which is in line with previous analysis by Chen et al.

(2024) and Sesar et al. (2022). Advertising by high credibility influencer can increase consumer trust level with consumer believe that the product has a high quality that also grow consumer interest to buy (Sesar et al., 2022; Yudha, 2023). Therefore, influencer can be used for convince consumers on product quality (Casaló et al., 2020). It can be seen, opinion leadership can affected consumer perceived quality with high credibility influencer (Sesar et al., 2022).

Opinion leadership also has positive influence on sales promotion which is in line with a study by Chavda & Chauhan (2024) and Mishra & Ashfaq (2023). Opinion leadership is used as a sales promotion tool with influencer share their experience when using the product and encourage consumers to follow the advice and recommendations (Chavda & Chauhan, 2024). In a study by Kanwar & Huang (2022) which stated that if consumers trust the opinion leadership, it will encourage consumers purchase intention. It can be seen that opinion leadership can affect sales promotion with influencer create opinion leadership that can influence consumer purchase intention (Mishra & Ashfaq, 2023). However, advertising by opinion leadership as a sales promotion tool is not as effective as price reduction or free gift (Grewal & Levy, 2023).

Sales promotion has a positive influence on perceived quality which is in line with a previous analysis by Huwaida et al. (2024) and Syntia & Realize (2024). If the product has strong brand image it is also increase the quality of product that will affect the sales promotion effectiveness (Syntia & Realize, 2024). It can be understood that consumer will more trust the sales advertising if the advertised product has strong brand image and high quality. And if the product has better benefit than other product, it will make consumers trust the product has a high quality that can

lead to purchase intention which is in line with the research by Huwaida et al. (2024) and Marlien et al. (2021).

Lastly, opinion leadership has positive effect on purchase intention (Fakhreddin & Foroudi, 2022; Ibáñez-Sánchez et al., 2022; Yudha, 2023). In a study by Barta et al. (2023), Fakhreddin & Foroudi (2022) and Yudha (2023) which emphasize that consumers convince to buy a product if they like the opinion by influencer. It can be understood that when consumers like the opinion leadership by influencer, they will use it as a source of information also follow their recommendation (Barta et al., 2023). It also affecting consumer positive perception towards the product which lead to purchase intention (Fakhreddin & Foroudi, 2022).

On the other hand, perceived quality does not have positive influence on consumer purchase intention. Affordable price has more influence in consumer positive perception and decision to buy (Neger & Uddin, 2020). Consumers also will consider product familiarity and sales promotion as a consideration when buy a product than a perceived quality (Chen et al., 2022). It can be seen that many consumers are more considering price and product familiarity when deciding to buy a product than a perceived quality (Rakib et al., 2022).

CONCLUSIONS

This research has a conclusion that opinion leadership and sales promotion has an influence on consumer purchase intention in oat milk product. Opinion leadership also has influence in consumer perceived quality. However, consumer perceived quality does not have influence in consumer purchase intention. Sales promotion is the most factor that influencing consumer purchase intention with discount, free gift and buy one get one, give away and free shipping. Sales promotion also can increase consumer

perceived quality with highlighting product benefit in advertisement. Opinion leadership has role in consumer perceived quality, sales promotion and consumer purchase intention with the opinion that created by influencer in advertising to make consumer believe the product has a high quality. Then, share their experience and give recommendation to consumers to build consumer trust and convince consumer purchase intention. On the other hand, consumer perceived quality does not have influence in purchase intention because consumer more considering product price, product familiarity and sales promotion as a purchase intention consideration.

This research has limitations with only 135 oatmilk consumers who reside in South Tangerang City that participated in questionnaire filling. So, the survey results it's not yet describing consumer purchase intention in healthy beverages industry in all province in Indonesia. For further research, it is suggested to analyze the relation between purchase intention and repurchase intention to know the factor that influence consumer intention to purchase the same product in the future.

This research give managerial implications with company can use sales promotion such as highlighting product benefit and brand image as a strategy tool for increase perceived quality and discount, free gift, buy one get one for encourage consumer to make a purchase immediately. Second, company can make a partnership with influencer to create opinion leadership such as advertising for sales promotion, share the experience when using the product also give advice and recommendation to build consumer perceive quality and consumer trust that can lead to purchase intention.

REFERENCES

- Abell, A., & Biswas, D. (2023). Digital Engagement on Social Media: How Food Image Content Influences Social Media and Influencer Marketing Outcomes. *Journal of Interactive Marketing*, 58(1), 1–15.
<https://doi.org/10.1177/10949968221128556>
- Akbari, R. Z., Wendy, Listiana, E., Hasanudin, & Fauzan, R. (2024). The Role of Brand Image in Mediating the Influence of Social Media Marketing and Product Quality on Purchase Decision Uniqlo in Indonesia. *Ilomata International Journal of Management*, 5(1), 23–44.
<https://doi.org/10.52728/ijjm.v5i1.983>
- Alodokter. (2024). *Mitos dan Fakta Oat Milk yang Perlu Diketahui*.
- Barta, S., Belanche, D., Fernández, A., & Flavián, M. (2023). Influencer marketing on TikTok: The effectiveness of humor and followers' hedonic experience. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 70(July 2022).
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.103149>
- Casaló, L. V., Flavián, C., & Ibáñez-Sánchez, S. (2020). Influencers on Instagram: Antecedents and consequences of opinion leadership. *Journal of Business Research*, 117(July 2018), 510–519.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.005>
- Cayaban, C. J. G., Prasetyo, Y. T., Persada, S. F., Borres, R. D., Gumasing, M. J. J., & Nadlifatin, R. (2023). The Influence of Social Media and Sustainability Advocacy on the Purchase Intention of Filipino Consumers in Fast Fashion. *Sustainability (Switzerland)*, 15(11).
<https://doi.org/10.3390/su15118502>

- Cervellati, E. M., Stella, G. P., Filotto, U., & Maino, A. (2022). How COVID-19 changed Italian consumers' behavior. *Global Finance Journal*, 51(October 2021), 100680.
<https://doi.org/10.1016/j.gfj.2021.100680>
- Chavda, K., & Chauhan, R. (2024). Influencer Marketing Impact on Consumer Behavior: Trust, Authenticity, and Brand Engagement in Social Media. *Journal of Advances in Accounting, Economics, and Management*, 1(3), 1-9.
<https://doi.org/10.47134/aaem.v1i3.180>
- Chen, Y.-F., Chen, C.-H., & Lai, J.-S. (2022). Influence of Promotional Formats on Online Consumer Purchase Intention. *International Journal of Innovation in the Digital Economy*, 13(1), 1-21.
<https://doi.org/10.4018/ijide.292495>
- Chopra, A., Avhad, V., & Jaju, S. (2021). Influencer Marketing: An Exploratory Study to Identify Antecedents of Consumer Behavior of Millennial. *Business Perspectives and Research*, 9(1), 77-91.
<https://doi.org/10.1177/2278533720923486>
- Crespo-Almendros, E., Prados-Peña, M. B., Porcu, L., & Alcántara-Pilar, J. M. (2022). Influence of the perceived benefit of a social network-based sales promotion on the perceived quality of a heritage complex. *Academia Revista Latinoamericana de Administracion*, 35(2), 148-162.
<https://doi.org/10.1108/ARLA-06-2021-0126>
- David, H. L., Abadi, F., & Ruswanti, E. (2023). The Effect of Service Quality and Trust on Purchase Intention in E-Commerce. *Jurnal Manajemen*, 14(6), 514-521.
www.jonhariono.org/index.php/ProBisnis
- Eger, L., Komárková, L., Egerová, D., & Mičík, M. (2021). The effect of COVID-19 on consumer shopping behaviour: Generational cohort perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 61(March).
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102542>
- Fakhreddin, F., & Foroudi, P. (2022). Instagram Influencers: The Role of Opinion Leadership in Consumers' Purchase Behavior. *Journal of Promotion Management*, 28(6), 795-825.
<https://doi.org/10.1080/10496491.2021.2015515>
- Grewal, D., & Levy, M. (2023). *M: Marketing 8th Edition* (8e ed.). McGraw Hill.
<https://www.mheducation.com/highered/product/M-Marketing-Grewal.html>
- Hair, J. F., Hult, T., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage Publication.
- Halodoc. (2024). *Mengenai Oat Milk: Kandungan Nutrisi, Manfaat, dan Cara Membuatnya*.
- Huwaida, L. A., Yusuf, A., Satria, A. N., Darmawan, M. A., Ammar, M. F., Yanuar, M. W., Hidayanto, A. N., & Yaiprasert, C. (2024). Generation Z and Indonesian Social Commerce: Unraveling key drivers of their shopping decisions. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(2), 100256.
<https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100256>
- Ibáñez-Sánchez, S., Flavián, M., Casaló, L. V., & Belanche, D. (2022). Influencers and brands successful collaborations: A mutual reinforcement to promote products and services on social media. *Journal of Marketing Communications*, 28(5), 469-486.
<https://doi.org/10.1080/13527266.2021.1929410>

- Izudin, A. N., Ruswanti, E., & Januarko, M. U. (2020). The Effect of YouTube eWOM on Consumer Buying Interest. *Revista CEA*, 6(12), 167–179. <https://doi.org/10.22430/24223182.1618>
- Jakpat. (2024). *Jakpat Survey: Milk Consumption Rate in Indonesia is Still Low*. <https://insight.jakpat.net/jakpat-survey-milk-consumption-rate-in-indonesia-is-still-low/>
- Joaddan, K. (2024). Role of Emotional Appeals in International Advertising Campaigns in Cameroon. *International Journal of Marketing Strategies*, 6(1), 1–11. <https://doi.org/10.47672/ijms.1831>
- Kanwar, A., & Huang, Y. C. (2022). Exploring the impact of social media influencers on customers' purchase intention: A sequential mediation model in Taiwan context. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 10(3), 123–141. <https://doi.org/10.15678/EBER.2022.100308>
- Kent, Y. D., & Bernarto, I. (2022). the Effect of Perceived Product Quality, Brand Image, and Promotion on Customer Purchase Intention (Case of Zara Customers in Grand Indonesia, Jakarta). *Indonesian Marketing Journal*, 1(1), 26. <https://doi.org/10.19166/imj.v1i1.4005>
- Lestari, R., Astaginy, N., & Stiadi, M. (2023). Online Promotion And Perceived Quality On Consumer Purchasing Decisions. *SAMMAJIVA: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 1(4), 41–53. <https://e-journal.nalanda.ac.id/index.php/SAMMAJIVA/article/view/530%0Ahttps://e-journal.nalanda.ac.id/index.php/SAMMAJIVA/article/download/530/1129>
- Majeed, M., Owusu-Ansah, M., & Ashmond, A.-A. (2021). *Cogent Business & Management* The influence of social media on purchase intention: The mediating role of brand equity The influence of social media on purchase intention: The mediating role of brand equity. *Cogent Business & Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1944008>
- Marlien, R. A., Putri, C., Basiya, R., & Suteja, B. (2021). Analysis of Factors Affecting Consumer's Purchase Intention Impact on Customer Behavior Outcomes. *Proceedings of the 3rd International Conference on Banking, Accounting, Management and Economics (ICOBAME 2020)*, 169(Icobame 2020), 430–434. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210311.086>
- Miah, M. R., Hossain, A., Shikder, R., Saha, T., & Neger, M. (2022). Evaluating the impact of social media on online shopping behavior during COVID-19 pandemic: A Bangladeshi consumers' perspectives. *Heliyon*, 8(9), e10600. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10600>
- Mishra, S., & Ashfaq, R. (2023). Influencer Impact: Examining the Effect of Influencers on Consumer Behaviour and Purchase Decisions. *Journal of Production, Operations Management and Economics*, 35, 1–18. <https://doi.org/10.55529/jpome.35.1.18>
- Mulyadi, M. N., Susanti, Y., & Ong, L. (2024). ipmi BUSINESS STUDIES The Impact of Service Quality , Product Quality , and Innovation on Customer Satisfaction through Advocacy Model for SMEs Baby Shops in Jabodetabek. *Ipmi International Journal of Business Studies*, 8(2), 129–143.
- Nandini, G., & Samantaray, A. (2021). Online

- Shopping: Impact on Consumer Behavior. *An International Bilingual Peer Reveiwed Refereed Research Journal*, 7(28), 66–70.
<https://www.researchgate.net/publication/354718186%0AONLINE>
- Nasution, R. A., Arnita, D., & Purnama, S. Q. (2021). Believe It or Not: The Effect of Involvement on the Credibility of Image Transfer through co-Branding. *Journal of International Consumer Marketing*, 33(5), 1–9.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1080/08961530.2020.1731899>
- Neger, M., & Uddin, B. (2020). Factors Affecting Consumers' Internet Shopping Behavior During the COVID-19 Pandemic: Evidence From Bangladesh. *Chinese Business Review*, 19(3).
<https://doi.org/10.17265/1537-1506/2020.03.003>
- Nguyen, N. M., & Nguyen, H. T. (2020). How do product involvement and prestige sensitivity affect price acceptance on the mobile phone market in Vietnam? *Journal of Asia Business Studies*, 14(3), 379–398.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1108/jabs-07-2017-0096>
- Pawestriningrum, W., & Roostika, R. (2022). The Effect of Beauty Influencer Trust on Brand Credibility, Advertising Credibility, Corporate Credibility and Purchase Intention of Local Skincare Products. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 01(01), 65–80.
<https://journal.uui.ac.id/selma/index>
- Peña-García, N., Gil-Saura, I., Rodríguez-Orejuela, A., & Siqueira-Junior, J. R. (2020). Purchase intention and purchase behavior online: A cross-cultural approach. *Heliyon*, 6(6).
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04284>
- Purwianti, L., Yulianto, E., & Katherine, K. (2024). The Mediating Role of Trust in Purchasing Intention. *International Journal of Applied Research in Business and Management*, 5(2).
<https://doi.org/10.51137/ijarbm.2024.5.2.1>
- Qazi, T. F., Muzaffar, S., Khan, A. A., & Basit, A. (2021). Offer to buy: the effectiveness of sales promotional tools towards purchase intention. *Bulletin of Business and Economics*, 10(3), 33–42.
- Qian, Y. (2023). Comparative Study of Advertising Characteristics and Market Influence in Old and New Media. *The International Conference on Interdisciplinary Humanities and Communication Studies*, 0, 389–396.
<https://doi.org/10.54254/2753-7048/4/20220421>
- Rahayu, R., & Ruswanti, E. (2024). Influence Brand Experience, Perceived Quality, And Brand Love On Brand Loyalty For Purchasing Janji Jiwa Products. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(3), 743–754.
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i3.2325>
- Rakib, M. R. H. K., Pramanik, S. A. K., Amran, M. Al, Islam, M. N., & Sarker, M. O. F. (2022). Factors affecting young customers' smartphone purchase intention during Covid-19 pandemic. *Heliyon*, 8(9).
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10599>
- Ringle, C. M., Wende, S., & Becker, J.-M. (2024). *SmartPLS 4*. Bönningstedt: SmartPLS.
<https://www.smartpls.com/documentation/getting-started/cite/>
- Ruswanti, E., & Januarko, M. U. (2021). *Panduan Penulisan Laporan Ilmiah: Atensi, Kredibilitas, Perusahaan, Iklan Dua Sisi terhadap Niat Beli Jasa Penerbangan Elang*

- Air. Penerbit Andi. ISBN 978-623-01-1882-1.
<https://digilib.esaunggul.ac.id/panduan-penulisan-laporan-ilmiah-8806.html>
- Said, L. R., Anggela, M., & Fariany, G. R. (2023). Online Purchase Decision of Gen Z Students at Shopee Marketplace. *International Journal of Professional Business Review*, 8(5), e01187. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i5.1187>
- San, N. E. E., & Aryupong, M. (2020). Effects of Sales Promotional Tools on Product Quality , Brand Image , and Customer Satisfaction. *Business Review*, 12(1).
- Sesar, V., Martinčević, I., & Hunjet, A. (2022). How Influencer Credibility and Advertising Disclosure affects Purchase Intention. *ENTRENOVA - ENTERPRISE RESEARCH INNOVATION*, 8(1), 248–263. <https://doi.org/10.54820/entrenova-2022-0023>
- Sidharta, M. W., Syah, T. Y. R., & Saptaningsih, A. B. (2021). The Relationship Between Social Media Communication and Word of Mouth Inside Brand Image and Purchase Intention. *Journal of Multidisciplinary Academic*, 05(01), 61–66.
- Suthianto, C. F. Y., & Syah, T. Y. R. (2023). The Impact of Brand Equity , E-Brand Experience , and Web Entertainment Toward E-Satisfaction and E- Loyalty on Marketplace. *International Journal of Electronic Commerce Studies*, 14(1), 95–118.
<https://doi.org/10.7903/ijecs.2158>
- Suttikun, C., & Meeprom, S. (2021). Examining the effect of perceived quality of authentic souvenir product, perceived value, and satisfaction on customer loyalty. *Cogent Business and Management*, 8(1).
<https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1976468>
- Syntia, K., & Realize, R. (2024). The Influence of Brand Image and Product Quality on The Decision to Purchase A Honda Capella Batam Motorcycle. *Indonesian Journal of Business Analytics*, 4(2), 157–170.
<https://doi.org/10.55927/ijba.v4i2.8760>
- Weismueller, J., Harrigan, P., Wang, S., & Soutar, G. N. (2020). Influencer endorsements: How advertising disclosure and source credibility affect consumer purchase intention on social media. *Australasian Marketing Journal*, 28(4), 160–170.
<https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2020.03.002>
- Yudha, A. (2023). A Source Effect Theory Perspective on How Opinion Leadership, Parasocial Relationship, and Credibility Influencers Affect Purchase Intention. *Journal of Theory and Applied Management*, 16(2), 240–253.
<https://doi.org/10.20473/jmtt.v16i2.48099>
- Zhuang, Y. B., Li, Z. H., & Zhuang, Y. J. (2021). Identification of influencers in online social networks: measuring influence considering multidimensional factors exploration. *Heliyon*, 7(4).
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06472>

ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GULA JAHE ALAMI SUCENJURUTENGAH

Titik Suhartini¹, Danis Imam Bachtiar²

Politeknik Sawunggalih Aji, Kutoarjo

e-mail: lutfysuhartini@gmail.com, danisbachtiar77@gmail.com

Abstract: This study aims to determine the simultaneous effect of product, price, and promotion on consumer satisfaction with Natural Ginger Sugar, and the partial effect of product, price, and promotion on consumer satisfaction with Natural Ginger Sugar. The sample size was 40 respondents. The sample selection technique used was purposive sampling. The instrument was tested using validity, reliability, and heteroscedasticity. The data analysis technique used was multiple linear regression analysis using IBM SPSS 24. The results of this study indicate that: Product has a positive but insignificant effect on consumer satisfaction with Natural Ginger Sugar. The t-test data for the product variable indicates that the product has no significant partial effect on consumer satisfaction. Price has a positive and significant effect on consumer satisfaction with Natural Ginger Sugar. The t-test data for the price variable indicates that price has a partial and significant effect on consumer satisfaction, and promotion has a positive and significant effect on consumer satisfaction with Natural Ginger Sugar. The t-test data for promotion indicates that promotion has no partial effect on consumer satisfaction. The f-test results indicate that product, price, and promotion simultaneously influence consumer satisfaction.

Keywords: product, price, promotion, consumer satisfaction, Ginger Sugar

PENDAHULUAN

Di era perkembangan globalisasi ini, perkembangan dunia usaha mengalami peningkatan yang cukup pesat. Peningkatan itu disebabkan karena kebutuhan manusia yang semakin kompleks. Hal ini mendorong perusahaan untuk memenuhi akan permintaan suatu kebutuhan.

Perkembangan dunia usaha mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, didukung dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih sehingga memudahkan bagi para pelaku usaha. Berkembangnya teknologi juga memberikan dampak baik bagi kelangsungan usaha, yang mana para pelaku usaha yang menggunakan teknologi dengan baik akan mendapatkan keuntungan dari pemanfaatan teknologi tersebut.

Banyaknya jumlah para pelaku usaha membuat peta persaingan usaha semakin ketat, akan banyak produk-produk baru di

pasaran bermunculan. Manajemen perusahaan harus lebih menjaga produk perusahaan di pasar agar terjaga dengan baik dan berkembang di pasaran.

Dalam menunjang keberhasilannya, para pelaku usaha sangat memperhatikan tentang strategi pemasaran yang diterapkan, program pemasaran yang dapat dilakukan melalui bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, lokasi, dan promosi perlu dikaji untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat dilakukan oleh perusahaan dan bagaimana mempengaruhi perilaku konsumen terhadap model pemasaran dan produk yang dipasarkan.

Perusahaan yang mampu mengkombinasikan bauran pemasaran sebagai alat pemasaran dan menggiring konsumen untuk memilih produk perusahaan dapat menjadi sumber keunggulan bersaing perusahaan yang bahkan membutuhkan integrasi kompetensi

dan kapabilitas perusahaan untuk mendukung strategi perusahaan melalui bauran pemasaran. (Utami and Firdaus 2018:27).

Meskipun bauran pemasaran disebut sebagai salah satu konsep pemasaran klasik yang digunakan untuk menjual produk kepada konsumen melalui diferensiasi dan manipulasi bauran pemasaran. Namun, bauran pemasaran adalah konsep pertama pengembangan strategi pemasaran yang terus berkembang hingga saat ini, yang tentunya masih membutuhkan perhatian dalam aktivitas pemasaran.

Bauran pemasaran adalah salah satu konsep bidang pemasaran dalam dunia bisnis, konsep ini seringkali digunakan sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan intensitas penjualan, selain itu bauran pemasaran juga merupakan alat untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen dan keputusan konsumen untuk membeli sebuah produk, beberapa faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah faktor produk, faktor harga dan faktor promosi.

Oleh karenanya, perlu diteliti lebih lanjut bagaimana pengaruh produk, harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen Gula Jahe Alami Sucenjuritengah. Penelitian dibatasi hanya berkaitan dengan pengaruh produk, harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen Gula Jahe Alami Sucenjuritengah.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang tersebut, masalah yang akan diteliti lebih lanjut yaitu:

1. Bagaimana pengaruh produk terhadap kepuasan konsumen Gula Jahe Alami Sucenjuritengah?

2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Gula Jahe Alami Sucenjuritengah?
3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen Gula Jahe Alami Sucenjuritengah?
4. Bagaimana pengaruh produk, harga, dan promosi secara simultan terhadap kepuasan konsumen Gula Jahe Alami Sucenjuritengah?

Permasalahan dibatasi hanya pada variabel terkait pengaruh produk, harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen Gula Jahe Alami Sucenjuritengah dengan subjek yaitu para konsumen Gula Jahe Alami Sucenjuritengah.

TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan maka tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui:

1. Untuk menganalisis pengaruh produk terhadap kepuasan konsumen Gula Jahe Alami Sucenjuritengah.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap Skepuasan konsumen Gula Jahe Alami Sucenjuritengah.
3. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen akan Gula Jahe Alami Sucenjuritengah.
4. Untuk menganalisa pengaruh, harga, promosi terhadap kepuasan konsumen Gula Jahe Alami Sucen Juruntengah

KAJIAN PUSTAKA

Pemasaran

Menurut Philip Kotler (Wibowo, 2019). Pemasaran adalah aktivitas sosial dan sebuah pengaturan yang dilakukan oleh perorangan atau sekelompok orang dengan ambisi untuk mendapatkan tujuannya dengan cara membuat produk dan menukarkannya dengan besaran nominal tertentu ke pihak lain. Menurut Boyd,

Walker, Larreche dalam (Wibowo 2019:7) Pemasaran adalah suatu proses analisis, perencanaan, implementasi, koordinasi dan pengendalian program pemasaran yang meliputi kebijakan produk, harga, promosi, dan distribusi dari produk, jasa, penawaran ide untuk menciptakan dan meningkatkan pertukaran manfaat dengan pasar sasaran dalam upaya pencapaian tujuan organisasi.

Manajemen Pemasaran

Menurut Miguna Astuti, (2020:2) Manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu menentukan pasar sasaran, serta mendapatkan, mempertahankan dan menumbuhkan konsumen dengan menciptakan, mengantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Pemasaran adalah proses dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain.

Strategi Pemasaran

Menurut Kotler dan Armstrong (Mahardika, 2020:82). Strategi pemasaran adalah logika pemasaran dimana kelompok bisnis berharap untuk menciptakan nilai dan mendapatkan profit dari hubungannya dengan konsumen. Menurut Philip Kotler dalam (Mahardika, 2020:82) mendefinisikan bahwa strategi pemasaran adalah suatu pemikiran pemasaran yang akan digunakan untuk meraih tujuan pemasaran, dimana di dalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan budget untuk pemasaran.

Bauran Pemasaran

Menurut William J. Stanton (Rizal et al., 2017:80) marketing mix (bauran pemasaran) adalah istilah dalam melukiskan

kombinasi dari keempat masukan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan. Keempat elemen tersebut adalah penawaran produk, struktur harga, kegiatan promosi dan sistem distribusi.

Menurut Kotler dan Armstrong (Rizal et al., 2017:80) marketing mix is the set of controllable, tactical marketing tools that the firm blends to produce the response it wants in the target market. Marketing mix meliputi item alat pemasaran, yaitu product, price, promotion, dan place (4P). Marketing Mix tersebut digunakan oleh pemasar agar produknya dapat memasuki pasar sasaran atau target market. Item bauran pemasaran meliputi:

1. Product yaitu terdiri dari keberagaman produk, tingkat kualitasnya, desain, ciri khasnya, nama merk, bentuk kemasan, ukuran, pelayanan, garansi (jaminan), dan imbalan
2. Price yaitu terdiri dari harga, rabat (diskon), potongan harga khusus, periode pembayaran, dan syarat kredit.
3. Promotion yaitu terdiri dari promosi penjualan, periklanan, tenaga penjualan, public relation (PR), dan pemasaran langsung.
4. Place yaitu terdiri dari saluran pemasaran, cakupan pasar, pengelompokan, lokasi, persediaan, dan transportasi.

Produk

Menurut Kotler dan Armstrong produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. (Musfar, 2021:9). Produk adalah sebuah sifat yang kompleks dapat diraba, termasuk kemasan, warna, harga, prestasi perusahaan dan pengecer

yang diterima oleh konsumen untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan. Batasan produk dapat berupa benda, rasa (service), kegiatan (acting), orang, tempat, organisasi dan gagasan dimana sebuah produk akan mempunyai nilai lebih di mata konsumen, jika memiliki keunggulan dibandingkan dengan produk lain yang sejenis. (Suryadi, 2021:157).

Harga

Menurut Philip Kotler pada dasarnya harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran atau marketing mix yang dapat menghasilkan pendapatan, dimana elemen lain mendapatkan biaya. Harga adalah jumlah nilai yang harus diberikan pelanggan untuk sebuah produk. Menurut Buchari Alma harga merupakan sejumlah uang yang digunakan untuk menilai dan mendapatkan produk maupun jasa yang dibutuhkan oleh konsumen. Harga adalah nilai moneter yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh atau memiliki produk suatu perusahaan. Ini adalah komponen penghasil pendapatan yang penting bagi perusahaan. (Sisca et.al 2021:472).

Promosi

Promosi menurut Kothler adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang menunjukkan keistimewaan produknya bertujuan untuk membujuk konsumen sasaran agar membeli, mengacu pada pengertian tersebut tujuan promosi pada umumnya secara keseluruhan melakukan promosi adalah agar meningkatkan angka penjualan dan keuntungan usaha. (Syahputra, 2019:84).

Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (Panjaitan & Yuliati, 2016). Kepuasan ialah perasaan

puas, senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapannya. Menurut Tse & Wilton (Rahman 2019:259). Kepuasan pelanggan adalah respons pelanggan/konsumen terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal (atau standar kerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah menggunakan atau mengkonsumsi produk bersangkutan.

METODE PENELITIAN

Jenis Data

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada responden terkait dengan faktor produk, harga, promosi dan kepuasan konsumen. Survei menghasilkan informasi yang bersifat statistik dan merupakan bentuk dasar kuantitatif. Penelitian survei menanyakan kepada responden tentang kepercayaan, pendapat, karakteristik, dan perilaku yang telah atau sedang terjadi. (Robert M Groves dalam Adiyanta, 2019). Data dalam penelitian ini yaitu:

1. Data kuantitatif

Dalam hal ini penulis mengambil data dari hasil responden konsumen Gula Jahe Alami dalam bentuk kuesioner yang disebar secara online dan offline. Data diperoleh dari 40 responden konsumen lama maupun konsumen baru.

Data kuantitatif adalah data yang dinyatakan dalam angka, dimana nilai numerik bisa besar atau kecil. Nilai numerik mungkin sesuai dengan kategori atau label tertentu. Data kuantitatif dapat diperoleh dengan melakukan survey untuk

mendapatkan jawaban rigid berupa angka. (Handayan, 2022:78)

2. Data kualitatif

Data kualitatif pada penulisan penelitian ini menggunakan data yang bersifat deskriptif seperti laporan hasil observasi yang dilakukan selama proses penelitian, catatan pengamatan selama proses penelitian dilakukan, dan studi pustaka terkait dengan produk, harga, promosi dan kepuasan konsumen yang didapatkan dari referensi buku perpustakaan, hasil website jurnal. Data kualitatif pada penulisan laporan ini juga diperoleh dari hasil kesimpulan olah data yang sudah didiskripsikan dan dirangkum dalam bentuk teks sehingga memudahkan penulis maupun pembaca untuk mencari informasi melalui laporan penelitian ini.

Sumber Data

Sumber data utama yang digunakan yaitu data primer. Data primer penelitian berasal dari 40 responden melalui kuesioner online. Responden bisa memilih skala likert dengan skor 1–4 sebagai berikut:

Skor 1 = Sangat tidak setuju

Skor 2 = Tidak setuju

Skor 3 = Setuju

Skor 4 = Sangat setuju

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Observasi

Observasi dilakukan pada Gula Jahe Alami Sucenjurutengah sejak bulan Desember 2022, khususnya terkait perkembangan produk, promosi dan penetapan harga Gula Jahe Alami Sucenjurutengah.

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode mengamati, meneliti, dan memahami sistem lama yang ada kaitannya dengan objek penelitian untuk mendapatkan data yang diinginkan.” (Triyanto & Fadli, 2013). Metode Dokumentasi dilakukan dengan mempelajari dan mengumpulkan data-data keterangan yang ada pada pemilik Gula Jahe Alami serta para konsumennya

3. Wawancara

Menurut Lexy J. Moleong (Yuhana & Aminy, 2019:6) pengertian wawancara adalah suatu percakapan dengan tujuan-tujuan tertentu. Pada metode ini peneliti dan responden berhadapan langsung (face to face) untuk mendapatkan informasi secara lisan dengan tujuan mendapatkan data yang dapat menjelaskan permasalahan penelitian. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan saat peneliti melakukan kunjungan secara offline ke masing-masing tempat tinggal para konsumen Gula Jahe Alami.

4. Kuesioner

Menurut kuesioner (*questionnaire*) atau angket merupakan metode pengumpulan data untuk memahami individu dengan cara memberikan suatu daftar pertanyaan tentang berbagai aspek kepribadian individu. Dengan kuesioner, konselor dapat memperoleh berbagai macam data tentang individu dalam waktu yang relative singkat. (Susilo and Gudnanto 2022:78). Kuesioner digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh produk, harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen Gula Jahe Alami Sucenjurutengah.

Populasi dan Sampel

Menurut Margono (Nurrahmah, et.al 2021:6) Populasi adalah keseluruhan data

yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti dalam ruang lingkup dan waktu yang telah ditentukan. Populasi berkaitan dengan data-data, jika seorang manusia memberikan suatu data, maka ukuran atau banyaknya populasi akan sama banyaknya manusia. Pada penelitian ini penulis menetapkan bahwa populasi penelitian ini adalah konsumen Gula Jahe Alami Sucenjurutengah baik konsumen lama maupun konsumen baru.

Sedangkan sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Sampel juga diambil dari populasi yang benar-benar mewakili dan valid yaitu dapat mengukur sesuatu yang seharusnya diukur."

Sampel diambil dengan teknik Non-Probability sampling dengan metode purposive sampling. Non-probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama untuk setiap unsur atau anggota populasi yang akan dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2018).

Sehingga dalam penelitian ini sebagian dari jumlah populasi yaitu sebanyak 40 responden konsumen Gula Jahe Alami yang sudah berpartisipasi dan memberikan pernyataan melalui kuesioner yang sudah disebar secara online.

Variabel Penelitian

Variabel dibedakan menjadi:

1. Variabel bebas (X)

Variabel bebas (independent variable) adalah variabel yang memengaruhi dan akan menjadi penyebab berubahnya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2018:39). Variabel bebas yang digunakan pada penulisan penelitian ini adalah produk, harga, dan promosi.

2. Variabel terikat (Y)

Variabel terikat (dependent variable) adalah variabel yang dapat dipengaruhi dan dapat menjadi akibat, karena adanya independent variable (Sugiyono, 2018:39). Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu kepuasan konsumen (Y).

Definisi Operasional Variabel

Menurut Kotler dan Amstrong "Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan." (Musfar, 2021:9).

Harga menjadi pemeran yang sangat penting agar terjadi transaksi antara produsen dengan konsumen. Oleh sebab itu, penetapan harga yang tepat sangat penting bagi perjalanan bisnis karena dapat mempengaruhi minat dari konsumen untuk membeli produk tersebut. Harga yang tepat yaitu harga yang terjangkau bagi konsumen dan sesuai dengan kualitas serta manfaat produk tersebut.

Promosi adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang menonjolkan keistimewaan-keistimewaan produknya yang membujuk konsumen sasaran agar membeli. Mengacu pada pengertian promosi di atas tujuan promosi pada umumnya secara keseluruhan melakukan promosi adalah agar meningkatkan angka penjualan dan keuntungan usaha. (Kothler dalam Syahputra, 2019:84)

Menurut Tse & Wilton (Rahman, 2019:259) kepuasan pelanggan adalah respons pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana

dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan. Pengukuran variabel menggunakan skala rating model skala likert (likert scale). Menurut Djaali dalam (Suwandi et al., 2018:2) skala likert adalah skala yang dapat dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu gejala atau fenomena pendidikan.

Analisa Data

Uji kualitas data dilakukan dengan uji normalitas, uji validitas, dan uji reliabilitas. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. (Riyanto dan Hatmawan, 2020:137). Ghazali dalam (Chairunnisa et.al, 2020:7), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. (Ghozali dalam Chairunnisa, et.al 2020:7) Teknik kolerasi yang digunakan adalah kolerasi product moment, yaitu membandingkan hasil probabilitas koefisien korelasi r_{xy} dengan taraf signifikan 5% atau (0,05). (Darma, 2021:7)

$$r_{xy} = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

Dimana:

r_{xy} = koefisien korelasi

n = jumlah responden

x_i = skor setiap item pada instrumen

y_i = skor setiap item pada kriteria

Nilai koefisien validitas berkisar +1,00 sampai -1,00. Nilai koefisien +1,00 mengindikasikan bahwa individu pada uji instrumen maupun uji kriteria, memiliki hasil yang relatif sama. Jika koefisien validitas 0, tidak ada hubungan antara instrumen

dengan kriterianya. Semakin tinggi koefisien validitas, maka semakin baik instrumen tersebut (Fraenkel, et al dalam Febrianawati Yusup, 2018).

Uji reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Menurut Priyatno (2012:187), pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas sebagai berikut:

- Cronbach's Alpha $< 0,6$ = reliabilitas buruk
- Cronbach's Alpha $0,6 - 0,79$ = reliabilitas diterima
- Cronbach's Alpha $0,8$ = reliabilitas baik

Uji Heteroskedastisitas adalah menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain, jika bersifat tetap maka disebut homoskedastisitas, namun jika variance dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas, model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. (Ghozali dalam Chairunnisa, et.al 2020:7)

Uji multikolinearitas adalah menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan melihat VIF antar variabel independen. (Ghozali dalam Chairunnisa, et.al 2020:7) Asumsi dari Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) dapat dinyatakan sebagai berikut:

- Melihar nilai tolerance: jika nilai tolerance lebih besar dari $> 0,10$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas.

- b. Melihat nilai VIF: jika nilai VIF lebih kecil dari $< 10,00$, maka artinya tidak terjadi multikolinearitas.

Uji hipotesis dilakukan menggunakan Regresi Linear Berganda, Uji t (parsial), dan Uji F (simultan). Regresi linear (linear regression) adalah teknik yang digunakan untuk memperoleh model hubungan antara 1 variabel dependen dengan 1 atau lebih variabel independen. (Briliant & Kurniawan, 2019) Adapun persamaan regresi linier berganda untuk model penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n.$$

Keterangan :

Y = keputusan pembelian

α = konstanta

$b_1 + b_2$ = koefisien regresi

$x_1 + x_2$ = variabel bebas (harga dan promosi melalui media sosial)

e = error term

Uji t statistik pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel lainnya konstan. Uji t digunakan untuk melihat secara parsial apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. (Ghozali dalam Chairunnisa, et.al 2020:7)

Dasar pengambilan keputusan uji t sebagai berikut: Jika nilai sig $< 0,05$ atau t hitung $< t$ tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Jika nilai sig $> 0,05$, atau t hitung $< t$ tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y." (N. Lontoh, 2016:7)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen memiliki pengaruh secara keseluruhan terhadap variabel dependen. (Ghozali, 2017:22) Uji f dirumuskan:

$$F = \frac{\frac{R^2}{(n-1)}}{\frac{(1-R^2)}{(n-k)}}$$

Dimana:

Y = Nilai pengamatan

Y_1 = Nilai Y yang ditaksir

Y_2 = Nilai rata rata pengamatan

N = Jumlah sampel

K = jumlah variabel independen

Koefisien determinasi (R^2) ditujukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. (Ghozali dalam Chairunnisa, et.al 2020:7)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen dan variabel independen atau keduanya mempunyai data distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.99727330
Most Extreme Differences	Absolute	.126
	Positive	.126
	Negative	-.101
Test Statistic		.126
Asymp. Sig. (2-tailed)		.113 ^c

(Sumber : Data diolah dengan SPSS 24, 2023)

Berdasarkan hasil uji Kolmogorov-Smirnov di atas, terlihat nilai Asymp.Sig memiliki nilai $0,113 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa data pada penelitian ini terdistribusi secara normal dan model regresi tersebut layak dipakai untuk memprediksi variabel dependen yaitu

kepuasan konsumen berdasarkan masukan variabel independen yaitu produk, harga, dan promosi. Maka data penelitian layak digunakan sebagai penelitian.

Uji Validitas

Uji validitas membandingkan r-hitung dan nilai r-tabel dengan signifikansi (α) 5%, dan ketentuan jika r-hitung > r-tabel maka item kuesioner valid. Apabila r-hitung $\leq$ r-tabel maka item kuesioner tidak valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Kriteria
Produk	1	0,744	0,312	Valid
	2	0,697	0,312	Valid
	3	0,720	0,312	Valid
	4	0,731	0,312	Valid
	5	0,818	0,312	Valid
Harga	1	0,828	0,312	Valid
	2	0,640	0,312	Valid
	3	0,735	0,312	Valid
	4	0,781	0,312	Valid
	5	0,696	0,312	Valid
	6	0,808	0,312	Valid
Promosi	1	0,778	0,312	Valid
	2	0,456	0,312	Valid
	3	0,414	0,312	Valid
	4	0,658	0,312	Valid
	5	0,678	0,312	Valid
	6	0,518	0,312	Valid
	7	0,767	0,312	Valid
	8	0,639	0,312	Valid
	9	0,844	0,312	Valid
Kepuasan Konsumen	1	0,778	0,312	Valid
	2	0,456	0,312	Valid
	3	0,414	0,312	Valid
	4	0,658	0,312	Valid
	5	0,678	0,312	Valid
	6	0,518	0,312	Valid
	7	0,767	0,312	Valid
	8	0,639	0,312	Valid
	9	0,844	0,312	Valid

(Sumber : Data diolah dengan SPSS 24, 2023)

Berdasarkan tabel diatas menunjukan bahwa tidak ada butir pernyataan yang gugur karena syarat terpenuhi yaitu nilai koefisien korelasi item total (corrected item total correlation) lebih dari 0,312 sehingga butir pernyataan variabel tersebut dinyatakan valid, artinya bahwa semua pernyataan dalam kuesioner tersebut dapat mengukur variabel penelitian.

Uji Reliabilitas

Pada instrumen penelitian ini menggunakan rumus Cronbach's Alpha. Cronbach's Alpha adalah rumus matematis yang digunakan untuk menguji tingkat reliabilitas ukuran, suatu instrumen dapat dikatakan reliabel jika memiliki koefisien keandalan atau Alpha sebesar 0,6 atau lebih.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria
Produk	0,794	Reliabel
Harga	0,786	Reliabel
Promosi	0,820	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,865	Reliabel

(Sumber: Data diolah dengan SPSS 24, 2023)

Berdasarkan tabel diatas variabel produk (X1), variabel harga (X2), variabel promosi (X3) dan variabel kepuasan konsumen(Y) memiliki nilai cronbach's alpha lebih dari 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini reliabel, artinya variabel dalam kuesioner memiliki konsistensi untuk mengukur konstruk penelitian.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan satu pengamatan dengan yang lainnya sama untuk membuat estimasi model yang lebih tepat. Pada penelitian ini, menggunakan alat uji park yaitu meregresikan nilai logaritma natural dari residual kuadrat ($\ln U_i^2$).

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients	T	Sig.
	Unstandardized Coefficients				
	B	Std. Error	Beta		
1					
(Constant)	-.085	3.177		-.027	.97
Produk	-.318	.282	-.268	-1.130	.26
Harga	.490	.251	.569	1.955	.05
Promosi	-.149	.145	-.262	-1.023	.31

a. Dependent Variable: LN_RES

(Sumber : Data diolah dengan SPSS 24, 2023)

Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas dengan model park bahwa data residual yang telah diuji tidak terjadi

heterokedastisitas karena signifikansi variabel diatas 5% atau 0,05.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diperlukan untuk mendeteksi adanya problem multiko, maka dapat dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) serta besaran korelasi antar variabel independen.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.435	2.520		2.951	.006		
	Produk	.407	.223	.253	1.824	.076	.445	2.248
	Harga	.615	.199	.526	3.092	.004	.296	3.377
	Promosi	.095	.115	.123	.822	.416	.383	2.610

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

(Sumber : Data diolah dengan SPSS 24, 2023)

Berdasarkan tabel 4.24 di atas terlihat bahwa nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) lebih kecil dari 10,00 untuk setiap variabel. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi tidak terdapat problem multiko atau dapat dikatakan bebas dari problem multikolonieritas dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

Analisis Linear Berganda

Analisis linear berganda digunakan untuk mengetahui hubungan secara bersama-sama antara variabel produk (X1), harga (X2) dan promosi (X3) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

Tabel 6. Hasil Uji Validitas

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	7.435	2.520		2.951	.00
	Produk	.407	.223	.253	1.824	.07
	Harga	.615	.199	.526	3.092	.00
	Promosi	.095	.115	.123	.822	.41

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

(Sumber : Data diolah dengan SPSS 24, 2023)

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan SPSS 24, maka diperoleh nilai konstanta sebesar 7,435, koefisien produk 0,407, koefisien harga 0,615, dan koefisien promosi 0,095 yang berarti variabel produk (X1) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,407, variabel harga (X2) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,615, variabel promosi (X3) memiliki pengaruh positif terhadap minat beli sebesar 0,095. Data ini menunjukkan bahwa hasil analisis regresi yaitu variabel harga memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan konsumen, selanjutnya diikuti dengan variabel produk dan variabel promosi.

Pengujian Hipotesis 1

Berdasarkan perbandingan nilai t hitung dan t tabel, maka data yang didapat untuk nilai t hitung pada variabel produk (X1) diketahui sebesar 1,824 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,68957 atau $1,824 > 1,68957$. Berdasarkan nilai signifikansi (Sig.) pada variabel produk diketahui nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu 0,076 atau $(0,076 > 0,05)$. Maka H_A diterima dan H_0 ditolak yang artinya secara parsial produk berpengaruh namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 7. Hasil Uji t (parsial)

Model		Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
		B	Std. Error				
1	(Constant)	7.435	2.520		2.951	.006	
	Produk	.407	.223	.253	1.824	.076	
	Harga	.615	.199	.526	3.092	.004	
	Promosi	.095	.115	.123	.822	.416	

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

(Sumber : Data diolah dengan SPSS 24, 2023)

Pengujian Hipotesis 2

Berdasarkan perbandingan nilai t hitung dengan t tabel, data yang didapat

untuk nilai t hitung pada variabel harga diketahui nilai t hitung 3,092 lebih besar daripada nilai t tabel atau $3,092 > 1,68957$. Berdasarkan nilai signifikansi (Sig.) diketahui nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,04 atau ($0,04 < 0,05$). Maka H_A diterima dan H_0 ditolak yang artinya harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengujian Hipotesis 3

Berdasarkan perbandingan nilai t hitung pada variabel promosi (X3) yang diketahui sebesar 0,822 lebih kecil dari nilai t tabel sebesar 1,68957 atau $0,822 < 1,68957$. Berdasarkan nilai signifikansi (Sig.) diketahui nilai signifikansi lebih besar daripada 0,05 yaitu $0,416 > 0,05$, Maka H_0 diterima dan H_A ditolak yang artinya promosi secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Pengujian Hipotesis 4

Hasil Uji pada Tabel 5 menunjukkan F_{hitung} 26.953 dengan F_{tabel} 2.87. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($26.953 > 2.87$) Maka H_0 ditolak dan H_A diterima yang berarti produk, harga dan promosi secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Gula Jahe Alami Sucenjurutengah.

Tabel 5. Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1					
Regression	312.045	3	104.015	26.953	.000 ^b
Residual	138.930	36	3.859		
Total	450.975	39			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

a. Predictors: (Constant), Promosi, Produk, Harga

(Sumber : Data diolah dengan SPSS 24, 2023)

Pengujian Hipotesis 5

Tabel 6. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	.833 ^a	.694	.668	1.986

a. Predictors: (Constant), Promosi, Produk, Harga

(Sumber : Data diolah dengan SPSS 24, 2023)

Dari hasil perhitungan dengan SPSS 24, pada tabel diatas yang telah disajikan menunjukkan besarnya Adjusted adalah $0,668 = 66,8\%$. Maka variasi pada kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variasi dalam variabel bebas produk (X1), harga (X2), dan promosi (X3) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen pada Gula Jahe Alami sebesar 66.8%.

Pengaruh variabel produk terhadap variabel kepuasan konsumen

Hasil uji hipotesis 1 menunjukkan bahwa produk secara parsial berpengaruh namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut menunjukkan bahwa produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, akan tetapi pengaruh tersebut tidak signifikan atau tidak bermakna bagi konsumen. Artinya jika kualitas produk meningkat, maka peningkatan itu tidak berarti bagi kepuasan konsumen.

Hal ini diperkuat dari hasil deskriptif variabel, jika dilihat dari nilai rata-rata pada variabel produk, butir pernyataan yang terendah memiliki rata-rata skor sebesar 2.97 yaitu butir pernyataan " Kualitas produk yang ditawarkan oleh Gula Jahe Alami Sucenjurutengah lebih baik daripada toko/produsen gula jahe lainnya". Meskipun rata-rata skor ini tergolong "Baik", namun hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang ditawarkan oleh Gula Jahe Alami kurang memiliki dampak yang berarti pada kepuasan konsumen.

Dengan demikian untuk meningkatkan kepuasan konsumen sebaiknya Gula Jahe Alami harus selalu meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan, seperti menjaga kualitas bahan, pengolahan, bentuk dan konsistensi rasa produk yang dihasilkan. Pengolahan produk juga harus selalu dijaga agar konsumen merasa telah mendapatkan kualitas produk yang benar-benar mereka inginkan. Hal ini bertujuan agar aspek

kualitas produk benar-benar bisa dimanfaatkan untuk meningkatkan kepuasan konsumen, dan resiko penurunan kepuasan konsumen juga akan semakin rendah.

Variabel produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Variabel produk dinilai lebih berpengaruh untuk membangun maupun meningkatkan kepuasan seorang konsumen. Dengan adanya upaya untuk selalu menjaga kualitas produk hal ini tentunya akan berdampak pada meningkatnya minat konsumen terhadap produk dan berimbas pada meningkatnya penjualan.

Menjaga kualitas produk sama halnya dengan menjaga eksistensi penjualan produk tersebut, oleh karena itu Gula Jahe Alami juga selalu berusaha menjaga kualitas produk yang diberikan, mulai dari menjaga kualitas bahan-bahan yang digunakan, alat-alat produksi, proses produksi sampai pada proses pengemasan selalu dilakukan dengan sebaik mungkin.

Pengaruh variabel harga terhadap variabel kepuasan konsumen

Hasil uji hipotesis 2 menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa nilai harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini diperkuat dari data yang didapat dari deskripsi variabel bahwa variabel harga memiliki nilai rata-rata skor yang paling tinggi diantara ketiga variabel, salah satu butir pernyataan yang memiliki nilai skor tinggi adalah "Harga produk Gula Jahe Alami Sucenjuritengah yang terjangkau membuat konsumen ingin berbelanja kembali." dengan nilai skor sebesar 3,22.

Dampak yang besar dari harga yang diberikan ini juga sejalan dengan prinsip sang owner Gula Jahe Alami yang bertekad untuk selalu menjaga kestabilan harga yang

ditetapkan, bahkan ketika era pandemic Covid-19 harga produk Gula Jahe Alami tidak berubah sama sekali. Selain itu karena mayoritas responden merupakan konsumen business to business pastinya mereka akan sangat memperhatikan harga yang ditawarkan agar bisa mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Hal ini membuktikan bahwa data hasil uji t yang dihasilkan sesuai dengan deskripsi variabel yang telah didapat dari responden, maka sebaiknya Gula Jahe Alami supaya selalu bisa menjaga kestabilan harga agar kepuasan konsumen juga selalu terjaga.

Dengan demikian untuk menjaga tingkat kepuasan konsumen Gula Jahe Alami dapat melakukan strategi promosi pada penetapan harga seperti memberikan potongan harga khusus, pemberian bonus ataupun gratis ongkos pengiriman kepada konsumen agar mereka merasa puas dan merasa tidak terbebani dengan harga yang diberikan. Dengan adanya kepuasan saat melakukan pembelian maka hal ini akan menciptakan kepuasan pembelian dan akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian selanjutnya.

Pengaruh variabel promosi terhadap variabel kepuasan konsumen

Hasil uji hipotesis 3 menunjukkan bahwa promosi tidak berpengaruh pada kepuasan konsumen Gula Jahe Alami Sucenjuritengah.

Dilihat dari nilai rata-rata pada variabel promosi, butir pernyataan yang terendah memiliki rata-rata skor sebesar 2.45 yaitu butir pernyataan ke delapan "Gula Jahe Alami Sucenjuritengah selalu membujuk pelanggan untuk membeli produknya." Dan pernyataan ke sembilan yaitu "Gula Jahe Alami Sucenjuritengah memberikan bonus untuk pembelian dalam jumlah tertentu".

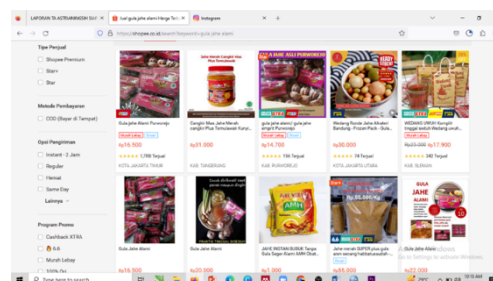
Dengan pernyataan tersebut menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan Gula Jahe Alami memang tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, kepuasan konsumen lebih dipengaruhi oleh variabel harga dalam penelitian ini atau oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Pernyataan tersebut juga menunjukkan bahwa beberapa konsumen mengeluhkan tidak adanya bonus yang diberikan oleh Gula Jahe Alami saat konsumen melakukan pembelian, hal ini pun didasari alasan sebab Gula Jahe Alami memanfaatkan tangan-tangan kedua yaitu sales/reseller untuk dapat memasarkan produknya, dan harga yang dijual oleh reseller juga lebih tinggi dari harga produk yang diberikan oleh produsen. Sehingga untuk promosi produk dalam bentuk pemberian bonus dan diskon, Gula Jahe Alami menyerahkan sepenuhnya kepada para sales/reseller tetapi Gula Jahe Alami tidak ikut andil terhadap bentuk promosi tersebut.

Sang pemilik Gula Jahe Alami memiliki prinsip atau slogan tersendiri dalam memasarkan produknya kepada masyarakat, yaitu "Saya tidak mau banyak bicara tentang produk saya, tetapi biarkan produk saya yang berbicara." Prinsip inilah yang dibawa oleh beliau dari awal Gula Jahe Alami didirikan hingga saat ini, dari prinsip ini dapat diketahui bahwa beliau lebih banyak menggunakan strategi promosi yang mengandalkan komunikasi dari orang ke orang, masyarakat yang puas dan menyukai produk yang diberikan, melalui jaringan bisnis, sosial, serta masyarakat.

Salah satu strategi promosi yang sering dilakukan adalah mengikuti bazaar/pameran-pameran. Gula Jahe Alami selalu memanfaatkan moment bazaar/pameran untuk bisa mengenalkan produknya, Gula Jahe Alami juga selalu menyediakan tester produk yang diseduh

langsung di tempat. Hal ini bertujuan agar konsumen bisa langsung mencicipi produk dan yakin untuk membeli produk tersebut.

Promosi yang dilakukan di Gula Jahe Alami Sucenjurutengah selama ini lebih banyak dilakukan melalui sales/reseller yang tersebar di seluruh kota di Indonesia. banyak dari reseller tersebut yang memanfaatkan online store. untuk menjual produknya, seperti melalui Shopee, Lazada, Bukalapak, Tokopedia dan lain sebagainya, bahkan juga memanfaatkan sosial media seperti Facebook dan Instagram. Dibawah ini merupakan contoh bukti pemasaran dan promosi produk melalui online store.



Gambar 1 Promosi yang dilakukan reseller melalui aplikasi Shopee

(Sumber: Marketplace Shopee, 2023)

Harapannya dengan melalui sales/reseller yang tersebar di seluruh Indonesia dan penggunaan strategi digital marketing dapat mengenalkan produk secara lebih luas dan bisa meningkatkan tingkat efektifitas promosi dan pemasaran produk.

Pengaruh variabel produk, harga dan promosi terhadap variabel kepuasan konsumen

Hasil uji hipotesis 4 menunjukkan bahwa produk, harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian artinya produk, harga, dan promosi memiliki pengaruh yang berarti pada kepuasan konsumen, semakin baik ketiga variabel tersebut maka kepuasan konsumen juga akan semakin meningkat, jika terjadi perubahan pada variabel produk, harga dan promosi

secara bersama-sama maka akan mempengaruhi tinggi rendahnya kepuasan konsumen Gula Jahe Alami. Apabila kualitas produk semakin baik dengan harga yang sesuai dan terjangkau, serta promosi yang dilakukan semakin menarik, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumennya.

Hasil dari besaran koefisien determinasi Adjusted (R^2) = 0,668 artinya bahwa ketiga variabel independen yaitu produk, harga dan promosi mampu menjelaskan 66,8% perubahan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen sebesar 66,8 %, dalam penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen memiliki pengaruh yang tinggi terhadap minat beli.

Pada tabel jawaban responden terkait dengan kepuasan konsumen, pernyataan yang paling disetujui oleh konsumen adalah "Gula Jahe Alami Sucenjuritengah selalu menanggapi keluhan pelanggan dengan cepat dan tanggap." Dengan jumlah 33 orang (82,5%). Dengan demikian indikator yang bisa memengaruhi untuk meningkatkan kepuasan konsumen yaitu dengan selalu memberikan pelayanan yang terbaik, selalu mendengarkan dan menanggapi keluhan pelanggan dengan cepat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh produk, harga, dan promosi terhadap kepuasan konsumen Gula Jahe Alami Sucenjuritengah dapat disimpulkan bahwa produk berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen Gula Jahe Alami Sucenjuritengah, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Gula Jahe Alami Sucenjuritengah, promosi tidak berpengaruh terhadap kepuasan

konsumen Gula Jahe Alami Sucenjuritengah. Sedangkan produk, harga, dan promosi juga secara simultan juga dapat disimpulkan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Gula Jahe Alami Sucenjuritengah.

Berdasarkan hasil penelitian, ada beberapa hal yang perlu ditindaklanjuti oleh Gula Jahe Alami Sucenjuritengah yaitu:

1. Gula Jahe Alami harus selalu berusaha meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan. seperti menjaga kualitas bahan, pengolahan, bentuk dan konsistensi rasa produk yang dihasilkan.
2. Gula Jahe Alami sebaiknya selalu menjaga kestabilan harga karena penetapan harga yang akurat sangat mempengaruhi kepuasan konsumen Gula Jahe Alami.
3. Untuk memperkuat kepercayaan konsumen, Gula Jahe Alami sebaiknya memberikan identitas khusus pada bagian kemasan produk, Gula Jahe Alami juga sebaiknya melakukan pendataan identitas setiap sales/resellernya untuk meminimalisir terjadinya penipuan yang mengatas namakan merk produk dan mengedukasi konsumen untuk dapat memilih produk yang asli.
4. Sebaiknya supaya selalu menjaga kualitas produk, penetapan harga yang akurat dan promosi yang tepat sasaran agar kepuasan dan kepercayaan konsumen selalu terjaga dan dapat meningkatkan intensitas penjualan yang tentunya berimbas langsung pada pendapatan Gula Jahe Alami Sucenjuritengah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanta, F. C. S. (2019). Hukum dan Studi Penelitian Empiris: Penggunaan Metode Survey sebagai Instrumen Penelitian Hukum Empiris. *Administrative Law and Governance Journal*, 2(4), 697-709. <https://doi.org/10.14710/alj.v2i4.697-709>
- Briliant, E. H., & Kurniawan, M. H. S. (2019). Perbandingan Regresi Linier Berganda dan Regresi Buckley- James Pada Analisis Survival Data Tersensor Kanan. *Proceedings of The 1st STEEEM 2019*, 1(1), 1-19.
- Handayan, L. T. (2022). Implementasi Teknik Analisis Data Kuantitatif. PT. Scifintech Andrew Wijaya. https://books.google.co.id/books?id=OYCyEAAAQBAJ&newbks=0&printsec=frontcover&pg=PA9&dq=data+kuantitatif+adalah&hl=id&source=newbks_fb&redir_esc=y#v=onepage&q=data+kuantitatif+adalah&f=false
- Mahardika, R. (2020). Strategi Pemasaran Wisata Halal. *Mutawasith: Jurnal Hukum Islam*, 3(1), 65-86. <https://doi.org/10.47971/mjhi.v3i1.187>
- Miguna Astuti, A. R. A. (2020). Pengantar Manajemen Pemasaran. DEEPUBLISH (Grup penerbitan CV Budi Utama). https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=baTXDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=pengertian+manajemen+pemasaran&ots=gLJOHz8kbs&sig=VRXe5OTU8543sQSoZIJ2s-mdyVY&redir_esc=y#v=onepage&q=pengertian+manajemen+pemasaran&f=false
- Musfar, T. F. (2021). Manajemen Produk dan Merek. Media Sains Indonesia. https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Produk_dan_Merek/qxRQEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pengertian+produk&pg=PA35&printsec=frontcover
- N. Lontoh, M. (2017). Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada Pt. Hasjrat Abadi Manado Cabang Tende. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(01), 515-525.
- Nurrahmah, Arfatin Febri Rismaningsih, Ul'fah Hernaeny, Linda Pratiwi, Wahyudin, Abdul Rukyut, Fitri Yati, Lusiani, Dinar Riaddin, J. S. (2021). Pengantar Statistika 1. Media Sains Indonesia. https://books.google.co.id/books?id=Vm1XEAAAQBAJ&dq=pengertian+populasi&lr=&hl=id&source=gbs_navlink_s_s
- Putri, B. D. K. Y. S. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Traveling. *Komunikologi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 1(September), 1-23.
- Rahman, A. (2019). Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Yudha Swalayan Jakarta. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer*, 4(2), 257-264.
- Ratna Gumilang, R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 9-14. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v10i1.25>
- Rizal, R., Romidon, H., & Handika, I. (2017). Analisis Bauran Pemasaran terhadap Omzet Penjualan pada PT. Gaudi Dwi Laras Cabang Palembang. *Jurnal Adminika*, 3(2), 78-94.
- Selvy Chairunnisa, Fenny Krisna Marpaung, D. A. R. (2020). PENGARUH INSENTIF, KOMUNIKASI DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA PADA PT SINAR GRAHA INDONUSA. 14, 1-15.
- Sisca Sisca, Mariana Simanjuntak, Andriasan Sudarso, Ernest Grace, Syafrida Hafni Sahir, Dini Mustika Buana Putri,

- Rosdiana Rosdiana, Candra Puspita Ningtyas, Hasyim Hasyim, Y. E. M. (2021). Pemasaran: Dasar dan Konsep (J. S. Abdul Karim (ed.)). Yayasan Kita Menulis.
https://www.google.co.id/books/edition/Pemasaran_Dasar_dan_Konsep/2S5CEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pengertian+harga&pg=PA95&printsec=frontcover
- Suryadi, E. A. B. (2021). Penataan Produk SMK/MAK Kelas XII. Gramedia Widiasarana indonesia.
https://www.google.co.id/books/edition/Penataan_Produk_SMK_MAK_Kelas_XII/KP0WEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pengertian+produk&pg=PA157&printsec=frontcover
- Suwandi, E., Imansyah, F. H., & Dasril, H. (2018). Analisis Tingkat Kepuasan Menggunakan Skala Likert pada Layanan Speedy yang Bermigrasi ke Indihome. *Jurnal Teknik Elektro*, 11.
- Syahputra, R. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 83-88.
<https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.8>
- Triyanto, S., & Fadli, A. (2013). Sistem Pakar Untuk Mendiagnosa Penyakit Kelinci Berbasis Web. *Jurnal Sarjana Teknik Informatika*, 2(1), 22-32.
- Virginia, L., & Oktivera, E. (2019). Media Sosial Instagram Berpengaruh Terhadap Minat Beli Produk Wardah. *Jurnal Administrasi Kantor*, 7(1), 31-40.
- Wibowo, R. A. (2019). Manajemen Pemasaran. Radna Andi Wibowo.
https://books.google.co.id/books?id=vywDwAAQBAJ&dq=pengertian+pemasaran+kotler&lr=&hl=id&source=gbs_navlinks_s
- Yuhana, A. N., & Aminy, F. A. (2019). Optimalisasi Peran Guru Pendidikan Agama Islam Sebagai Konselor dalam Mengatasi Masalah Belajar Siswa. *Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*, 7(1), 79.
<https://doi.org/10.36667/jppi.v7i1.357>
- Adiyanta, F. C. S. (2019). Hukum dan Studi Penelitian Empiris: Penggunaan Metode Survey sebagai Instrumen Penelitian Hukum Empiris. *Administrative Law and Governance Journal*, 2(4), 697-709.
<https://doi.org/10.14710/alj.v2i4.697-709>
- Briliant, E. H., & Kurniawan, M. H. S. (2019). Perbandingan Regresi Linier Berganda dan Regresi Buckley- James Pada Analisis Survival Data Tersensor Kanan. *Proceedings of The 1st STEEEM 2019*, 1(1), 1-19.
- Handayan, L. T. (2022). Implementasi Teknik Analisis Data Kuantitatif. PT. Scifintech Andrew Wijaya.
https://books.google.co.id/books?id=OYCyEAAAQBAJ&newbks=0&printsec=frontcover&pg=PA9&dq=data+kuantitatif+adalah&hl=id&source=newbks_fb&redir_esc=y#v=onepage&q=data+kuantitatif+adalah&f=false
- Mahardika, R. (2020). Strategi Pemasaran Wisata Halal. *Mutawasith: Jurnal Hukum Islam*, 3(1), 65-86.
<https://doi.org/10.47971/mjhi.v3i1.187>
- Miguna Astuti, A. R. A. (2020). Pengantar Manajemen Pemasaran. DEEPUBLISH (Grup penerbitan CV Budi Utama).
https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=baTXDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=pengertian+manajemen+pemasaran&ots=gLJOHz8kbs&sig=VRXe5OTU8543sQSoZIJ2s-mdyVY&redir_esc=y#v=onepage&q=pengertian+manajemen+pemasaran&f=false

- Musfar, T. F. (2021). Manajemen Produk dan Merek. Media Sains Indonesia. https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Produk_dan_Merek/qxRQEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pengertian+produk&pg=PA35&printsec=frontcover
- N. Lontoh, M. (2017). Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada Pt. Hasjrat Abadi Manado Cabang Tende. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, 16(01), 515–525.
- Nurrahmah, Arfatin Febri Rismaningsih, Ul'fah Hernaeny, Linda Pratiwi, Wahyudin, Abdul Rukyat, Fitri Yati, Lusiani, Dinar Riaddin, J. S. (2021). Pengantar Statistika 1. Media Sains Indonesia. https://books.google.co.id/books?id=Vm1XEAAAQBAJ&dq=pengertian+populasi&lr=&hl=id&source=gbs_navlink_s_s
- Putri, B. D. K. Y. S. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Traveling. *Komunikologi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 1(September), 1–23.
- Rahman, A. (2019). Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Yudha Swalayan Jakarta. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer*, 4(2), 257–264.
- Ratna Gumilang, R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 9–14. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v10i1.25>
- Rizal, R., Romidon, H., & Handika, I. (2017). Analisis Bauran Pemasaran terhadap Omzet Penjualan pada PT. Gaudi Dwi Laras Cabang Palembang. *Jurnal Adminika*, 3(2), 78–94.
- Selvy Chairunnisa, Fenny Krisna Marpaung, D. A. R. (2020). PENGARUH INSENTIF, KOMUNIKASI DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA PADA PT SINAR GRAHA INDONESIA. 14, 1–15.
- Sisca Sisca, Mariana Simanjuntak, Andriasan Sudarso, Ernest Grace, Syafrida Hafni Sahir, Dini Mustika Buana Putri, Rosdiana Rosdiana, Candra Puspita Ningtyas, Hasyim Hasyim, Y. E. M. (2021). Pemasaran: Dasar dan Konsep (J. S. Abdul Karim (ed.)). Yayasan Kita Menulis. https://www.google.co.id/books/edition/Pemasaran_Dasar_dan_Konsep/2S5CEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pengertian+harga&pg=PA95&printsec=frontcover
- Suryadi, E. A. B. (2021). Penataan Produk SMK/MAK Kelas XII. Gramedia Widiasarana indonesia. https://www.google.co.id/books/edition/Penataan_Produk_SMK_MAK_Kelas_XII/KP0WEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pengertian+produk&pg=PA157&printsec=frontcover
- Suwandi, E., Imansyah, F. H., & Dasril, H. (2018). Analisis Tingkat Kepuasan Menggunakan Skala Likert pada Layanan Speedy yang Bermigrasi ke Indihome. *Jurnal Teknik Elektro*, 11.
- Syahputra, R. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 83–88. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.8>
- Triyanto, S., & Fadli, A. (2013). Sistem Pakar Untuk Mendiagnosa Penyakit Kelinci Berbasis Web. *Jurnal Sarjana Teknik Informatika*, 2(1), 22–32.
- Virginia, L., & Oktivera, E. (2019). Media Sosial Instagram Berpengaruh Terhadap Minat Beli Produk Wardah. *Jurnal Administrasi Kantor*, 7(1), 31–40.
- Wibowo, R. A. (2019). Manajemen

Pemasaran. Radna Andi Wibowo.
https://books.google.co.id/books?id=vywDwAAQBAJ&dq=pengertian+pemasaran+kotler&lr=&hl=id&source=gb_s_navlinks_s

Yuhana, A. N., & Aminy, F. A. (2019).
Optimalisasi Peran Guru Pendidikan
Agama Islam Sebagai Konselor dalam
Mengatasi Masalah Belajar Siswa.
Jurnal Penelitian Pendidikan Islam,
7(1), 79.
<https://doi.org/10.36667/jppi.v7i1.357>

ANALISIS PENERAPAN STANDAR AKUNTANSI PEMERINTAHAN DESA PADA KANTOR DESA GUMULAN KECAMATAN KESAMBEN KABUPATEN JOMBANG

Anggih Nur Hamidah¹, Mohammad Ghofirin²
Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya
Anggihnurhamidah03@gmail.com, ghofie@unusa.ac.id

Abstract: This research investigates the implementation of Village Government Accounting Standards (SAPDesa) in the financial management of Gumulan Village, located in Kesamben District, Jombang Regency, during the 2022 fiscal year. Employing a qualitative method with a phenomenological approach, the study aims to understand how the village government applies SAPDesa in the processes of planning, implementation, reporting, and accountability. Data were collected through observation, documentation, and in-depth interviews with key village officials including the village head, secretary, financial staff, and members of the Village Consultative Body (BPD). The findings indicate that the village has generally followed the financial management procedures outlined in Permendagri Regulation No. 20 of 2018. Financial planning was conducted through participatory village meetings and resulted in the formulation of the RKPDesa and APBDesa documents. However, there was a delay in the ratification of the village budget. During implementation, financial transactions were recorded using the General Cash Book and supporting ledgers. The financial reports consisted of the Budget Realization Report (LRA) and Notes to Financial Statements (CaLK), but the village had not yet compiled a complete balance sheet or asset report. In terms of accountability and transparency, the village has made efforts to involve the community by providing access to financial information through village meetings and public information boards. Overall, the village government has demonstrated a commitment to transparent and accountable financial practices, although improvements are still needed in documentation and timely reporting. This research contributes to the understanding of public sector accounting practices at the village level and highlights the importance of strengthening governance through standardized reporting.

Keywords: SAP Desa, financial reporting, accountability, transparency

PENDAHULUAN

Desa merupakan lembaga pemerintahan daerah di tingkat paling dasar. Desa diberikan kewenangan untuk mengurus tata pemerintahan dan pelaksanaan pembangunan secara mandiri untuk meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat desa. Pemerintah desa juga diharapkan secara mandiri mengelola pemerintahan dan berbagai sumber daya yang dimilikinya, termasuk didalamnya pengelolaan keuangan dan kekayaan milik desa. Keuangan desa adalah semua hak dan kewajiban desa yang dapat dinilai dengan uang serta segala sesuatu berupa uang dan barang yang berhubungan

dengan pelaksanaan hak dan kewajiban desa sesuai UU No. 6 Tahun 2014 tentang Desa.

Tata kelola pemerintahan yang baik memiliki pilar utama yaitu akuntabilitas dan transparansi. Pemerintah yang akuntabel ialah pemerintah yang mampu memberikan informasi mengenai pemerintahan secara cepat dan terbuka kepada masyarakat. Sedangkan transparansi yaitu keterbukaan, sehingga asas transparansi dalam pengelolaan keuangan desa memberikan keleluasaan kepada masyarakat untuk mendapatkan informasi mengenai keuangan desa. Peran, fungsi dan kontribusi sebuah desa menduduki posisi yang sangat penting. Akuntabilitas pada pemerintah desa menyertakan pemerintah

desa untuk mempertanggungjawabkan kegiatan - kegiatan yang berhubungan dengan pembangunan dan pemerintahan desa.

Dana Desa merupakan sumber anggaran utama APBDes, yang bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN). Alokasi Dana Desa (ADD) merupakan sumber anggaran kedua APBDes, yang bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) provinsi atau kabupaten/kota. Bantuan Keuangan Provinsi dan Bantuan Keuangan Kabupaten/Kota merupakan sumber anggaran tambahan APBDes, yang bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) provinsi atau kabupaten/kota. Anggaran APBDes digunakan untuk membiayai berbagai kebutuhan desa, seperti pembangunan infrastruktur, pemberdayaan masyarakat, dan penyelenggaraan pemerintahan desa. Berikut anggaran dana desa dalam 5 tahun terakhir untuk desa di Indonesia.

Gambar 1. Grafik Anggaran Dana Desa Tahun 2018 - 2022



Sumber : Kementrian Keuangan RI, diolah.

Dilihat dari data di atas, anggaran Dana Desa dari pemerintah mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, dengan pertumbuhan rata-rata sebesar 10,2%. Peningkatan anggaran ini sejalan dengan upaya pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa.

Meningkatnya anggaran dana desa yang diberikan oleh pemerintah pusat, hal ini berdampak baik juga pada pemerintah provinsi Jawa Timur. Pemerintah pusat memutuskan menambah alokasi dana desa (DD) untuk Jawa Timur dengan total ada tambahan dana sebesar Rp. 208,4 miliar. Dengan demikian, jika ditotal, dana desa yang diberikan untuk provinsi ini mencapai Rp 8,1 triliun. Penambahan itu tak terlepas dari keberhasilan provinsi ini dalam proses pencairan dana desa (DD). Saat ini pencairan anggaran tambahan masih dilakukan. (Pos, 2023)

Namun, dengan meningkatnya penerimaan anggaran Dana Desa setiap tahun, hal itu tidak terlepas dengan beberapa tantangan yang muncul, termasuk potensi penyalahgunaan dana tersebut. Maraknya kasus korupsi Dana Desa yang terjadi di beberapa daerah menjadi perhatian serius bagi pemerintah dan masyarakat. Berdasarkan data dari Indonesia Corruption Watch (ICW) menemukan bahwa kasus penindakan korupsi oleh aparat penegak hukum (APH) paling banyak terjadi di sektor anggaran dana desa, yakni sebanyak 154 kasus pada 2021 dengan potensi kerugian negara sebesar Rp. 233 miliar.

Sudah adanya mekanisme pengawasan dari pemerintah daerah hingga pusat, namun pada praktiknya masih ada celah yang bisa dimanfaatkan oleh oknum untuk melakukan korupsi. Keterbatasan sumber daya manusia yang ada di desa juga bisa memicu kesalahan administratif hingga peluang penyalahgunaan realisasi dana desa. Selain itu penyajian laporan keuangan yang tidak akuntabel dan tidak transparansi juga menjadi faktor utama dalam penyalahgunaan dana desa.

Desa Gumulan merupakan salah satu desa yang terletak di kecamatan Kesamben, Kabupaten Jombang. Berdasarkan data base

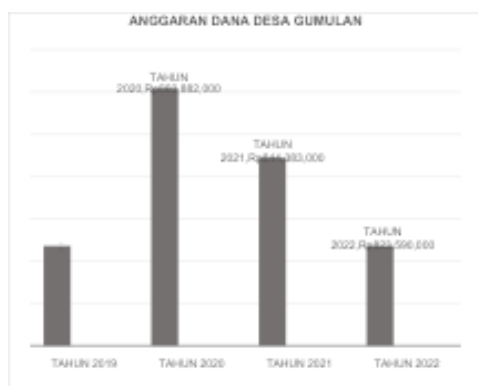
yang dimiliki desa Gumulan, desa ini memiliki penduduk sebanyak 2.246 jiwa. Dalam pengalokasian dan realisasi dana desa tahun 2022, pemerintah desa Gumulan pernah terindikasi penggelapan dana Bantuan Langsung Tunai (BLT) yang mana ini merupakan salah satu jenis realisasi anggaran dana desa.

Dilansir dari kabar berita Suarajatim.id, (2022) perangkat desa Gumulan terindikasi melakukan penggelapan Bantuan Langsung Tunai (BLT) tahun anggaran 2022. Penggelapan ini berupa pungutan liar kepada penerima bantuan dengan memotong anggaran dari yang sudah ditetapkan. Dalam berita tersebut juga disampaikan, bahwa warga desa Gumulan menuntut pencopotan perangkat desa yang sudah melakukan pungutan liar.

Penggunaan dana desa harus dirasakan manfaatnya oleh seluruh warga desa utamanya golongan terendah dan juga dana desa harus berpengaruh dalam meningkatkan ekonomi dan kualitas SDM desa. Hal ini harus didukung dengan adanya akuntabilitas serta transparansi laporan keuangan dana desa yang sistematis dan sesuai pencatatan aturan yang berlaku.

Sebagaimana desa lainnya yang ada di Indonesia, desa Gumulan pada empat tahun terakhir memperoleh anggaran dana desa sebagai berikut :

Gambar 2 Grafik Anggaran Dana Desa Gumulan Tahun 2019 - 2022



Sumber : Arsip Bendahara Desa Gumulan, Kesamben, diolah.

Dari data diatas dapat diketahui terjadi kenaikan penerimaan anggaran dana desa sebesar 2,37% antara tahun 2019 - 2020, namun setelah tahun 2020 anggaran dana desa untuk desa Gumulan mengalami penurunan sebesar 1,91% pada tahun 2021 dan penurunan sebesar 2,46% pada tahun anggaran 2022. Penurunan penerimaan anggaran dana desa memiliki banyak faktor. Selain penurunan anggaran dari pemerintah pusat atau daerah, transparansi dan akuntabel dalam pengelolaan anggaran tahun-tahun sebelumnya juga bisa menjadi faktor penurunan penerimaan anggaran dana desa.

Dalam Permendagri Nomor 20 tahun 2018 tentang Desa, dikatakan bahwa Pengelolaan Keuangan Desa adalah keseluruhan kegiatan yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, penatausahaan dan pertanggungjawaban keuangan desa. Keseluruhan kegiatan yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, penatausahaan, pelaporan, dan pertanggungjawaban keuangan desa merupakan satu kesatuan kegiatan yang harus dilakukan oleh pemerintah desa terkait dengan pemberian hak otonomi yang diberikan oleh pemerintah kepada desa.

Laporan keuangan desa sudah seharusnya disajikan secara transparan dan akuntabel. Transparan yaitu bersifat jujur dan terbuka tentang keuangan desa agar masyarakat mengetahui pengelolaan keuangan desa dilakukan dengan baik atau tidak, karena masyarakat berhak untuk mengetahuinya. Akuntabilitas yaitu sifat tanggungjawab yang harus dimiliki oleh kepala desa dan perangkat desa dalam mengelola keuangan desa (Kholidah & Ervina, 2021). Akuntansi dana desa mewujudkan transparansi pengelolaan dana desa melalui di publish / di informasikan laporan keuangan yang telah dibuat baik secara vertikal yaitu kepada Pemerintah

Kabupaten, Inspektorat, BPN atau lainnya maupun secara horizontal yaitu kepada masyarakat (Jannah et al., 2022)

Pertanggungjawaban pelaksanaan keuangan desa diwujudkan dalam laporan keuangan pemerintahan desa. Dalam hal ini, pemerintah desa harus mengacu pada Standar Akuntansi Pemerintahan Desa (SAPDesa) yang berpedoman berdasar Permendagri Nomor 20 Tahun 2018 tentang desa, dalam rangka mewujudkan pengelolaan keuangan desa yang transparan dan bertanggungjawab, melakukan pembinaan dan pengawasan dengan memberikan pedoman dan standar pelaksanaan penyelenggaraan pemerintahan desa.

SAPDesa disusun oleh Komite Standar Akuntansi Pemerintahan (KSAP) yang independen dan ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah setelah terlebih dahulu mendapat pertimbangan dari Badan Pemeriksa Keuangan. Penyusunan SAPDesa dilakukan oleh KSAP melalui proses baku penyusunan (due process). Proses baku penyusunan SAP tersebut merupakan pertanggungjawaban profesional KSAP. Penyusunan SAPDesa dilatarbelakangi oleh kebutuhan akan akuntabilitas dan transparansi keuangan desa yang saat ini menjadi signifikan setelah adanya dana desa (KSAP, 2017).

Setelah melalui High Level Meeting lintas kementerian, sebagai tindak lanjut rapat dengan Komite Konsultatif, KSAP sebagai standard setter dipercaya untuk mengemban amanah sebagai penyusun SAPDesa. Laporan keuangan merupakan salah satu produk yang dihasilkan oleh disiplin ilmu akuntansi, dan menjadi bentuk pertanggungjawaban, penyajian laporan keuangan juga harus memenuhi prinsip akuntansi yang berlaku umum dan disajikan secara wajar (KSAP, 2017)

Dalam penelitian (Octavia, 2022) menunjukkan hasil bahwa desa Petung kecamatan Bangsalsari kabupaten Jember telah menyajikan laporan keuangan dan pengelolaan keuangan desa dengan mengacu pada Permendagri Nomor 20 Tahun 2018 Pasal 2 Ayat 1 yang mencerminkan 4 asas yaitu transparansi, akuntabel, partisipasi, tertib dan disiplin. Namun berbeda dengan hasil penelitian Lubis, (2019) yang menyatakan bahwa penerapan Standar Akuntansi Pemerintahan di Desa Usortolang belum sepenuhnya terlaksana, karena penyajian Laporan Keuangan yang dibuat oleh Desa Usortolang hanya sebatas Laporan Realisasi Penggunaan Dana Desa.

Secara teori, akuntansi pemerintahan memiliki karakteristik yang membedakannya dari akuntansi sektor privat. Fokusnya bukan pada pencapaian laba, melainkan pada penyampaian informasi keuangan publik yang jujur, lengkap, dan dapat diaudit (Hasanah & Fauzi, 2017; Sadat, 2020). Dalam konteks pemerintahan desa, informasi ini disampaikan melalui laporan keuangan yang memuat pendapatan, belanja, dan pembiayaan desa (Ditjen Bina Pemerintahan Desa, 2021).

Penelitian terdahulu mendukung pentingnya penerapan SAPDesa dalam memperkuat kualitas pelaporan keuangan. Oktavia et al. (2022) menemukan bahwa SAP, akuntabilitas, dan transparansi secara simultan berpengaruh terhadap pengelolaan Dana Desa. Sementara itu, Jannah et al. (2022) mencatat masih banyak desa yang belum sepenuhnya menerapkan SAPDesa karena keterbatasan sumber daya. Hasil serupa juga dilaporkan oleh Lubis (2019), di mana desa hanya menyajikan sebagian laporan keuangan tanpa memenuhi standar pelaporan secara penuh.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menjawab bagaimana praktik pengelolaan keuangan Desa Gumulan dijalankan, dan sejauh mana kesesuaiannya dengan ketentuan dalam SAPDesa dan Permendagri No. 20 Tahun 2018. Secara lebih khusus, penelitian ini ingin memahami perencanaan, pelaksanaan, bentuk laporan keuangan, serta proses pelaporan dan pertanggungjawaban yang diterapkan oleh pemerintah Desa Gumulan, sekaligus mengidentifikasi potensi kendala dan celah penyempurnaan sistem pelaporan desa ke depan.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengelolaan keuangan desa telah menjadi isu penting dalam praktik pemerintahan lokal, terutama sejak diberlakukannya Dana Desa dari pemerintah pusat. Seiring dengan peningkatan jumlah dana yang diterima oleh desa setiap tahunnya, tuntutan terhadap akuntabilitas dan transparansi pengelolaan anggaran desa juga semakin tinggi. Untuk memastikan pengelolaan keuangan desa berjalan sesuai prinsip tata kelola yang baik (*good governance*), pemerintah menetapkan Standar Akuntansi Pemerintahan Desa (SAPDesa) sebagai acuan dalam penyusunan laporan keuangan desa. Penerapan SAPDesa tersebut menjadi fokus utama dalam berbagai penelitian dan diskusi ilmiah di bidang akuntansi sektor publik.

Penelitian Terdahulu

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang beragam terkait implementasi SAPDesa di lapangan. Oktavia et al. (2022) menyatakan bahwa penerapan SAP, akuntabilitas, dan transparansi berpengaruh positif terhadap pengelolaan

Dana Desa di Kecamatan Ngancar, Kabupaten Kediri. Temuan ini diperkuat oleh Dahana & Purnomowati (2022), yang menemukan bahwa penerapan standar akuntansi pemerintahan meningkatkan kualitas laporan keuangan perangkat daerah di Kabupaten Karanganyar.

Namun, implementasi SAPDesa belum sepenuhnya optimal di semua daerah. Jannah et al. (2022) dalam studi di Aceh Utara menunjukkan bahwa meskipun laporan keuangan telah disusun, desa belum memenuhi seluruh komponen SAPDesa secara menyeluruh. Lubis (2019) bahkan menyatakan bahwa laporan keuangan yang disusun oleh Desa Usortolang hanya mencakup laporan realisasi penggunaan dana desa, tanpa menyajikan neraca dan laporan aset sebagaimana diamanatkan oleh SAPDesa.

Penelitian lain dari Lating et al. (2023) meninjau pengelolaan Dana Desa berdasarkan pendekatan *value for money* di Desa Sepande, Sidoarjo. Penelitian ini menunjukkan bahwa transparansi dan akuntabilitas menjadi elemen penting dalam menjamin efektivitas dan efisiensi penggunaan Dana Desa.

Landasan Teori

Standar Akuntansi Pemerintahan Desa (SAPDesa) merupakan pedoman teknis yang digunakan dalam penyusunan laporan keuangan desa. SAPDesa disusun oleh Komite Standar Akuntansi Pemerintahan (KSAP) dan ditetapkan melalui regulasi yang berlaku. SAPDesa mengatur laporan keuangan yang terdiri atas realisasi anggaran, neraca, dan catatan atas laporan keuangan, serta memuat prinsip

transparansi, akuntabilitas, partisipasi, dan disiplin anggaran (KSAP, 2017).

Akuntansi pemerintahan, sebagaimana dikemukakan oleh Hasanah & Fauzi (2017), merupakan proses pencatatan dan pelaporan transaksi keuangan yang dilakukan oleh entitas pemerintah, bertujuan untuk menyediakan informasi yang dapat digunakan dalam perencanaan, pengawasan, dan pertanggungjawaban publik. Akuntansi pemerintahan berbeda dengan sektor privat karena tidak berorientasi pada laba, melainkan pada pertanggungjawaban terhadap penggunaan dana publik.

Dari sisi prinsip tata kelola, akuntabilitas dan transparansi merupakan indikator utama *good governance*. Mardiasmo (2018) menyatakan bahwa akuntabilitas adalah kemampuan pemerintah untuk mempertanggungjawabkan pengelolaan dana kepada publik, sementara transparansi adalah keterbukaan informasi keuangan yang dapat diakses oleh masyarakat sebagai bentuk kontrol sosial.

Proposisi Penelitian

Berdasarkan uraian teoritis dan kerangka pemikiran di atas, maka disusun beberapa proposisi yang menjadi pijakan analisis dalam penelitian ini; (1) Perencanaan pengelolaan keuangan Desa Gumulan diduga telah disusun sesuai dengan prinsip dan prosedur dalam Permendagri Nomor 20 Tahun 2018; (2) Pelaksanaan keuangan Desa Gumulan diyakini telah mengikuti tahapan sebagaimana diatur dalam SAPDesa,

terutama dalam proses penatausahaan dan penggunaan dana; (3) Laporan keuangan yang disusun oleh Pemerintah Desa Gumulan diasumsikan mencerminkan komponen utama SAPDesa, yaitu pendapatan, belanja, dan pembiayaan; dan (4) Pelaporan dan pertanggungjawaban keuangan Desa Gumulan ditengarai telah dilakukan sesuai dengan prinsip transparansi dan akuntabilitas kepada publik dan pemerintah daerah.

Proposisi-proposisi ini akan diuji melalui analisis kualitatif berbasis fenomenologis terhadap praktik keuangan yang berlangsung di Desa Gumulan, guna melihat kesesuaian antara praktik dan teori.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologi. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami dan menggali lebih dalam mengenai realitas sosial dan pengalaman individu yang terlibat langsung dalam penerapan Standar Akuntansi Pemerintahan Desa (SAPDesa) di Desa Gumulan, Kecamatan Kesamben, Kabupaten Jombang. Penelitian fenomenologi bertujuan untuk menangkap makna dari pengalaman subjektif narasumber terkait proses perencanaan, pelaksanaan, pelaporan, serta pertanggungjawaban keuangan desa berdasarkan Permendagri Nomor 20 Tahun 2018.

Lokasi penelitian ini berada di Kantor Pemerintah Desa Gumulan, di mana proses pengumpulan data dilaksanakan dalam kurun waktu September 2023 hingga Februari 2024. Selama periode tersebut, peneliti melakukan serangkaian tahapan mulai dari penyusunan proposal, pengumpulan dan pengolahan data,

hingga penyusunan hasil penelitian. Fokus utama penelitian ini adalah penyajian laporan keuangan desa, khususnya dalam hal kesesuaiannya terhadap regulasi SAPDesa, dengan melihat praktik nyata yang berlangsung di lapangan.

Objek penelitian berupa laporan keuangan Dana Desa tahun anggaran 2022, sedangkan subjek penelitian dipilih secara purposive, yaitu dengan mempertimbangkan individu-individu yang memiliki posisi strategis dalam pengelolaan keuangan desa. Subjek penelitian terdiri dari Kepala Desa, Sekretaris Desa, Kaur Keuangan, Kaur Perencanaan, beberapa Kepala Seksi (Kasi), Ketua BPD, dan Pendamping Desa. Peneliti memilih mereka karena memiliki pemahaman yang relevan serta keterlibatan langsung dalam proses pengelolaan keuangan dan penyusunan laporan keuangan desa.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dokumentasi, dan teknik snowball sampling. Observasi dilakukan secara langsung dengan mengamati aktivitas pengelolaan dan pelaporan keuangan desa. Wawancara mendalam dilakukan kepada 10 informan kunci dengan format semi-terstruktur, memungkinkan peneliti untuk mengembangkan pertanyaan lanjutan berdasarkan jawaban narasumber. Proses wawancara didukung dengan penggunaan alat bantu berupa catatan lapangan dan rekaman audio untuk menjaga keakuratan data. Dokumentasi diperoleh dalam bentuk dokumen resmi seperti Laporan Realisasi APBDes, struktur organisasi, serta arsip internal desa yang mendukung keabsahan data. Teknik snowball sampling diterapkan sebagai strategi untuk memperluas sumber informasi apabila data yang diperoleh dari narasumber awal belum cukup kaya. Dalam pelaksanaannya, Kepala Desa sebagai narasumber awal merekomendasikan

pihak-pihak lain yang relevan, seperti Kaur Keuangan dan Pendamping Desa.

Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan model analisis Miles dan Huberman, yang terdiri dari tiga tahapan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan merangkum dan menyederhanakan informasi penting dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Proses ini membantu peneliti untuk fokus pada hal-hal yang relevan dengan tujuan penelitian. Setelah itu, data yang telah direduksi disusun dan disajikan secara sistematis dalam bentuk narasi dan visualisasi untuk memudahkan pemahaman terhadap pola-pola yang muncul. Tahap akhir dari analisis data adalah penarikan kesimpulan, yaitu dengan menyusun temuan utama yang berkaitan dengan penerapan SAPDesa di Desa Gumulan dan bagaimana praktik yang berlangsung mencerminkan prinsip akuntabilitas, transparansi, partisipasi, serta tertib dan disiplin anggaran sebagaimana diamanatkan dalam Permendagri No. 20 Tahun 2018.

Melalui pendekatan deskriptif ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif tentang praktik pengelolaan dan penyajian laporan keuangan desa yang sesungguhnya, serta mengungkap sejauh mana pemerintah Desa Gumulan menerapkan prinsip-prinsip Standar Akuntansi Pemerintahan Desa secara utuh dan bertanggung jawab.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Gumulan adalah salah satu desa yang berada di wilayah Kecamatan Kesamben, Kabupaten Jombang. Desa Gumulan terletak tujuh kilo meter dari pusat pemerintahan kecamatan Kesamben. Desa Gumulan terbagi menjadi 2 dusun, yaitu dusun Gumulan I dan dusun Gumulan II, dan terdiri dari sembilan belas Rukun Tetangga

dengan keseharian masyarakatnya didominasi bekerja di bidang pertanian. Desa ini memiliki sejarah dan tradisi yang terkait dengan cerita rakyat setempat, seperti legenda pertarungan Surontanu melawan Kebokicak.

Desa Gumulan merupakan desa berpenduduk yang tidak terlalu padat. Berdasarkan hasil sensus penduduk tahun 2020, jumlah penduduk desa Gumulan yakni sebanyak 2.246 Jiwa. Letak desa Gumulan yang berada di dataran rendah membuat mayoritas pekerjaan masyarakatnya di sektor pertanian, perkebunan, dan peternakan. Selain itu terdapat juga beberapa masyarakatnya yang berprofesi sebagai nelayan. Hal ini disebabkan desa Gumulan merupakan salah satu wilayah yang berada di tepian sungai brantas.

Dalam penyelenggaraan pemerintahan yang terorganisir, efisien, dan transparan penting adanya struktur pemerintahan desa. Struktur pemerintahan desa umumnya terdiri dari berbagai komponen, seperti Kepala Desa, Sekretaris Desa, Badan Permusyawaratan Desa (BPD), dan perangkat desa lainnya. Setiap komponen memiliki tugas dan fungsi yang jelas, yang memungkinkan pelayanan yang cepat, akurat, dan transparan kepada masyarakat desa. Pemerintahan Desa adalah penyelenggaraan urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia (Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia, 2018).

Struktur pemerintahan desa yang baik juga dapat membantu dalam pembangunan desa, distribusi bantuan, program pemerintah, serta menjaga keamanan dan ketertiban di desa. Dengan demikian, struktur pemerintahan desa yang terorganisir dengan baik dapat menjadi kunci sukses dalam pembangunan desa dan memudahkan akses masyarakat terhadap sumber daya yang ada.

Berdasarkan isi dari Permendagri No. 20 Tahun 2018 tentang pengelolaan keuangan desa, masing masing komponen memiliki tugas dan wewenang yang berbeda dalam melakukan penyelenggaraan, pengawasan atau pemegang kuasa keuangan desa. Pemegang Kekuasaan Pengelolaan Keuangan Desa (PKPKD) adalah terdiri dari kepala desa, sekretaris desa, kaur dan kasi, serta kaur keuangan.

Dalam prosedur penyajian laporan keuangan dana desa, setiap pemerintah desa harus memiliki formulir atau data yang harus dimiliki dan dilengkapi untuk menyajikan laporan pertanggungjawaban. Adapun formulir atau data yang digunakan berdasarkan Permendagri No. 20 Tahun 2018 pasal 70 ayat (2) adalah sebagai berikut ; (1) Laporan Realisasi APB Desa; dan (2) Catatan atas Laporan Keuangan (CaLK).

Merujuk pada tujuan penelitian, peneliti ingin mengetahui serta mengungkap bagaimana penerapan Standar Akuntansi Pemerintahan (SAP) desa berdasarkan Permendagri No. 20 Tahun 2018 tentang pengelolaan keuangan desa yang dilaksanakan pada kantor desa Gumulan, kecamatan Kesamben, kabupaten Jombang. Sebagaimana diketahui bahwa, penelitian analisis penerapan Standar Akuntansi Pemerintahan (SAP) Desa pada kantor desa Gumulan kecamatan Kesamben kabupaten Jombang menggunakan teknik pengambilan data dengan cara observasi, wawancara, dokumentasi, serta teknik snowball sampling.

Pelaksanaan wawancara dilakukan di kantor Desa Gumulan kecamatan Kesamben kabupaten Jombang dengan melibatkan kepala desa Gumulan, sekretaris desa Gumulan, kaur dan kasi desa Gumulan yang sebagaimana mereka adalah Pemegang Kekuasaan Pengelolaan Keuangan Desa (PKPKD). Tidak hanya itu sebagai bentuk

validasi transparansi dan akuntabilitas, peneliti juga melibatkan Badan Permusyawaratan Desa (BPD) serta pendamping desa Gumulan, dimana keduanya merupakan komponen pemerintahan yang memiliki wewenang dan tugas dalam bidang pengawasan pengelolaan keuangan dana desa.

Berikut merupakan hasil analisis mengenai sistematika penyajian pelaporan atas pengelolaan keuangan Desa Gumulan pada tahun 2022 :

Perencanaan Pengelolaan Keuangan Desa dan Ketersesuaian dengan Permendagri No. 20 Tahun 2018

Perencanaan pengelolaan keuangan Desa Gumulan dilakukan dengan mengikuti alur dan ketentuan sebagaimana diatur dalam Permendagri Nomor 20 Tahun 2018. Proses ini diawali dari penyusunan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Desa (RPJMDesa) yang berlaku untuk jangka waktu enam tahun, dan diturunkan menjadi Rencana Kerja Pemerintah Desa (RKPDesa) setiap tahun. Dokumen RKPDesa ini menjadi dasar dalam penyusunan Rancangan Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa (RAPBDesa).

Penyusunan RKPDesa dilakukan secara partisipatif melalui musyawarah dusun (musdus) dan musyawarah desa (musdes), yang melibatkan berbagai elemen masyarakat seperti RT/RW, tokoh masyarakat, kader posyandu, dan Badan Permusyawaratan Desa (BPD). Seluruh usulan kemudian direkap oleh Kaur Perencanaan dan Sekretaris Desa, untuk selanjutnya disusun dalam bentuk dokumen perencanaan tahunan.

Proses perencanaan penganggaran yang berbasis partisipasi masyarakat ini menunjukkan adanya upaya pemerintah desa dalam menerapkan prinsip transparansi dan akuntabilitas sejak tahap awal siklus keuangan. Setelah RKPDesa selesai disusun, Sekretaris Desa bersama Kaur Keuangan

menyusun RAPBDesa, yang selanjutnya diajukan ke Kepala Desa dan dibahas bersama BPD. RAPBDesa disahkan menjadi APBDesa setelah mendapat persetujuan BPD melalui Peraturan Desa (Perdes).

Namun, berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa penyusunan dan pengesahan RAPBDesa tahun anggaran 2022 mengalami keterlambatan. RAPBDesa baru disahkan pada bulan Desember 2021, padahal sesuai ketentuan, penyusunan dan pengesahan APBDesa seharusnya sudah selesai paling lambat pada akhir bulan Oktober tahun sebelumnya. Keterlambatan ini disebabkan oleh keterbatasan sumber daya manusia dan faktor administratif internal desa.

Selain itu, Desa Gumulan belum memiliki Peraturan Desa (Perdes) khusus yang mengatur tentang hak asal usul dan kewenangan lokal berskala desa, sebagaimana yang dianjurkan dalam Permendagri No. 20 Tahun 2018. Sebagai gantinya, pemerintah desa masih mengacu pada Peraturan Bupati Jombang dalam menjalankan kewenangan lokal, yang menunjukkan belum optimalnya kemandirian regulatif di tingkat desa.

Meskipun terdapat kendala tersebut, proses perencanaan secara umum telah mencerminkan prinsip-prinsip pengelolaan keuangan yang baik. Pemerintah Desa Gumulan telah berusaha menerapkan sistem perencanaan yang melibatkan masyarakat, menyusun dokumen perencanaan sesuai struktur regulasi, dan menjalankan koordinasi dengan BPD sebagai lembaga pengawas anggaran. Dengan demikian, meskipun masih perlu peningkatan dari sisi ketepatan waktu dan penguatan regulasi lokal, sistem perencanaan di Desa Gumulan telah berjalan cukup efektif dan sejalan dengan prinsip-prinsip akuntabilitas, transparansi, dan partisipatif yang diamanatkan oleh peraturan perundang-undangan.

Proses Pelaksanaan Keuangan Desa Gumulan dan Ketersesuaian dengan Permendagri No. 20 Tahun 2018

Pelaksanaan pengelolaan keuangan di Desa Gumulan dilakukan berdasarkan struktur dan sistem yang telah ditetapkan dalam Permendagri Nomor 20 Tahun 2018 serta mengacu pada dokumen APBDesa tahun anggaran 2022 yang telah disahkan. Pelaksanaan keuangan meliputi tahapan realisasi pendapatan, belanja, dan pembiayaan sesuai dengan kegiatan yang tercantum dalam dokumen perencanaan, terutama RKPDesa dan APBDesa.

Realisasi kegiatan keuangan dilaksanakan oleh perangkat desa sesuai bidang dan tanggung jawab masing-masing. Kepala Desa bertindak sebagai pemegang kekuasaan pengelolaan keuangan desa (PKPKD), yang memimpin pelaksanaan anggaran. Sekretaris Desa bertugas membantu dalam penatausahaan dan administrasi, sedangkan Kaur Keuangan berperan sebagai bendahara desa yang melakukan pencatatan dan pertanggungjawaban transaksi keuangan.

Dalam proses pelaksanaan, Desa Gumulan telah menjalankan sistem pencatatan menggunakan: (1) Buku Kas Umum (BKU) untuk mencatat seluruh penerimaan dan pengeluaran kas; (2) Buku Pembantu Bank untuk mencatat transaksi yang melalui rekening bank desa; (3) Buku Pembantu Pajak, untuk mencatat kewajiban pajak atas kegiatan belanja desa; dan (4) Buku Pembantu Panjar, yang digunakan untuk mengontrol dana kegiatan yang diberikan secara bertahap.

Setiap transaksi keuangan dilengkapi dengan bukti transaksi, seperti kwitansi, nota, faktur, dan dokumen pendukung lainnya. Proses ini menunjukkan adanya

kepatuhan terhadap prinsip tertib administrasi dan kedisiplinan anggaran, yang merupakan bagian dari standar akuntansi pemerintahan desa.

Selain itu, kegiatan yang menggunakan Dana Desa (DD) dan Alokasi Dana Desa (ADD) juga telah direalisasikan sesuai program kerja, seperti pembangunan fisik (pembangunan rabat jalan dan gorong-gorong), program pemberdayaan masyarakat, serta penyaluran Bantuan Langsung Tunai Dana Desa (BLT-DD) kepada masyarakat terdampak.

Namun, terdapat satu temuan yang patut dicatat, yakni pada pelaksanaan tahun 2022, Desa Gumulan sempat menghadapi persoalan dalam penyaluran dana BLT-DD yang tidak sepenuhnya tepat sasaran, berdasarkan laporan masyarakat dan temuan dalam proses wawancara. Meski demikian, pemerintah desa telah melakukan tindak lanjut melalui klarifikasi dan pengembalian dana yang tidak sesuai peruntukannya.

Secara keseluruhan, pelaksanaan pengelolaan keuangan di Desa Gumulan telah berjalan sesuai dengan prinsip efisiensi, kepatuhan anggaran, dan pengendalian internal, meskipun masih terdapat ruang perbaikan pada aspek seleksi penerima manfaat dan dokumentasi pelaksanaan kegiatan. Sistem pelaksanaan ini menjadi cerminan dari komitmen pemerintah desa dalam mengelola anggaran secara bertanggung jawab dan berdasarkan prinsip-prinsip SAPDesa.

Bentuk Laporan Keuangan Desa Gumulan dan Ketersesuaian dengan Permendagri No. 20 Tahun 2018

Bentuk laporan keuangan yang disusun oleh Pemerintah Desa Gumulan pada tahun anggaran 2022 menunjukkan upaya yang serius dalam menerapkan

prinsip-prinsip Standar Akuntansi Pemerintahan Desa (SAPDesa). Penyusunan laporan keuangan ini merujuk pada ketentuan dalam Permendagri Nomor 20 Tahun 2018, yang mengatur tata cara pelaporan keuangan desa agar akuntabel, transparan, dan tertib administrasi.

Laporan keuangan disusun oleh Kaur Keuangan sebagai bendahara desa, dengan proses verifikasi oleh Sekretaris Desa sebelum disampaikan kepada Kepala Desa untuk disahkan. Selanjutnya, laporan ini dilaporkan kepada Badan Permusyawaratan Desa (BPD) serta disampaikan ke pemerintah kecamatan dan kabupaten sebagai bagian dari pertanggungjawaban vertikal.

Secara substansi, laporan keuangan Desa Gumulan mencakup informasi utama mengenai realisasi pendapatan, belanja, dan pembiayaan desa selama satu tahun anggaran. Pendapatan desa bersumber dari Dana Desa (DD), Alokasi Dana Desa (ADD), Bagi Hasil Pajak dan Retribusi Daerah (BHPRD), serta Pendapatan Asli Desa (PAD). Belanja desa digunakan untuk berbagai kegiatan, seperti penyelenggaraan pemerintahan, pelaksanaan pembangunan, pemberdayaan masyarakat, serta penanggulangan bencana dan keadaan mendesak lainnya. Seluruh transaksi ini dicatat dan dilaporkan dalam bentuk Laporan Realisasi Anggaran (LRA), yang memuat perbandingan antara jumlah anggaran yang direncanakan dengan jumlah realisasi yang telah digunakan.

Untuk memperjelas rincian angka dalam LRA, desa juga menyusun Catatan atas Laporan Keuangan (CaLK). Dokumen ini memberikan uraian tambahan yang menjelaskan sumber pendapatan secara rinci, rincian belanja, serta kebijakan akuntansi yang digunakan dalam penyusunan laporan. Dengan demikian, CaLK berfungsi sebagai pelengkap informasi agar laporan keuangan dapat dipahami dengan lebih komprehensif

oleh pembaca, baik dari kalangan internal desa maupun pihak pengawas eksternal.

Pemerintah desa juga melampirkan dokumen pendukung berupa Buku Kas Umum, Buku Pembantu Bank, Buku Pembantu Pajak, dan Buku Pembantu Panjar sebagai bagian dari sistem pencatatan keuangan. Dokumen-dokumen ini menunjukkan bahwa pencatatan keuangan telah dilakukan secara tertib dan terorganisir, serta menjadi dasar yang kuat dalam penyusunan laporan keuangan akhir.

Meskipun laporan yang disusun telah mencerminkan kepatuhan terhadap format yang ditetapkan dalam SAPDesa, masih terdapat kekurangan dalam hal pelaporan neraca dan laporan aset desa. Berdasarkan hasil wawancara dengan perangkat desa, kedua laporan tersebut belum sepenuhnya disusun secara eksplisit dan terdokumentasi dalam bentuk formal. Hal ini menunjukkan bahwa pemerintah desa masih perlu meningkatkan pemahaman dan kapasitas teknis dalam menyusun keseluruhan komponen laporan keuangan sesuai standar.

Secara keseluruhan, bentuk laporan keuangan yang disusun oleh Pemerintah Desa Gumulan telah menunjukkan kesesuaian dengan ketentuan SAPDesa, baik dalam hal struktur, proses penyusunan, maupun dokumentasi pendukung. Meskipun demikian, aspek kelengkapan laporan masih perlu ditingkatkan agar seluruh elemen pelaporan dapat terpenuhi secara utuh sesuai standar akuntansi pemerintahan desa.

Pelaporan dan Pertanggungjawaban Keuangan Desa Gumulan dan Ketersesuaian dengan Permendagri No. 20 Tahun 2018

Pelaporan dan pertanggungjawaban keuangan merupakan tahap akhir dalam siklus pengelolaan keuangan desa, dan menjadi penentu utama dalam menilai kualitas tata kelola keuangan yang dilakukan

oleh pemerintah desa. Di Desa Gumulan, pelaporan keuangan dilakukan secara rutin dan telah mengacu pada ketentuan yang tercantum dalam Permendagri Nomor 20 Tahun 2018, khususnya Pasal 70 hingga Pasal 72, yang mengatur kewajiban pemerintah desa dalam menyusun dan menyampaikan laporan realisasi pelaksanaan APBDesa kepada Bupati atau Walikota melalui camat.

Laporan keuangan disusun oleh Kaur Keuangan dan diperiksa oleh Sekretaris Desa, sebelum disahkan oleh Kepala Desa. Selanjutnya, laporan tersebut disampaikan secara berjenjang kepada pihak kecamatan dan diteruskan ke kabupaten. Pelaporan keuangan mencakup Laporan Realisasi Anggaran (LRA) sebagai bentuk utama pertanggungjawaban penggunaan anggaran selama satu tahun anggaran berjalan. Selain itu, desa juga menyusun Catatan atas Laporan Keuangan (CaLK) yang berfungsi sebagai penjelas atas angka-angka yang tercantum dalam LRA dan memberikan informasi tambahan mengenai pelaksanaan kegiatan, sumber pendanaan, serta penyebab selisih antara anggaran dan realisasi.

Dalam pelaksanaan pertanggungjawaban, Pemerintah Desa Gumulan juga menunjukkan upaya untuk memenuhi asas transparansi kepada masyarakat. Salah satu bentuknya adalah dengan menyediakan papan informasi APBDesa di kantor desa, yang memuat informasi mengenai alokasi dan penggunaan dana pada tiap bidang. Di samping itu, pemerintah desa juga secara aktif menyampaikan informasi keuangan kepada masyarakat melalui forum Musyawarah Desa (Musdes), yang diselenggarakan secara berkala. Dalam forum tersebut, Kepala Desa menyampaikan laporan keuangan kepada Badan Permusyawaratan Desa (BPD), perwakilan RT/RW, tokoh masyarakat, dan

unsur masyarakat lainnya, sebagai bentuk pertanggungjawaban horizontal.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, pelaporan keuangan di Desa Gumulan telah dilakukan secara terbuka, sistematis, dan sesuai dengan waktu yang ditetapkan. Kegiatan pertanggungjawaban tidak hanya dilakukan dalam bentuk administratif ke atas, tetapi juga dibarengi dengan keterbukaan informasi kepada masyarakat desa. Hal ini menunjukkan bahwa prinsip akuntabilitas dan transparansi telah diupayakan dengan cukup baik.

Meski demikian, penelitian ini juga mencatat adanya beberapa keterbatasan, terutama terkait dokumentasi formal atas neraca dan laporan aset desa yang belum sepenuhnya disajikan dalam laporan tahunan. Hal ini dapat menjadi kelemahan dalam penguatan aspek pertanggungjawaban yang lebih menyeluruh, khususnya dalam pelaporan posisi keuangan dan aset yang dimiliki desa.

Secara keseluruhan, proses pelaporan dan pertanggungjawaban keuangan Desa Gumulan telah menunjukkan penerapan yang baik terhadap prinsip-prinsip SAPDesa. Mekanisme pelaporan administratif ke tingkat kecamatan dan kabupaten berjalan sesuai prosedur, sementara pertanggungjawaban sosial kepada masyarakat dilakukan melalui forum-forum partisipatif yang memperkuat legitimasi publik terhadap pengelolaan keuangan desa.

KESIMPULAN

Pengelolaan keuangan Desa Gumulan tahun anggaran 2022 secara umum telah sesuai dengan prinsip-prinsip dalam Permendagri Nomor 20 Tahun 2018 dan Standar Akuntansi Pemerintahan Desa (SAPDesa). Perencanaan dilakukan secara partisipatif, pelaksanaan anggaran tercatat

dengan tertib, dan laporan keuangan disusun dalam bentuk LRA dan CaLK. Desa juga menunjukkan upaya transparansi melalui penyampaian laporan kepada masyarakat dan pemerintah.

Namun, masih terdapat beberapa kekurangan, seperti keterlambatan pengesahan APBDesa dan belum lengkapnya penyusunan laporan neraca serta laporan aset. Meskipun demikian, desa telah menunjukkan komitmen terhadap akuntabilitas dan transparansi dalam pengelolaan keuangan publik.

DAFTAR PUSTAKA

- Dahana, G. S. M., & Purnomowati, N. H. (2022). The Effect of Government Accounting Standard Application on the Quality of Financial Statements (Study on Regional Apparatus Organizations of Karanganyar Regency). *AKUMULASI: Indonesian Journal of Applied Accounting and Finance*, 1(1), 38–53. <https://doi.org/10.20961/akumulasi.v1i1.273>
- Ditjen Bina Pemerintah Desa. (2021). Petunjuk Teknis Operasional Pengelolaan Keuangan Desa. Ditjen Bina Pemerintah Desa. djp.bk.kemenkeu.go.id. (2020). Dana Desa: Pengertian, Sumber Dana, Penyaluran Dana, dan Prioritasnya. djp.bk.kemenkeu.go.id.
- Donaldson, L., & Davis, J. H. (1991). Stewardship Theory or Agency Theory: CEO Governance and Shareholder Returns. *Australian Journal of Management*, 16(1), 49–64. <https://doi.org/10.1177/031289629101600103>
- Faradhiba, L., & Diana, N. (2018). Akuntabilitas Pemerintahan Desa Dalam Pengelolaan Anggaran Pendapatan Dan Belanja Desa (APBDES) (Studi Kasus di Desa Banjarsari Kecamatan Bandarkedungmulyo-Jombang). *E-JRA Vol. 07 No. 01 Agustus 2018*, 07(01), 32–45.
- Hasanah, N., & Fauzi, A. (2017). Akuntansi Pemerintahan. Penerbit In Media.
- Jannah, R., Ilham Satria, D., & Afni Yunita, N. (2022). Akuntansi Dana Desa dalam Mewujudkan Akuntabilitas Pengelolaan Dana Desa yang Transparan (Studi pada Desa Binjee di Kecamatan Nisam Kabupaten Aceh Utara). *Jurnal Akuntansi Malikussaleh*, 1(3), 382–397. <https://ojs.unimal.ac.id/jam-jatim.bpk.go.id>. (2019). Ada Siskeudes, Pengelolaan Dana Desa Jadi Lebih Mudah. jatim.bpk.go.id.
- Kholidah, D., & Ervina, D. (2021). Implementasi Akuntansi Dana Desa di Desa Banjaragung Kecamatan Bareng Kabupaten Jombang. *JFAS: Journal of Finance and Accounting Studies*, 3(2), 100–109. <https://doi.org/10.33752/jfas.v3i2.284>
- KSAP. (2017). Standar Akuntansi Pemerintahan Desa. <https://www.ksap.org/sap/standar-akuntansi-pemerintahan-desa/>
- Latif, A., & Savitri, E. (2021). Bilancia: Jurnal Ilmiah Akuntansi The Effect Of Accountability, Tranparency And Quality Of Human Resource On Village Financial Management (Empirical Study On Village Government In Solok Regency, West Sumatra). Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi dan Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Pengelolaan

- Keuangan Desa (Studi Empiris Pada Pemerintah Desa di Kabupaten Solok, Sumatra Barat), 5(2), 183–192. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/BILANCIA/index>
- Lating, A. I. S., Kusumandaru, H., Junjuran, M. I., & Wany, E. (2023). Akuntabilitas Dan Transparansi Pengelolaan Dana Desa Berdasarkan Value For Money. *Journal of Accounting And Financial*, 4(1), 25–36.
- Lubis, S. M. Y. (2019). Penerapan Standar Akuntansi Pemerintah Dalam Pertanggungjawaban Keuangan Desa (Studi Kasus pada Desa Usortolang Kecamatan Kotanopan Kabupaten Mandailing Natal). Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Mangindaan, J. V., & Manossoh, H. (2018). Kualitas Sumber Daya Manusia Pemerintah Desa Dalam Pengelolaan Dana Desa Yang Bersumber Dari Anggaran Pendapatan Dan Belanja Negara Di Kecamatan Tabukan Utara Kab. Kepulauan Sangihe. *Jurnal Lppm Bidang EkoSosBudKum*, 4(1), 35–49. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/lppmekosobudkum/article/view/24105>
- Mardiasmo. (2018). Akuntansi Sektor Publik (hal. 24). Andi.
- Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia. (2018). Peraturan Menteri Dalam Negeri No 20 Tahun 2018 Tentang Pengelolaan Keuangan Desa. *Physical Review B*, 72(10), 1–13.
- http://www.jdih.setjen.kemendagri.go.id/pm/Permendagri_No.20_TH_2018+Lampiran.pdf
- Nurhayati, N., Puspasari, O. R., & Hamzah, A. (2019). Factors Affecting Transparency And Accountability Of Village Fund Allocation Management (Study on Village Government in Pancalang District, Pasawahan District and Cipicung District of Kuningan Regency). Pengaruh Afiriasi Positif Terhadap Self Regulation (Regulasi Diri) Pada Pasien Diabetes Melitus Tipe 2, 3(2), 40–46.
- Octavia, A. D. (2022). Penerapan Standar Akuntansi Pemerintahan Desa (SAPdesa) Pada Kantor Desa Petung Kecamatan Bangalsari.
- Oktavia, Y., Widiawati, H. S., & Linawati. (2022). Akuntabilitas, Partisipasi Masyarakat dan Transparansi dalam Pengelolaan Dana Desa. *Bata Ilyas Journal of Accounting*, 3(2), 2022–2023.
- Pos, J. (2023). Dana Desa Jatim Tambah Menjadi Rp 8,1 Triliun. <https://www.jawapos.com/surabaya/013040075/dana-desa-jatim-tambah-menjadi-rp-81-triliun>
- Raco. (2010). Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya. PT.Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Rahman, Y. A. R. (2020). Manajemen Sumber Daya Manusia. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, 4.
- Rahmatulloh, F., Khoirul, A., & Ermawati. (2019). Affecting Factors on Accountability of Village Fund

- Allocation Management in Bogor District Fajar. *Duke Law Journal*, 1(1), 43–49.
- Sadat, A. (2020). *Govermental Accounting (Akuntansi Pemerintahan)*. CV Budi Utama.
- Suarajatim.id. (2022). Warga Desa Gumulan Jombang Demo Memprotes Dugaan Pemotongan BLT. Suarajatim.id. <https://jatim.suara.com/read/2022/06/09/230442/warga-desa-gumulan-jombang-demo-memprotes-dugaan-pemotongan-blt>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. CV Alfabeta.
- Syafitri, M., Lubis, A. W., & Arif, M. (2023). Penerapan Standar Akuntansi Pemerintahan Dalam Pertanggungjawaban Keuangan Desa (Studi Kasus Pada Desa Sei Silau Timur Kecamatan Buntu Pane Kabupaten Asahan) *1Melia*. 3(4), 31–41.
- Umaira, S., & Adnan, A. (2019). Pengaruh Partisipasi Masyarakat, Kompetensi Sumber Daya Manusia, Dan Pengawasan Terhadap Akuntabilitas Pengelolaan Dana Desa (Studi Kasus Pada Kabupaten Aceh Barat Daya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 4(3), 471–481. <https://doi.org/10.24815/jimeka.v4i3.12580>
- Waluyo, B. (2021). Accounting standards for semi-autonomous agencies: Experiences and lessons from Indonesia. *The Indonesian Journal of Accounting Research*, 24(03), 321–348. <https://doi.org/10.33312/ijar.539>
- Wardani, P. P. (2021). Akuntabilitas Dan Transparansi Dalam Pengelolaan Dana Desa (Studi Kasus Desa Kademangan Kabupaten Jombang). *Jurnla Ilmiah*.