



**Kampus
Merdeka**
INDONESIA JAYA

PROSIDING SEMINAR NASIONAL MANAJEMEN DAN PENDIDIKAN BISNIS (SNMPB) KE-3

**Entrepreneurship as a Driver of the Digital
Transformation in Education Perspective**



2021

PROSIDING SEMINAR NASIONAL MANAJEMEN DAN PENDIDIKAN BISNIS (SNMPB) KE-3

***"Entrepreneurship as a Driver of the Digital
Transformation in Education Perspective "***

Malang, 29 September 2021



Universitas Negeri Malang

Anggota IKAPI No. 059/JTI/89, Anggota APPTI No.002.103.1.09.2019

Jl. Semarang 5 Malang, Kode Pos 65145

Telp. (0341) 562391, 551312 psw 1453

PROSIDING SEMINAR NASIONAL MANAJEMEN DAN PENDIDIKAN BISNIS (SNMPB) KE-3

"Entrepreneurship as a Driver of the Digital Transformation in Education Perspective"

ISBN: 978-602-470-737-8 (PDF)

Penanggung Jawab:

Dr. Cipto Wardoyo, S.E., M.Pd., M.Si., Ak., CA

Pengarah:

Dr. Agus Hermawan, GradDipMgt., M.Si., MBus

Dr. Hj. Puji Handayati, S.E.Ak., M.M., CA., CMA

Dr. Hadi Sumarsono, S.T., M.Si

Tim Reviewer:

Dr. Ely Siswanto, S.Sos, M.M.

Dr. Wening Patmi Rahayu, S.Pd, M.M.

Dr. Madziatul Churiyah, S.Pd, M.M.

Dr. Titis Shinta Dhewi S.P, M.M

Tim Editor:

Dediek Tri Kurniawan, S.E., M.M.

Cesya Rizkika Parahiyanti, S.E., M.BA

Organizing Committee

Penasehat

: Dr. Cipto Wardoyo, S.E., M.Pd., M.Si., Ak.CA

Penanggung Jawab

: Dr. H. Ely Siswanto, S.Sos., M.M.

Ketua Pelaksana

: Raisa Fitri, S.E, M.AB

Bendahara

: Lulu Nurul Istanti, S.E, M.M

Wakil Bendahara

: Akidah Fitrah, S.T

Ketua Sie Acara

: Arum Prasasti., S.E., M.Sc

Anggota

: Della Ayu Zonna Lia, S.AB., M.AB

Ketua Sie Publikasi dan Informasi

: Dediek Tri Kurniawan, S.E., M.M.

Anggota

: Cesya Rizkika Parahiyanti, S.E., M.BA

: Adelia Shabrina Prameka, S.E., M.M.

Ketua Sie Kesekretariatan & *Call for Paper*

: Ika Zutiasari, S.Pd, M.Pd

Anggota

: Bertina Dewi, S.Pd., M.Pd

Ketua Sie Perlengkapan dan Dokumentasi

: Andro Agil Nur Rakhmad, S.E.I., M.E

Anggota

: Danny Ajar Baskoro., S.Pd.

Ketua Sie Humas

: Rayie Tariatani, S.E, M.M

Anggota

: Anik Rahayu, S.E

Moderator

: Achmad Murdiono, S.E, M.M

Master of Ceremony (MC)

: Yana Respatih Dewi, S.E, M.M

Penerbit

Hak cipta yang dilindungi:

Undang-undang pada : Penulis
Hak Penerbitan pada : Universitas Negeri Malang
Dicetak oleh : Universitas Negeri Malang

Dilarang mengutip atau memperbanyak dalam bentuk apapun tanpa izin tertulis dari penulis.
Isi diluar tanggung jawab Penerbit.

Penerbit Universitas Negeri Malang

Anggota IKAPI No. 059/JTI/89

Anggota APPTI No. 002.103.1.09.2019

Jl. Semarang 5 (Jl. Gombong 1) Malang, Kode Pos 65145

Telp. (0341) 562391, 551312; psw. 1453

Cetakan I : 2021

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa yang telah mencurahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua, serta dengan izin-Nya Seminar Nasional dan *Call for Papers* Manajemen dan Pendidikan Bisnis ke-3 dengan tema “*Entrepreneurship as a Driver of the Digital Transformation*”, dapat terlaksana dengan baik dan prosiding ini dapat diterbitkan.

Tema tersebut dipilih dengan alasan transformasi digital telah memunculkan banyak tantangan pada proses pembelajaran yang terjadi di sekolah maupun perguruan tinggi. Belum lagi adanya pandemi covid-19 yang semakin mengamini transformasi digital di bidang pendidikan. Hal ini memunculkan masalah sekaligus peluang untuk pendidikan di Indonesia. Upaya untuk mendigitalisasi pendidikan sekaligus mengembangkan sumber daya manusia pendidik di Indonesia menjadi amat penting dilakukan. Hal ini guna menjawab semua masalah yang ada hingga menangkap peluang yang dihadirkan.

Pendidik didorong untuk melek terhadap perkembangan teknologi, hal ini agar mampu mengimbangi karakteristik peserta didik selaku *digital native*. Melalui hal tersebut akan menciptakan proses pembelajaran yang berbasis digital sehingga mudah diterima oleh peserta didik. Kreativitas dan inovasi di dalam pembelajaran pun mudah dimunculkan melalui pemanfaatan teknologi digital.

Para akademisi nasional maupun internasional telah banyak menghasilkan penelitian tentang bagaimana dampak transformasi digital dalam bidang pendidikan. Namun masih banyak yang belum didiseminasikan dan dipublikasikan secara luas, sehingga tidak dapat diakses oleh masyarakat yang membutuhkan pengetahuan tentang bagaimana transformasi digital di bidang pendidikan ini. Atas dasar tersebut, Seminar Nasional ini menjadi salah satu ajang bagi para akademisi nasional untuk mempresentasikan penelitiannya, sekaligus bertukar informasi dan memperdalam masalah penelitian, serta mengembangkan kerja sama yang berkelanjutan.

Seminar ini diikuti oleh peneliti-peneliti dari bidang ilmu Pendidikan Tata Niaga, Pendidikan Administrasi Perkantoran dan keilmuan sebidang lainnya dari seluruh Indonesia, yang telah membahas berbagai bidang kajian dalam bidang pendidikan maupun yang relevan dengannya dalam rangka memberikan pemikiran dan solusi untuk memperkuat peran Indonesia dalam menghadapi persaingan global.

Akhir kata, kami mengucapkan terima kasih kepada Pimpinan Universitas Negeri Malang, Pemakalah, Peserta, dan Panitia, yang telah berupaya menyukseskan Seminar Nasional ini. Semoga Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa meridhoi semua usaha baik kita.

Malang, 29 September 2021

Ketua Panitia
Raisa Fitri, S.AB, M.M

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
SUSUNAN TIM PENYUSUN	v
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	ix
1. APLIKASI FAST (<i>FIVE ARCHIVE STORAGE SYSTEMS</i>) UNTUK MENINGKATKAN <i>SELF-REGULATED LEARNING</i> DAN HASIL BELAJAR PESERTA DIDIK (<i>A USEFUL MOBILE BASE LEARNING MEDIA IN THE COVID-19 ERA</i>) Oleh: Dwi Widayawati, Madziatul Churiyah	1
2. MENINGKATKAN HASIL BELAJAR SISWA DENGAN PENERAPAN MODEL <i>PROBLEM BASED LEARNING</i> BERBASIS SCHOODOLOGY Oleh: Yulikah, Agus Hermawan	10
3. ANALISIS KEBIJAKAN PERUSAHAAN BERBASIS RISIKO TERHADAP DINAMIKA KINERJA PERUSAHAAN ASURANSI DI INDONESIA Oleh: Yuli Soesetio, Nova Wulandari	16
4. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI STUDI PADA KONSUMEN MAKEOVER DI YOGYAKARTA Oleh: Christa Xena Rusfiane, Kristia	26
5. PENGUMUMAN KASUS PERTAMA COVID-19 DI INDONESIA: BAGAIMANA PASAR BEREAKSI? Oleh: Almutahdi Billah Qoifani, Lulu Nurul Istanti.....	35
6. IDENTIFIKASI RANTAI NILAI: PEMBERDAYAAN PENGRAJIN BATIK TULIS BUNULREJO MALANG Oleh: Lulu Nurul Istanti, Ratnawati, Fadia Zen	45
7. <i>CURRENT RATIO</i> DAN <i>RETURN ON TOTAL ASSET</i> MAMPU MEMPREDIKSI KONDISI <i>FINANCIAL DISTRESS</i> PADA PERUSAHAAN <i>TRANSPORTATION, TELECOMMUNICATION, DAN INFRASTRUCTURE</i> YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) TAHUN 2016-2018 Oleh: Resti Aldila Putri, Heri Pratikto	53

APLIKASI FAST (FIVE ARCHIVE STORAGE SYSTEMS) UNTUK MENINGKATKAN SELF-REGULATED LEARNING DAN HASIL BELAJAR PESERTA DIDIK (A USEFUL MOBILE BASE LEARNING MEDIA IN THE COVID-19 ERA)

Dwi Widyawati¹, Madziatul Churiyah²

¹ Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang, ✉ dwiwyawati112@gmail.com

² Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang, Malang, ✉ madziatul.churiyah.fe@um.ac.id

Abstract

Indonesia memiliki cita-cita untuk menjadi negara maju, salah satu upaya yang dilakukan untuk mencapainya adalah dengan meningkatkan kualitas pada aspek pendidikan. Penggunaan media yang terintegrasi dengan teknologi dirasa dapat menambah variasi dalam pembelajaran agar tujuan pembelajaran lebih tercapai. Diperkuat dengan keadaan saat ini, dimana seluruh aspek kehidupan termasuk pendidikan terdampak pandemi Covid-19. Keadaan tersebut membuat proses pembelajaran di Indonesia harus beradaptasi dengan menerapkan pembelajaran secara daring (*online*). Guru dituntut lebih kreatif menambah variasi media pembelajaran dengan mengoptimalkan teknologi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan produk media pembelajaran *mobile learning* berbasis Android Studio agar dapat menjadi pilihan variasi media pembelajaran untuk meningkatkan *self-regulated learning* dan hasil belajar. Penelitian dan Pengembangan ini menggunakan model *Research and Development Borg and Gall* yang dimodifikasi, Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif persentase dan uji *independent sample t-test*. Hasil penelitian dan pengembangan ini menunjukkan bahwa media pembelajaran pada mata pelajaran kearsipan yang bernama FAST (*Five Archive Storage Systems*) dinyatakan sangat valid dan layak digunakan berdasarkan penilaian dari ahli materi, ahli media dan 6 peserta didik dalam uji coba kelompok kecil serta terbukti dapat meningkatkan *self-regulated learning* dan hasil belajar peserta didik secara signifikan pada uji coba pemakaian.

Keywords: *Android Studio, Hasil Belajar, Kearsipan, Media Pembelajaran, M-Learning, Penelitian dan Pengembangan, Self-Regulated Learning*

PENDAHULUAN

Mengadopsi pembelajaran pada abad 21 merupakan salah satu upaya Indonesia dalam meningkatkan pembelajaran agar sesuai dengan perkembangan IPTEK (Ilmu Pengetahuan dan Teknologi). Menghadapi pembelajaran abad 21 atau *21st Century Learning*, tiap-tiap orang harus mempunyai keterampilan berpikir kritis, pengetahuan dan kemampuan literasi digital, literasi informasi, literasi media, dan menguasai teknologi serta komunikasi (Sukartono, 2018; Teo, 2019). Sejalan dengan keadaan saat ini, dimana banyak negara termasuk Indonesia tengah menghadapi pandemi Covid-19. Salah satu upaya yang dilakukan untuk mengatasi penyebarannya adalah dengan membatasi ruang gerak manusia. Seluruh aspek kehidupan dituntut untuk beradaptasi dengan keadaan tersebut termasuk pada aspek pendidikan. Pemerintah membuat kebijakan agar proses pembelajaran untuk sementara waktu dilakukan secara jarak jauh atau daring (*online*) (Carter Jr et al., 2020; Dhanalakshmi et al., 2021; Gelineau-Morel and Dilts, 2021; Parsazadeh et al., 2018; Qazi et al., 2020). Pada pelaksanaannya media pembelajaran adalah hal yang sangat diandalkan oleh guru. Selain dapat membantu tersampainya materi, media pembelajaran yang bervariasi juga dapat dikatakan sebagai pemanfaatan kemajuan teknologi agar tujuan pembelajaran tercapai dengan lebih maksimal (Greene et al., 2020; Li et al., 2020; Mishra et al., 2020; Muhson, 2010; Ratten and Jones, 2021).

M-learning adalah salah satu solusi pendidikan jarak jauh yang didukung oleh perangkat seluler yang dilengkapi dengan teknologi nirkabel. Sekarang ini *smartphone* atau ponsel adalah salah satu barang elektronik yang berkembang pesat dan dekat dengan manusia termasuk peserta didik sehingga dapat dijadikan sebagai salah satu alternatif media pembelajaran (Pereira and Rodrigues, 2013; Sung et al., 2019). Memanfaatkan *smartphone* sebagai penunjang *m-learning* diharapkan dapat mempermudah peserta didik untuk mendapatkan serta mempelajari materi yang dikemas dengan menarik untuk meningkatkan pemahaman peserta didik terkait materi yang diajarkan oleh guru (Fajriah and Churiyah, 2016; Yang et al., 2012). Sehingga penyampaian materi antara guru kepada peserta

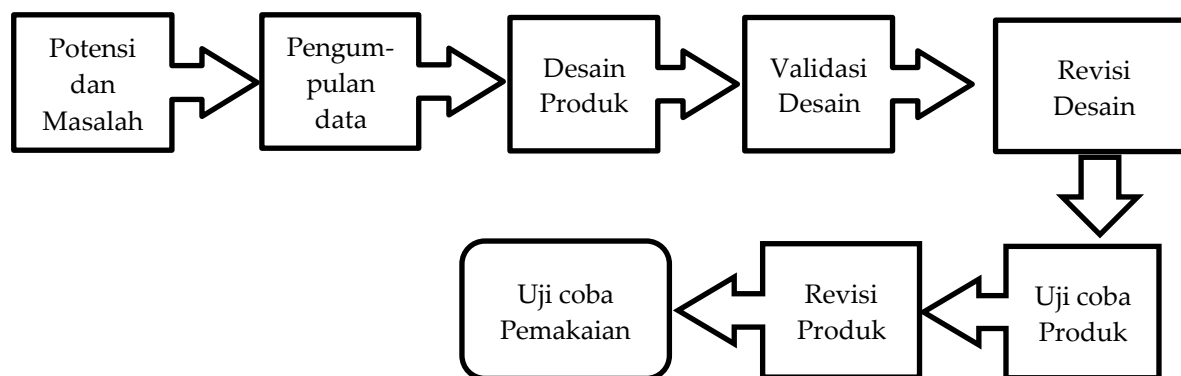
didik dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun serta meningkatkan *self-regulated learning* dan hasil belajar (Karimi, 2016; Little, 2013; Sheng-Hung, 2012).

Mobile Learning yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah M-Learning berbasis Android Studio bernama FAST. Media berbasis Android Studio disajikan dalam bentuk aplikasi yang terdiri dari tulisan, gambar, video dan latihan soal (Filianti et al., 2020; Jatmiko et al., 2018; Suryanda et al., 2018; Zydneyn and Warner, 2016). Adapun beberapa penelitian sebelumnya yang membahas tema ini adalah penelitian, (Arista et al., 2018; Astra et al., 2015; Chen and Hsu, 2020; Chung et al., 2019; Filianti et al., 2020; Jatmiko et al., 2018; Zheng et al., 2016), berdasarkan penelitian-penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa media pembelajaran *mobile learning* berbasis *Android* dapat meningkatkan *self-regulated learning* dan hasil belajar peserta didik.

Berdasarkan hasil wawancara bersama guru mata pelajaran Kearsipan kelas X OTKP SMK Muhammadiyah 3 Singosari. Didapatkan informasi bahwa selama pandemi Covid-19 pembelajaran dilakukan secara daring dan luring. Media pembelajaran yang biasa digunakan adalah *Google Classroom*, *WhatsApp* dan teks pada *Powerpoint*. Dengan masih adanya kegiatan pembelajaran secara daring dan untuk mematuhi protokol kesehatan, waktu pembelajaran luring yang ada dipersingkat sehingga waktu penyampaian materi yang diberikan secara langsung pada peserta didik jauh lebih sedikit dan membuat peserta didik akan lebih banyak waktu untuk belajar secara mandiri. Hal tersebut tentunya memerlukan usaha ekstra agar peserta didik tetap bersemangat untuk belajar. Salah satu solusinya adalah dengan mengembangkan media pembelajaran agar lebih menarik dan menyenangkan.

Berangkat dari persoalan tersebut Peneliti memiliki inovasi untuk mengembangkan sebuah media pembelajaran yang menarik berupa aplikasi mobile agar peserta didik tetap semangat belajar sehingga dalam pembelajaran daring tingkat *self-regulated learning* dan hasil belajar peserta didik dapat ditingkatkan. Aplikasi tersebut dapat diinstal pada smartphone masing-masing peserta didik dan diakses dengan mudah pada mata pelajaran Kearsipan kelas X OTKP KD 3.7 Menerapkan penyimpanan arsip sistem abjad, subjek, nomor, tanggal, wilayah. Aplikasi ini berisikan materi berupa teks, video pembelajaran dan latihan soal. Sehingga pada saat peserta didik belajar secara daring, merak tetap mempelajari materi secara mandiri melalui aplikasi tersebut.

METODE



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Penelitian ini mengadopsi model *Research and Development* dari Borg and Gall. Dalam meningkatkan efisiensi waktu dan penyesuaian terhadap kondisi lapangan, peneliti telah memodifikasi model menjadi delapan langkah (Ha and Pepin, 2017; Mastumasari et al., 2017). Penelitian ini juga bertujuan untuk menghasilkan sebuah produk, menganalisis kelayakan produk tersebut dan mengetahui perbedaan tingkat *self-regulated learning* dan hasil belajar antara peserta didik yang menggunakan dan yang tidak menggunakan produk tersebut.

Tahap-tahap yang dilakukan pada penelitian ini adalah 1) melakukan analisis potensi dan masalah yang terjadi di sekolah melalui observasi dan wawancara, 2) melakukan pengumpulan data dengan metode observasi, kuisioner validasi dan lembar tes, 3) melakukan desain atau perancangan produk media pembelajaran yang akan dikembangkan sebagai solusi atas permasalahan yang didapatkan pada langkah pertama dan kedua, 4) melakukan validasi desain dari produk yang telah dikembangkan melalui validasi ahli materi dan ahli media sebagai langkah untuk menguji kelayakannya, 5) melakukan revisi desain dari produk sesuai dengan masukan serta saran pada lembar kuisioner penilaian ahli materi dan ahli media, 6) produk yang telah direvisi diuji cobakan kepada 6 peserta didik kelas X OTKP yang menjadi uji coba kelompok kecil pada penelitian ini. 7) melakukan revisi produk sesuai







dengan masukan serta saran pada lembar kuisioner pada lembar kuisioner penilaian kelompok kecil, 8) produk yang telah direvisi dan dinyatakan layak selanjutnya diuji coba pemakaian pada kelompok besar yang melibatkan 22 peserta didik kelas X OTKP 1 sebagai kelas eksperimen dan 19 peserta didik kelas X OTKP 2 sebagai kelas kontrol yang sedang menempuh mata pelajaran Kearsipan. Produk yang telah melewati uji coba kelompok besar menjadi produk akhir dalam penelitian ini.

Data yang telah dikumpulkan dari penelitian dan pengembangan ini terdiri dari kuantitatif dan kualitatif. Data kuantitatif dihasilkan dari hasil penilaian validasi dari ahli media, ahli materi, data uji coba kelompok kecil, data *self-regulated learning* serta hasil belajar peserta didik pada kelompok besar. Pada data kuantitatif, peneliti mendapatkannya melalui proses penarikan kesimpulan yang didasarkan pada kritik dan saran dari para ahli materi, ahli media, serta enam peserta didik yang terdapat pada uji coba kelompok kecil. Metode deskriptif persentase digunakan untuk menunjukkan tingkat kelayakan media pembelajaran yang diproses dari validasi dari ahli materi, ahli media, dan uji coba kelompok. Melalui metode deskriptif persentase, peneliti akan mengetahui perbedaan tingkat *self-regulated learning* peserta didik kelas eksperimen dan kelas kontrol. Sedangkan dalam mengetahui perbedaan kelas eksperimen dan kelas kontrol, digunakan uji *independent sample t-test* dari hasil belajar peserta didik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Luaran produk yang dihasilkan dalam penelitian ini adalah FAST (*Five Archive Storage Systems*) yaitu *mobile learning* berbasis *Android Studio* pada mata pelajaran Kearsipan. FAST terdiri dari menu seperti pada Tabel 1 ini:

Tabel 1. Menu-menu dalam Aplikasi FAST (*Five Archive Storage Systems*)

No.	Ikon	Fungsi	No.	Ikon	Fungsi
1.		Kompetensi. Tools yang berisikan KI, KD dan tujuan pembelajaran	4.		Referensi. Tools yang berisikan daftar rujukan materi pembelajaran yang ada.
2.		Materi. Tools yang berisikan sub tools materi pembelajaran.	5.		Petunjuk. Tools yang berisikan keterangan mengenai tools-tools yang ada.
3.		Evaluasi. Tools yang berisikan latihan soal 25 butir pilihan ganda.	6.		Pengembang. Tools yang berisikan profil pengembang.

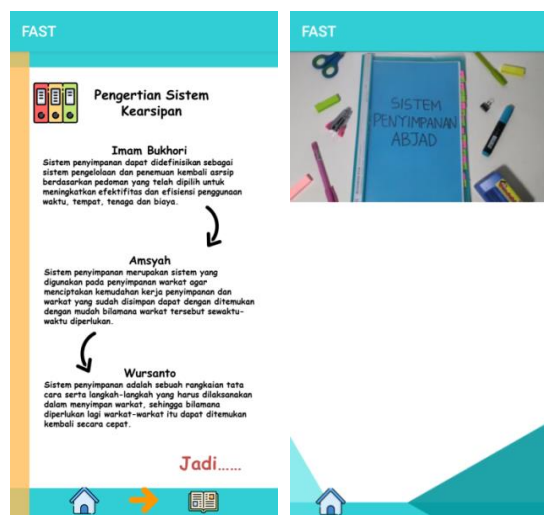
Tampilan aplikasi FAST secara garis besar dapat dilihat pada Gambar 2 sampai Gambar 4 berikut:



Gambar 2. Tampilan Awal dan Menu



Gambar 3. Tampilan Menu Kompetensi dan Materi



Gambar 4. Tampilan Materi Teks dan Video Pembelajaran

Hasil validasi aplikasi FAST oleh ahli materi, ahli media dan 6 peserta didik kelompok kecil secara keseluruhan disajikan pada Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Data Hasil Validasi dan Penilaian Kelompok Kecil

No	Validasi	Presentase	Kriteria Validitas
1	Ahli Materi	96,00%	Sangat Valid
2	Ahli Media	97,00%	Sangat Valid
3	Peserta Didik Uji Coba Kelompok Kecil	93,00%	Sangat Valid
	Rata-Rata	95,33%	Sangat Valid

Table used by permission ©Widyawati, Dwi 2021. Datahasilvalidasidanpenilaiankelompokkecil.

Pada Tabel 2, peneliti mendapatkan rata-rata persentase validasi ahli dan penilaian kelompok kecil sebesar 95,33%. Berdasarkan angka ini, dapat disimpulkan bahwa media pembelajaran yaitu aplikasi FAST dinyatakan "Sangat Valid" dan layak digunakan untuk pembelajaran pada mata pelajaran Kearsipan kelas X OTKP pada SMK Muhammadiyah 3 Singosari. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan hasil validasi ahli materi, ahli media serta penilaian uji coba kelompok kecil dapat dijadikan sebagai sebuah dasar untuk menentukan apakah media pembelajaran yang telah dibuat atau dikembangkan dikatakan layak atau tidak untuk digunakan dalam proses pembelajaran (Filianti et al., 2020; Hendikawati et al., 2019; Jatmiko et al., 2018).

Keunggulan atau keunikan yang dimiliki oleh media pembelajaran FAST adalah dapat digunakan pada *smarphone* berbasis *android* yang memang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Dengan hal itu, peserta

didik bisa mempelajari materi Kearsipan kelas X OTKP KD 3.7 Menerapkan penyimpanan arsip sistem abjad, subjek, nomor, tanggal, wilayah yang disajikan menarik dalam 2 versi yaitu berbentuk tulisan dan video. Hal itu dapat membuat peserta didik bisa menentukan strategi belajarnya secara mandiri untuk meningkatkan *self-regulated learning* dan hasil belajar. Selain itu, sebagian besar fitur yang tersedia dapat diakses secara *offline* sehingga merkea dapat menghemat kuota internet untuk menggunakan aplikasi tersebut. Dari ukurannya, aplikasi ini memakan ruang penyimpanan (*storage*) yang kecil yaitu 8 MB yang diharapkan mempermudah untuk mengunduhnya di *smartphone* masing-masing (Astra et al., 2015; Filianti et al., 2020; Tabuenca et al., 2015; Ulfa et al., 2017). Selain itu, penggunaan teknologi yang efektif bergantung pada bagaimana ketersediaan perangkat keras serta perangkat lunak (Gandal et al., 2000).

Untuk uji coba pemakaian, kelas X OTKP 1 digunakan sebagai kelas eksperimen yang menggunakan aplikasi FAST sedangkan X OTKP 2 sebagai kelas control yang tidak menggunakan aplikasi FAST. Hasil perbedaan tingkat *self-regulated learning* dan hasil belajar dari peserta didik disajikan sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Kuisisioner *Self-Regulated Learning* Kelas Eksperimen dan Kontrol

Aspek	No. Pernyataan	Σxi	Rata-Rata Skor Kelas	
			Eksperimen	Kontrol
Evaluasi Diri	1.	5	4,09	4,32
	2.	5	3,80	3,79
	3.	5	4,30	4,32
Menerapkan tujuan dan Perencanaan	4.	5	3,80	4
	5.	5	3,82	4,11
Mencari Informasi	6.	5	3,80	3,84
Menyimpan Catatan dan Memantau	7.	5	4,40	3,79
Mencari Dukungan Sosial	8.	5	3,68	3,21
	9.	5	3,77	3,63
	10.	5	3,60	3,11
Mengatur Lingkungan	11.	5	4,55	4,32
Konsekuensi Diri	12.	5	3,50	2,58
	13.	5	4,05	4,05
Memeriksa Catatan	14.	5	4,30	4,11
	15.	5	4,18	4,21
Rata-Rata Keseluruhan Indikator		5	3,95	3,82
Persentase ($\Sigma Xi / \Sigma x \times 100\%$)		100%	79%	76%

Table used by permission ©Widyawati, Dwi 2021. Hasilkuisisionerself-regulatedlearningkelaseksperimendankontrol

Berdasarkan hasil pemaparan Tabel 3 dapat dilihat terdapat 8 pernyataan yang memperlihatkan bahwa kelas eksperimen memperoleh rata-rata yang lebih tinggi dari kelas eksperimen. Dapat dilihat perolehan rata-rata terendah kedua kelas yaitu pada pernyataan nomor 12 dengan nilai 3,50 untuk kelas eksperimen sedangkan kelas kotrol 2,58, dilihat dari penyebab rendahnya pernyataan tersebut selaras dengan pernyataan nomor 7 yang juga memperlihatkan kelas eksperimen dengan nilai 4,40 sedangkan kelas kontrol lebih rendah 3,79. Hal tersebut dikarenakan peserta didik tidak memiliki banyak catatan selama proses pembelajaran jarak jauh sehingga motivasi belajar peserta didik kurang dan berdampak pada tingkat *self-regulated learning* (Knauss et al., 2020; Ohmann et al., 2018). Selain itu, pernyataan yang memperoleh nilai tertinggi dari kedua kelas yaitu pada pernyataan nomor 11 yaitu kelas eksperimen 4,55 sedangkan kelas kontrol 4,32 mengenai pemilihan tempat belajar. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh peserta didik mampu memilih tempat belajar yang sesuai secara mandiri agar fokus belajar bertambah.

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, secara keseluruhan dapat diketahui adanya perbedaan tingkat *self-regulated learning* peserta didik antara kelas eksperimen dan kelas kontrol, dimana kelas eksperimen memperoleh persentase keseluruhan lebih tinggi yaitu 79% sedangkan kelas kontrol 76%. Perbedaan *self-regulated learning* peserta didik didukung dengan media pembelajaran FAST yang mudah diakses oleh peserta didik menggunakan *smartphone*, materi yang disajikan menarik, dapat diakses kapan dan dimanapun sesuai dengan kenyamanan mereka sehingga mendukung peserta didik dalam mengatur kebutuhan belajarnya secara mandiri (Göksu and Atici, 2013;

Jatmiko et al., 2018; Tabuenca et al., 2015).

Selanjutnya perbedaan hasil belajar peserta didik yang dilakukan uji independent sample t-test kelas eksperimen dan kelas kontrol disajikan pada Tabel 4 berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Independent Sample t-Test
Independent Samples Test

		Levene's test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Hasil Belajar Peserta Didik	Equal variances assumed	2.009	.164	2.048	39	.047	5.4641	2.6679	.0678	10.8604
	Equal variances not assumed			2.094	38.115	.043	5.4641	2.6091	.1828	10.7454

Table used by permission ©Widyawati, Dwi 2021. Hasilujiindependentsamplet-Test

Berdasarkan Tabel 4 pada kolom *Levene's Test for Equality of Variances* nilai Sig. sebesar $0,164 \geq 0,05$, maka dapat diartikan bahwa varian data di kelas eksperimen dan kontrol adalah *homogen* atau sama. Sehingga penafsiran tabel output *Independent Sample t Test* diatas berpedoman pada nilai yang ada dalam tabel *equal variances assumed*.

Selanjutnya, berdasarkan Tabel 4 pada bagian *equal variances assumed* diketahui nilai Sig. (2-tailed) sebesar $0,047 \leq 0,05$, maka sebagaimana pengambilan keputusan dalam uji independent sample t test dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan (nyata) antara rata-rata hasil belajar peserta didik pada kelas eksperimen dan kelas kontrol. Perbedaan hasil belajar peserta didik yang signifikan ini membuktikan bahwa penggunaan media pembelajaran yang dikembangkan peneliti yaitu aplikasi FAST dapat meningkatkan hasil belajar peserta didik. Selain itu, dapat dilihat pada Tabel 5 berikut mengenai perbedaan rata-rata hasil belajar kelas eksperimen dan kelas kontrol.

Perbedaan hasil rata-rata antara nilai kelas eksperimen dan kontrol dapat dilihat pada data statistik deskriptif yang dipaparkan dalam Tabel 5 berikut:

Tabel 5. Hasil Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	Kelas	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
Hasil Belajar Peserta Didik	X OTKP 1	22	72	100	86.727	9.5926
	X OTKP 2	19	72	100	81.263	7.0620

Table used by permission ©Widyawati, Dwi 2021. Hasilstatistikdeskriptif

Pada Tabel 5 diketahui apabila rata-rata hasil belajar dari peserta didik pada kelas eksperimen lebih besar dari kelas kontrol yaitu 86,727 sedangkan 81,263 pada kelas kontrol. Hasil ini disebabkan media pembelajaran pada aplikasi FAST menawarkan materi dalam dua versi baik tulisan maupun video pembelajaran yang dapat membantu peserta didik dalam memahami materi yang dipelajari. Aplikasi FAST juga didesain semenarik mungkin dengan kombinasi warna yang sesuai untuk mempengaruhi tingkat perhatian dan gairah emosional. Tingkat kinerja memori dan memainkan peran positif dalam mempengaruhi retensi kognitif peserta didik (Mohd Suki and Mohd Suki, 2007; Naik et al., 2020).

KESIMPULAN

Luaran dari penelitian dan pengembangan ini adalah sebuah media pembelajaran *Mobile Learning* Bernama FAST (*Five Archive Storage Systems*). Media pembelajaran ini dibuat dengan bantuan *software Android Studio* sehingga bisa digunakan pada perangkat *smartphone* dengan sistem operasi berbasis *Android*. FAST menyediakan materi pada mata pelajaran Kearsipan kelas X OTKP KD 3.7 Menerapkan penyimpanan arsip sistem abjad, subjek, nomor, tanggal, wilayah. Untuk mendapatkannya, para pengguna FAST dapat mengunduh aplikasi beserta buku panduannya secara gratis melalui link bit.ly/AplikasiFAST. Berdasarkan hasil evaluasi, media pembelajaran FAST telah dinyatakan "Sangat Valid" dalam penelitian ini serta dinyatakan layak digunakan pada pembelajaran Kearsipan Kelas X OTKP. Hal ini didapat melalui validasi oleh ahli materi dan ahli media serta penilaian uji coba pada kelompok kecil. Selain itu, aplikasi FAST juga telah terbukti mampu meningkatkan *self-regulated learning* yang didasarkan pada perbedaan persentase dimana kelas eksperimen (yang menggunakan aplikasi FAST) lebih tinggi daripada kelas kontrol (yang tidak menggunakan aplikasi FAST). Hasil pengujian lain, aplikasi FAST juga telah terbukti mampu meningkatkan hasil belajar peserta didik pada ranah kognitif. Hal ini dibuktikan dengan adanya perbedaan yang signifikan pada saat dilakukan uji *Independent Sample t-Test*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa rata-rata nilai kelas eksperimen (yang menggunakan aplikasi FAST) lebih tinggi daripada kelas kontrol (yang tidak menggunakan aplikasi FAST).

Aplikasi FAST juga memungkinkan dijadikan media pembelajaran kapanpun dan dimanapun secara mandiri. Aplikasi ini memungkinkan peserta didik bisa belajar tanpa harus terikat dengan kegiatan tatap muka di sekolah. Oleh karena itu, aplikasi ini akan sangat berguna pada kondisi pembelajaran dari di tengah pandemi Covid-19. Aplikasi FAST hanya berfokus pada KD 3.7 Menerapkan penyimpanan arsip sistem abjad, subjek, nomor, tanggal, wilayah dan terbatas pada sistem operasi *Android*. Ke depan, penelitian berikutnya dapat melanjutkan penelitian yang mengarah pada pengembangan media pembelajaran pada KD yang lainnya serta pembuatan media pembelajaran dengan sistem operasi lainnya seperti IOS.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penelitian ini, rasa terima kasih disampaikan kepada Universitas Negeri Malang dan SMK Muhammadiyah 3 Singosari dimana telah mendukung penelitian ini melalui fasilitas dan izin yang diberikan kepada peneliti. Peneliti juga berterima kasih kepada pihak-pihak lain yang telah membantu selama proses penelitian ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Arista, F.S., Kuswanto, H., Physics Education, Postgraduate Program, University Negeri Yogyakarta, Indonesia, herukus61@uny.ac.id, 2018. Virtual Physics Laboratory Application Based on the Android Smartphone to Improve Learning Independence and Conceptual Understanding. *Int. J. Instr.* 11, 1–16. <https://doi.org/10.12973/iji.2018.1111a>
- Astra, I.M., Nasbey, H., Nugraha, A., 2015. Development Of An Android Application In The Form Of A Simulation Lab As Learning Media for Senior High School Students. *EURASIA J. Math. Sci. Technol. Educ.* 11. <https://doi.org/10.12973/eurasia.2015.1376a>
- Carter Jr, R.A., Rice, M., Yang, S., Jackson, H.A., 2020. Self-regulated learning in online learning environments: strategies for remote learning. *Inf. Learn. Sci.* 121, 321–329. <https://doi.org/10.1108/ILS-04-2020-0114>
- Chen, Y.-L., Hsu, C.-C., 2020. Self-regulated mobile game-based English learning in a virtual reality environment. *Comput. Educ.* 154, 103910. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2020.103910>
- Chung, C.-J., Hwang, G.-J., Lai, C.-L., 2019. A review of experimental mobile learning research in 2010–2016 based on the activity theory framework. *Comput. Educ.* 129, 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2018.10.010>
- Dhanalakshmi, R., Anuja Mary, A., Shrijith, D., Vijayaraghavan, N., 2021. A Study on Covid-19 – Impacting Indian Education. *Mater. Today Proc.* S2214785321019465. <https://doi.org/10.1016/j.matpr.2021.02.786>
- Fajriah, U.N., Churiyah, M., 2016. Utilizing Instructional Media for Teaching Infrastructure Administration. *J. Educ. Pract.* 12.
- Filianti, F., Madziatul, C., Eko, S.B., 2020. OLA Application To Improve Self-Regulated Learning Ability And Learning Outcome Of Vocational High School Students 10. <https://doi.org/10.18551/econeurasia.2020-07.08>
- Gandal, N., Kende, M., Rob, R., 2000. The Dynamics of Technological Adoption in Hardware/Software Systems: The Case of Compact Disc Players. *RAND J. Econ.* 31, 43. <https://doi.org/10.2307/2601028>
- Gelineau-Morel, R., Dilts, J., 2021. Virtual Education during COVID-19 and Beyond. *Pediatr. Neurol.*

- S088789942100028X. <https://doi.org/10.1016/j.pediatrneurol.2021.02.008>
- Göksu, İ., Atici, B., 2013. Need for Mobile Learning: Technologies and Opportunities. *Procedia - Soc. Behav. Sci.* 103, 685–694. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.10.388>
- Greene, K., Ray, A.E., Choi, H.J., Glenn, S.D., Lyons, R.E., Hecht, M.L., 2020. Short term effects of the REAL media e-learning media literacy substance prevention curriculum: An RCT of adolescents disseminated through a community organization. *Drug Alcohol Depend.* 214, 108170. <https://doi.org/10.1016/j.drugalcdep.2020.108170>
- Ha, L., Pepin, J., 2017. Experiences of nursing students and educators during the co-construction of clinical nursing leadership learning activities: A qualitative research and development study. *Nurse Educ. Today* 55, 90–95. <https://doi.org/10.1016/j.nedt.2017.05.006>
- Hendikawati, P., Zahid, M.Z., Department of Mathematics, Faculty of Mathematics & Natural Sciences, Universitas Negeri Semarang, zuhairzahid@mail.unnes.ac.id, Arifudin, R., Department of Computer Science, Faculty of Mathematics & Natural Sciences, Universitas Negeri Semarang, rizaarifudin@mail.unnes.ac.id, 2019. Android-Based Computer Assisted Instruction Development as a Learning Resource for Supporting Self-Regulated Learning. *Int. J. Instr.* 12, 389–404. <https://doi.org/10.29333/iji.2019.12324a>
- Jatmiko, B.B., Sugiyarto, K.H., Ikhsan, J., 2018. Developing ChemonDro Application on Redox Concepts to Improve Self-Regulated Learning of Students. *J. Phys. Conf. Ser.* 1097, 012055. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1097/1/012055>
- Karimi, S., 2016. Do learners' characteristics matter? An exploration of mobile-learning adoption in self-directed learning. *Comput. Hum. Behav.* 63, 769–776. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.06.014>
- Knauss, Z.T., Filipovic, M., Smith, K.A., Queener, M.M., Lubera, J.A., Bolden-Hall, N.M., Smith, J.P., Goldsmith, R.S., Bischoff, J.E., Miller, M.K., Cromwell, H.C., 2020. Effort-reward balance and work motivation in rats: Effects of context and order of experience. *Behav. Processes* 181, 104239. <https://doi.org/10.1016/j.beproc.2020.104239>
- Li, J., Sheng, J., Chen, Y., Ke, L., Yao, N., Miao, Z., Zeng, X., Hu, L., Wang, Q., 2020. A WEB-BASED LEARNING ENVIRONMENT OF REMOTE SENSING EXPERIMENTAL CLASS WITH PYTHON. *ISPRS - Int. Arch. Photogramm. Remote Sens. Spat. Inf. Sci.* XLIII-B5-2020, 57–61. <https://doi.org/10.5194/isprs-archives-XLIII-B5-2020-57-2020>
- Little, B., 2013. Issues in mobile learning technology. *Hum. Resour. Manag. Int. Dig.* 21, 26–29. <https://doi.org/10.1108/09670731311318361>
- Mastumasari, I., -, W., -, S., 2017. Improving Learning Outcomes in Office Automation Subjects Through Development of Video-Based Media Learning Operating Microsoft Publisher 2010. *J. Pendidik. Bisnis Dan Manaj.* 3, 55–64. <https://doi.org/10.17977/um003v3i12017p055>
- Mishra, L., Gupta, T., Shree, A., 2020. Online teaching-learning in higher education during lockdown period of COVID-19 pandemic. *Int. J. Educ. Res. Open* 1, 100012. <https://doi.org/10.1016/j.ijedro.2020.100012>
- Mohd Suki, Norbayah, Mohd Suki, Norazah, 2007. Mobile phone usage for m-learning: comparing heavy and light mobile phone users. *Campus-Wide Inf. Syst.* 24, 355–365. <https://doi.org/10.1108/10650740710835779>
- Muhson, A., 2010. PENGEMBANGAN MEDIA PEMBELAJARAN BERBASIS TEKNOLOGI INFORMASI. *J. Pendidik. Akunt. Indones.* 8. <https://doi.org/10.21831/jpai.v8i2.949>
- Naik, G., Chitre, C., Bhalla, M., Rajan, J., 2020. Impact of use of technology on student learning outcomes: Evidence from a large-scale experiment in India. *World Dev.* 127, 104736. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2019.104736>
- Ohmann, H.A., Kuper, N., Wacker, J., 2018. Left frontal anodal tDCS increases approach motivation depending on reward attributes. *Neuropsychologia* 119, 417–423. <https://doi.org/10.1016/j.neuropsychologia.2018.09.002>
- Parsazadeh, N., Ali, R., Rezaei, M., 2018. A framework for cooperative and interactive mobile learning to improve online information evaluation skills. *Comput. Educ.* 120, 75–89. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2018.01.010>
- Pereira, O.R.E., Rodrigues, J.J.P.C., 2013. Survey and analysis of current mobile learning applications and technologies. *ACM Comput. Surv.* 46, 1–35. <https://doi.org/10.1145/2543581.2543594>
- Qazi, A., Naseer, K., Qazi, J., AlSalman, H., Naseem, U., Yang, S., Hardaker, G., Gumaiei, A., 2020. Conventional to online education during COVID-19 pandemic: Do develop and underdeveloped nations cope alike. *Child. Youth Serv. Rev.* 119, 105582. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2020.105582>
- Ratten, V., Jones, P., 2021. Covid-19 and entrepreneurship education: Implications for advancing research and

- practice. *Int. J. Manag. Educ.* 19, 100432. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2020.100432>
- Sheng-Hung, C., 2012. Course delivery and module learning via learning objects (knowledge map) in mobile learning environment. *Asian Assoc. Open Univ. J.* 7, 43–54. <https://doi.org/10.1108/AAOUJ-07-01-2012-B004>
- Sukartono, 2018. Revolusi Industri 4.0 dan Dampaknya Terhadap Pendidikan di Indonesia.
- Sung, Y.-T., Lee, H.-Y., Yang, J.-M., Chang, K.-E., 2019. The quality of experimental designs in mobile learning research: A systemic review and self-improvement tool. *Educ. Res. Rev.* 28, 100279. <https://doi.org/10.1016/j.edurev.2019.05.001>
- Suryanda, A., Ernawati, E., Maulana, A., 2018. Pengembangan Modul Multimedia Mobile Learning Dengan Android Studio 4.1 Materi Keanekaragaman Hayati Bagi Siswa Sma Kelas X. *Biosf. J. Pendidik. Biol.* 9, 55–64. <https://doi.org/10.21009/biosferjpb.9-1.9>
- Tabuenca, B., Kalz, M., Drachsler, H., Specht, M., 2015. Time will tell: The role of mobile learning analytics in self-regulated learning. *Comput. Educ.* 89, 53–74. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2015.08.004>
- Teo, P., 2019. Teaching for the 21st century: A case for dialogic pedagogy. *Learn. Cult. Soc. Interact.* 21, 170–178. <https://doi.org/10.1016/j.lcsi.2019.03.009>
- Ulfa, A.M., Sugiyarto, K.H., Ikhsan, J., 2017. The effect of the use of android-based application in learning together to improve students' academic performance. Presented at the PROCEEDINGS OF THE INTERNATIONAL CONFERENCE ON EDUCATION, MATHEMATICS AND SCIENCE 2016 (ICEMS2016) IN CONJUNCTION WITH 4TH INTERNATIONAL POSTGRADUATE CONFERENCE ON SCIENCE AND MATHEMATICS 2016 (IPCSM2016), Perak, Malaysia, p. 050008. <https://doi.org/10.1063/1.4983910>
- Yang, X.-P., Liu, X.-X., Guo, Y.-H., Wang, S.-J., 2012. Optimization and Application of Multimedia Teaching Means of Specialized Courses in Engineering. *Energy Procedia* 17, 1878–1884. <https://doi.org/10.1016/j.egypro.2012.02.326>
- Zheng, L., Li, X., Chen, F., 2016. Effects of a mobile self-regulated learning approach on students' learning achievements and self-regulated learning skills. *Innov. Educ. Teach. Int.* 1–9. <https://doi.org/10.1080/14703297.2016.1259080>
- Zydney, J.M., Warner, Z., 2016. Mobile apps for science learning: Review of research. *Comput. Educ.* 94, 1–17. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2015.11.001>

MENINGKATKAN HASIL BELAJAR SISWA DENGAN PENERAPAN MODEL *PROBLEM BASED LEARNING* BERBASIS *SCHOOLGY*

Yulikah¹, Agus Hermawan²

¹Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang

²Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang, ✉ agus.hermawan.fe@um.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh penerapan model problem based learning dengan metode blended learning berbasis Schoology pada kompetensi dasar menerapkan tata cara pembuatan surat pribadi, (2) pengaruh penerapan model problem based learning dengan metode blended learning berbasis Schoology terhadap hasil belajar peserta didik pada kompetensi dasar menerapkan tata cara pembuatan surat pribadi kelas. Jenis penelitian ini merupakan penelitian tindakan kelas dengan subjek penelitian adalah seluruh peserta didik kelas X OTKP 3 di SMK Negeri 2 Kediri. Hasil penelitian ini adalah (1) penerapan model problem based learning dengan metode blended learning berbasis Schoology pada kompetensi dasar menerapkan tata cara pembuatan surat pribadi dapat meningkatkan hasil belajar peserta didik, (2) Penerapan model problem based learning dengan metode blended learning berbasis Schoology pada ranah kognitif (pengetahuan) mengalami peningkatan yang signifikan. Pada siklus I hasil penilaian kognitif diperoleh rata-rata sebesar 76,67% dengan ketuntasan klasikal sebesar 61,11%. Hasil belajar kognitif pada siklus II diperoleh rata-rata sebesar 91,25% dengan ketuntasan klasikal sebesar 91,66%. (3) Sedangkan penerapan model problem based learning dengan metode blended learning berbasis Schoology pada ranah psikomotorik (keterampilan) dari siklus I dan siklus II mengalami peningkatan Dimana hasil posttest siklus I memiliki rata-rata sebesar 76,67% dengan ketuntasan klasikal sebesar 61,11% dan pada siklus II memiliki peningkatan rata-rata sebesar 85% dengan ketuntasan klasikal sebesar 97,22%.

Kata Kunci: *Hasil Belajar, Problem Based Learning, Schoology*

Abstract

This study aims to determine: (1) the effect of applying the problem based learning model with the Schoology-based blended learning method on the basic competencies of implementing procedures for making private letters, (2) the effect of the application of the problem-based learning model with the Schoology-based blended learning method on the learning outcomes of participants students on basic competencies to implement procedures for making personal class letters. This type of research is a classroom action research with research subjects are all students of class X OTKP 3 at SMK Negeri 2 Kediri. The results of this study are (1) the application of the problem based learning model with the Schoology-based blended learning method on the basic competencies of applying procedures for making personal letters can improve student learning outcomes, (2) The application of the problem-based learning model with the Schoology-based blended learning method in the realm of cognitive (knowledge) experience a significant increase. In the first cycle cognitive results obtained an average of 76.67% with a classical completeness of 61.11%. Cognitive learning outcomes in cycle II obtained an average of 91.25% with classical completeness of 91.66%. (3) While the application of problem based learning models with Schoology-based blended learning methods in the psychomotor domain (skills) from cycle I and cycle II has increased Where the posttest results of cycle I have an average of 76.67% with classical completeness of 61.11 % and in the second cycle has an average increase of 85% with classical completeness of 97.22%.

Keywords: *Learning Outcomes, Problem Based Learning, Schoology*

PENDAHULUAN

Hasil belajar adalah hasil dari proses belajar peserta didik baik dalam aspek afektif, aspek kognitif, dan aspek psikomotorik. Selain perubahan tingkah laku hasil belajar biasanya kerap dikaitkan dengan hasil dari peserta didik belajar. Maksudnya yaitu setelah peserta didik belajar dengan guru dan guru memberikan soal tes kepada peserta didik maka hasil dari tes yang didapat tersebut dikatakan hasil belajar. Hasil belajar biasanya digambarkan atau disimbolkan dengan angka atau huruf. Berdasarkan hasil belajar tersebut guru akan melakukan evaluasi tindakan apa yang akan dilakukan selanjutnya untuk peserta didik, apakah tetap menggunakan strategi yang telah digunakan atau merubah strategi untuk mengajar dikelas.

Berkaitan dengan alat bantu atau media pembelajaran yang merupakan segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan dari pengirim kepada penerima sehingga dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian, dan minat serta perhatian peserta didik sedemikian rupa sehingga proses belajar terjadi (Sopiatin, 2010). Evaluasi merupakan sebuah proses pengumpulan data untuk menentukan sejauh mana, dalam hal apa, dan bagian mana tujuan pendidikan sudah tercapai. Sebuah inovasi perlu dilakukan dalam melakukan penilaian hasil belajar menggunakan alat bantu evaluasi atau penilaian sehingga dapat meningkatkan hasil belajar peserta didik di sekolah. E-learning atau electronic learning merupakan metode pembelajaran yang banyak digunakan pada pembelajaran masa kini. Perkembangan teknologi salah satunya dalam dunia pendidikan memungkinkan terjadinya pembelajaran yang efektif dan efisien.

Seiring perkembangan zaman, pembelajaran jarak jauh melalui e-learning dapat menunjang hasil belajar peserta didik. Implementasi kurikulum 2013 revisi seharusnya disertai dengan penilaian yang terus menerus dan berkesinambungan. Dalam Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 104 Tahun 2014 tentang Penilaian Hasil Belajar oleh Pendidik pada Pendidikan Dasar dan Pendidikan Menengah pasal 1 menjelaskan bahwa "Penilaian Hasil Belajar adalah proses pengumpulan informasi atau bukti tentang capaian pembelajaran peserta didik dalam kompetensi sikap spiritual dan sikap sosial, kompetensi pengetahuan, dan kompetensi keterampilan yang dilakukan secara terencana selama dan setelah proses pembelajaran".

Hasil belajar yang diperoleh setiap peserta didik berbeda-beda, oleh karena itu terdapat kriteria ketuntasan minimal (KKM) agar tercapainya standar rata-rata ketercapaian nilai dikelas. Demikian halnya yang telah disampaikan dalam wawancara pada tanggal 18 September 2019 dengan Ibu Ita Nur Santi, S.Pd., M.Pd selaku guru mata pelajaran Korespondensi kelas X otomatisasi dan tata kelola perkantoran. Berdasarkan hasil wawancara tersebut bahwa nilai ketuntasan minimal di SMK Negeri 2 Kediri adalah 70. Berdasarkan nilai ketuntasan minimal yang telah ditentukan tersebut masih banyak peserta didik yang belum mencapai ketuntasan belajar minimal yakni 70, peserta didik yang memperoleh nilai diatas 70 hanya 47% yaitu 17 peserta didik dan yang mendapatkan nilai dibawah 70 ada 53% yaitu 19 peserta didik. Rata-rata dari peserta didik baru mencapai ketuntasan 65.

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Ita Nur Santi, S.Pd., M.Pd tersebut dapat diketahui bahwa masih banyak peserta didik yang belum mencapai ketuntasan minimal. Belum tercapainya ketuntasan minimal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam diri peserta didik, seperti tingkat intelegensi, minat, dan motivasi. Faktir eksternal adalah segala faktor yang berasal dari luar diri peserta didik, seperti kemampuan guru, pergaulan, fasilitas belajar, dan prasarana yang ada. Faktor internal dapat dibangun oleh peserta didik sendiri dan juga dapat dibantu oleh guru untuk menciptakan atau menumbuhkan. Sedangkan faktor eksternal adalah faktor yang mempengaruhi faktor internal tadi, akan tetapi faktor eksternal juga sangat penting dalam pembelajaran. Seperti halnya kemampuan guru dalam mengajar, jika kemampuan guru baik maka harapan tercapainya hasil belajar yang maksimal akan mudah. Kemampuan guru dalam mengajar secara maksimal juga sertai dengan sarana dan prasana, pemilihan model dan metode yang tepat dalam mengajar dan media yang tepat untuk pembelajaran.

SMK Negeri 2 Kediri merupakan salah satu Sekolah Menengah Kejuruan di Kabupaten Kediri. Kurikulum di SMK Negeri 2 Kediri menggunakan Kurikulum 2013 Revisi. Menurut pengalaman peneliti sewaktu KPL (Kajian dan Praktik Lapangan) di SMK Negeri 2 Kediri pada 29 Juli 2019 sampai tanggal 9 September 2019 bahwa pembelajaran di SMK Negeri 2 Kediri sudah memanfaatkan media dalam pembelajarannya, yaitu dengan memanfaatkan proyektor yang ada diruang kelas sebagai media pembelajaran dan juga lab komputer sekolah. Jaringan Wi-Fi di SMK Negeri 2 Kediri juga sudah tersedia sangat banyak. Pembelajaran yang sudah berlangsung selama ini hanya menggunakan media proyektor untuk menampilkan microsoft powerpoint yang mana sudah sangat umum digunakan dilakukan di sekolah. Hampir semua mata pelajaran dalam kegiatan mengajar menggunakan media ini untuk mendukung proses belajar mengajar. Penggunaan media microsoft powerpoint juga

dilakukan oleh guru pengampu mata pelajaran Korespondensi. Alasan penggunaan microsoft powerpoint dalam pembelajaran akan lebih mudah, menarik dan menyenangkan. Hal tersebut karena didukung oleh adanya visual yang ditampilkan di depan kelas yang mana dapat berupa teks, gambar, audio dan video.

Metode ajar dengan menggunakan media microsoft powerpoint untuk kegiatan belajar mengajar dapat membantu peserta didik untuk aktif. Guru menjelaskan materi pembelajaran dengan tayangan microsoft powerpoint dan peserta didik menyimak penjelasan guru. Guru memberikan kesempatan peserta didik untuk bertanya jika masih ada yang belum dimengerti. Berdasarkan wawancara pada peserta didik yang dilakukan secara random pendapat mengenai media pembelajaran yang digunakan dalam pembelajaran Korespondensi diungkapkan oleh Putri Fras Tika Sari, peserta didik kelas X OTKP 3 program keahlian otomatisasi dan tata kelola perkantoran pada tanggal 15 Agustus 2019 di SMK Negeri 2 Kediri bahwa penggunaan media microsoft powerpoint mampu membantu dalam memahami materi yang disampaikan dibandingkan hanya melalui media ceramah tanpa didukung media apapun. Berdasarkan wawancara tersebut terdapat hal yang perlu diperbaiki yaitu banyaknya teks yang di tampilkan pada microsoft powerpoint sehingga perlu menambahkan gambar, audio, dan video untuk menarik minat dan motivasi peserta didik.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti dan hasil wawancara dengan guru mata pelajaran korespondensi peserta didik kelas X OTKP di SMK Negeri 2 Kediri bahwa dapat diketahui permasalahan yang ada 1) Hasil belajar peserta didik yang masih belum mencapai ketuntasan minimal, 2) pemilihan model yang sesuai untuk digunakan, 3) media pembelajaran yang tepat. Hal ini diperkuat dengan guru pengampu mata pelajaran korespondensi di SMK Negeri 2 Kediri Ibu Ita Nur Santi mengungkapkan bahwa dalam pembelajaran banyak berisi mengenai teori. Sehingga penggunaan model yang sesuai dengan didukung media yang tepat diharapkan mampu meningkatkan motivasi belajar peserta didik sehingga mampu meningkatkan hasil belajar. Permasalahan-permasalahan yang ada dan telah terjadi dilapangan, menjadi hal yang harus diperhatikan oleh pendidik. Pemanfaatan media yang tersedia di sekolah dan juga pemilihan model dan media yang tepat menjadi pertimbangan penting dalam mengajar di kelas. Salah satu model dan media yang digunakan adalah model Problem Based Learning (PBL) berbasis media Schoology.

Problem Based Learning (PBL) adalah suatu pendekatan pembelajaran yang dimulai dengan menyelesaikan suatu masalah, tetapi untuk menyelesaikan masalah itu peserta didik memerlukan pengetahuan baru untuk dapat menyelesaikannya (Suyadi, 2015). Pengetahuan baru ini biasanya berupa penjelasan materi yang diberikan oleh guru sebelum pembelajaran dimulai. Pembelajaran dengan PBL merupakan kolaborasi antara guru dengan peserta didik, maupun peserta didik dengan peserta didik untuk memecahkan masalah yang dibahas. Berdasarkan hal tersebut maka PBL merupakan pembelajaran yang berbasis masalah yang berorientasi pada pemecahan masalah secara terbuka. Pembelajaran berbasis masalah mengusung gagasan utama bahwa tujuan pembelajaran dapat tercapai jika kegiatan pendidikan dipusatkan pada tugas-tugas atau permasalahan yang otentik, relevan dan dipresentasikan dalam satu konteks.

Penerapan model problem based learning berbasis Schoology dapat menjadi alternatif pembelajaran masa kini dikarenakan dapat dikolaborasikan dengan pembelajaran offline maupun online. Hal ini dapat dilakukan dengan adanya dukungan dari jaringan internet. Pemanfaatan teknologi pada saat ini sangatlah mudah untuk diakses tidak hanya melalui komputer atau laptop saja, akan tetapi dapat melalui telepon pintar atau smartphone. Sehingga semakin mempermudah guru dan peserta didik dalam memperoleh informasi, bahan ajar dan sumber belajar dan juga merupakan kelebihan SMK Negeri 2 Kediri karena sudah adanya fasilitas lab komputer dan tersedianya Wi-Fi untuk akses internet. Tidak hanya itu di sekolah peserta didik juga diperbolehkan membawa smartphone.

Learning management system (LMS) adalah aplikasi software atau teknologi berbasis web yang digunakan untuk merencanakan, mengimplementasikan dan menilai proses pembelajaran (Sicat, 2015). Salah satu learning management system yang dapat digunakan adalah Schoology. Schoology merupakan salah satu platform inovatif yang dibangun berdasarkan inspirasi dari media sosial facebook dengan tujuan untuk kepentingan pendidikan. Platform ini dikembangkan pada tahun 2009 di New York (Besana S., 2012). Schoology membantu guru dalam membuka kesempatan komunikasi yang luas kepada peserta didik agar peserta didik dapat lebih mudah untuk mengambil peran/bagian dalam diskusi dan kerja sama dalam tim. Selain itu, Schoology juga didukung oleh berbagai bentuk media seperti video, audio dan gambar yang dapat menarik minat peserta didik. Schoology mengarahkan peserta didik mengaplikasikan penggunaan teknologi dalam pembelajaran.

Hal ini mengacu pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Irawan, et al., 2017 bahwa dengan model

problem based learning menggunakan aplikasi Schoology dapat meningkatkan hasil belajar peserta didik secara signifikan. Sebuah penelitian serupa juga pernah dilakukan oleh Phungsuk, et al., 2017 bahwa pengembangan model belajar berbasis masalah menggunakan lingkungan belajar virtual dapat meningkatkan hasil belajar dan meningkatkan kemampuan memecahkan masalah. Penelitian lain juga pernah dilakukan oleh Suana, dkk., 2017 menunjukkan bahwa hasil dari implementasi schoology di kelas mengungkapkan efektivitas produk dalam meningkatkan pemahaman konseptual peserta didik dan keterampilan pemecahan masalah.

Berdasarkan permasalahan diatas, peneliti mengembangkan sebuah penelitian yaitu penelitian tindakan kelas. Penelitian tindakan kelas adalah kajian sistematis dari upaya perbaikan pelaksanaan praktek pendidikan oleh sekelompok guru dengan tindakan-tindakan dalam pembelajaran, berdasarkan refleksi mereka mengenai hasil dari tindakan-tindakan tersebut.

METODE

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah model yang dikembangkan oleh Stephen Kemmis dan Robin McTaggart. Empat komponen penelitian yang digunakan dalam setiap langkah yaitu perencanaan (planning), tindakan (action), pengamatan (observing), refleksi (reflecting). Penelitian tindakan kelas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan dua siklus. Dimana dalam setiap siklus terdapat empat tahapan yaitu perencanaan, pelaksanaan, pengamatan, dan refleksi. Sebelum melakukan penelitian, peneliti terlebih dahulu melakukan studi pendahuluan/observasi awal untuk mengidentifikasi permasalahan yang terjadi selama proses belajar mengajar di kelas pada mata pelajaran korespondensi. Hasil observasi menunjukkan metode apa yang digunakan oleh guru dalam mengajar, bagaimana aktivitas belajar peserta didik selama pembelajaran dan bagaimana hasil belajar peserta didik pada mata pelajaran korespondensi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan model problem based learning berbasis Schoology pada mata pelajaran Korespondensi kompetensi dasar tata cara pembuatan surat pribadi dilakukan dengan dua siklus. Siklus 1 dan siklus 2 masing-masing dilakukan dengan tatap muka langsung dan pembelajaran online melalui Schoology. Pada siklus I dan siklus II pertemuan pertama pembelajaran dilakukan dengan pertemuan langsung di kelas, sedangkan siklus I pertemuan kedua dan siklus II pertemuan kedua dilakukan secara online melalui Schoology.

Siklus I pertemuan pertama dilaksanakan dengan kegiatan pendahuluan yaitu guru mengkondisikan kelas sampai kelas kondusif yaitu dengan melakukan presensi dan media yang akan digunakan selanjutnya guru menjelaskan alur pembelajaran yang akan dilakukan dan menyampaikan pokok bahasan yang akan dipelajari yaitu tata cara menulis surat pribadi. Guru membimbing siswa untuk mendaftar di Schoology dan mengunduh materi ajar surat pribadi berupa handout materi, power point, dan video yang sudah diunggah oleh guru. Pengunduhan bahan ajar dapat diunduh melalui handphone pribadi siswa, sebenarnya jika menggunakan laptop materi dapat diakses secara langsung tanpa perlu di unduh. Pembelajaran yang dilakukan selain tatap muka secara langsung pembelajaran juga diselingi dengan pembelajaran secara online untuk mencari bahan belajar dan memanfaatkan fitur diskusi online pada aplikasi untuk meningkatkan keaktifan siswa. Terdapat fitur members pada aplikasi Schoology yaitu untuk mengetahui semua siswa sudah bergabung dalam kelas online. Guru dapat mengeluarkan anggota apabila dirasa tidak sesuai dengan daftar nama dalam kelas X OTKP 3. Pada proses ini sebagian siswa sangat antusias aktif dalam diskusi dan guru dapat memberikan penilaian secara langsung dan hanya dapat dilihat oleh siswa yang bersangkutan. Pembelajaran pada pertemuan ke dua yang dilaksanakan sepenuhnya secara online menggunakan aplikasi Schoology adalah dengan memberikan post test berupa soal pilihan ganda dan soal membuat surat pribadi. Sebenarnya banyak pilihan yang disediakan aplikasi untuk membuat post test, tidak hanya berupa pilihan ganda saja akan tetapi juga terdapat bentuk pembuatan soal diantaranya benar salah dan juga bentuk soal matching dan semua disertai dengan sistem penilaian secara otomatis sesuai nilai maksimum yang ingin diterapkan. Fitur lain juga mendukung pembuatan surat pribadi yaitu dengan dapat menuliskan surat pada kolom assignment siswa dapat mengatur format karena kurang lebih tools yang disediakan hampir mirip pada microsoft word. Guru dapat dengan mudah memberikan penilaian karena sistem koreksi yang disediakan aplikasi selain pemberian nilai juga dapat memberikan komentar serta menandai kalimat pada surat pribadi siswa yang kurang tepat.

Pelaksanaan siklus I pertemuan pertama terdapat beberapa hambatan yaitu masih ada beberapa peserta didik yang bertanya mengenai tata cara penggunaan aplikasi Schoology. Hambatan tersebut dikarenakan suasana

kelas kurang kondusif karena masalah koneksi wifi yang buruk sehingga beberapa siswa kurang memperhatikan penjelasan langkah-langkah penggunaan Schoology yang disampaikan guru. Hambatan pada pertemuan kedua yaitu ketika pembelajaran dilakukan online dirumah masing-masing, terdapat siswa yang lupa e-mail dan kata sandi untuk masuk ke aplikasi Schoology sehingga beberapa siswa tidak mengikuti kegiatan post test. Hambatan lainnya adalah masalah koneksi yang buruk dan habisnya kuota internet. Berdasarkan hambatan tersebut, maka peneliti dan observer sepakat untuk melanjutkan pada siklus II.

Pelaksanaan siklus II dimaksudkan untuk memperbaiki kekurangan dan mengatasi hambatan yang terjadi pada siklus sebelumnya. Pertemuan pertama tahap pendahuluan dilakukan dengan membagi siswa menjadi kelompok kecil yang terdiri dari 4-5 siswa dengan materi surat lamaran pekerjaan. Langkah pertama untuk memberikan stimulus guru mengarahkan siswa untuk melihat video tentang surat lamaran pekerjaan yang sudah tersedia di Schoology. Setekah itu guru memberikan soal studi kasus untuk didiskusikan dengan kelompok masing-masing. Pada saat penyampian hasil diskusi siswa yang aktif akan terlihat aktif dan siswa yang kurang aktif akan terlihat biasa. Pertemuan ke dua pada siklus II dilakukan secara online menggunakan Schoology dengan pemberian materi selanjutnya mengenai surat pribadi yang bisa di unduh langsung dan soal post test berupa pilihan ganda serta tugas membuat surat pribadi dengan cara melampirkan file atau dapat mengetik langsung pada fitur yang telah disediakan pada aplikasi.

Pelaksanaan siklus II ini dengan memperhatikan kekurangan pada siklus I supaya tidak terjadi kesalahan yang sama pada siklus II. Pembelajaran online pada siklus 2 berjalan dengan baik dan lebih lancar. Hal ini karena evaluasi dari siklus 1 dan siswa juga sudah paham dengan penggunaan Schoology. Pada pertemuan online kali ini siswa dapat online secara bersama-sama meskipun dari tempat yang berbeda-beda. Alokasi waktu menjadi hal yang sangat penting dikarenakan pembelajaran yang dilakukan secara online membuat waktu menjadi susah untuk dikendalikan. Peneliti memberikan batas waktu pengerjaan 24 jam sehingga siswa menjadi lebih fleksibel dalam mengerjakan tugas yang diberikan. Hasil observasi oleh observer mengenai kegiatan guru mengalami peningkatan yang signifikan, rata-rata persentase siklus 1 berada pada kriteria "sangat baik" dan pada siklus II rata-rata persentase berada pada kriteria "sangat baik" juga. Hasil observasi tersebut menunjukkan bahwa kekurangan pada siklus I dapat diperbaiki pada siklus II.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada BAB V, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Penerapan model problem based learning berbasis Schoology pada kompetensi dasar tata cara pembuatan surat pribadi kelas X OTKP 3 di SMK Negeri 2 Kediri berjalan dengan baik dan lancar. Hal ini nampak saat pembelajaran siklus 1 maupun siklus 2 siswa dapat mengikuti pembelajaran dengan baik dan lancar. Meskipun terjadi kendala saat pembelajaran, yaitu wifi sekolah yang terkena gangguan, namun hal ini dapat diatasi dengan penggunaan data seluler pribadi siswa dan hotspot dari guru maupun sesama siswa. Pembelajaran yang dilakukan lebih efektif dan efisien karena siswa memperoleh lebih banyak bahan selain yang disajikan oleh guru di kelas, di samping itu siswa juga aktif mengerjakan tugas yang diberikan oleh guru melalui Schoology. Siswa juga diberi kesempatan untuk membahas keduanya di dalam kelas dan melalui Schoology, dan juga diskusi dengan siswa lainnya.
2. Penerapan model problem based learning berbasis Schoology pada kompetensi dasar tata cara pembuatan surat pribadi kelas X OTKP 3 di SMK Negeri 2 Kediri dapat meningkatkan hasil belajar siswa. Hal ini sesuai dengan hasil nilai posttest pada siklus 1 dan siklus 2 yang menunjukkan peningkatan.

DAFTAR RUJUKAN

- Alfi, C., Sumarmi, S., & Amirudin, A. 2016. Pengaruh Pembelajaran Geografi Berbasis Masalah Dengan Blended Learning Terhadap Kemampuan Berpikir Kritis Siswa Sma. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, dan Pengembangan*, 1(4), 597-602.
- Arikunto, S. 2007. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Schoology Based E-learning. *Journal of Information Technology Education: Research*, 17, 577-593.
- Republik, P. M. P. D. K. Indonesia Nomor 104 Tahun 2014 tentang Penilaian Hasil Belajar Oleh Pendidik Pada Pendidikan Dasar Dan Pendidikan Menengah. Diambil dari: [pgsd. uad. ac. id/wp-content/uploads/lampiran-permendikbud-no-103-tahun-2014. pdf](https://www.pgsd.uad.ac.id/wp-content/uploads/lampiran-permendikbud-no-103-tahun-2014.pdf).
- Rusman, M. P., 2013. *Belajar dan Pembelajaran Berbasis Komputer*. Bandung: Alfabeta.

- Rahmawati, F., & Arief, M. 2019. Pengembangan Media E-Learning Teknologi Perkantoran Berbasis Schoology Untuk Meningkatkan Literasi Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) Peserta Didik. *PENDIDIKAN, BISNIS, DAN MANAJEMEN MENYONGSONG ERA SOCIETY 5.0*, 45.
- Sanjaya, W. 2010. Strategi Pembelajaran Berorientasi Standar Proses Pendidikan, cet. VII, Jakarta: Prenada Media Group. Shalihah,
- Sicat, A. S. 2015. Enhancing college students' proficiency in business writing via schoology. *International Journal of Education and Research*, 3(1), 159-178.
- Slameto. 2003. Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya. Jakarta: Rineka Cipta
- Sopiatin, P. 2010. Manajemen belajar berbasis kepuasan siswa. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suana, W., Maharta, N., Nyeneng, I. D., & Wahyuni, S. (2017). Design and implementation of schoology-based blended learning media for basic physics I course. *Jurnal Pendidikan IPA Indonesia*, 6(1).
- Sudjana, N. 2013. Dasar-dasar Proses Belajar Mengajar, Bandung: Sinar Baru Algesindo
- Suyadi. 2015. Strategi pembelajaran pendidikan karakter. PT Remaja Rosdakarya
- Suprijono, A. 2012. Metode dan model-model Mengajar. Bandung: Alfabeta.
- Warsito, M. B., Haryono, H., & Wibawanto, H. 2019. E-Learning Development Based on Schoology for Subject of Information and Communication Technology Grade VII using Flipped-Learning Approach. *Innovative Journal of Curriculum and Educational Technology*, 8(1), 1-10.

ANALISIS KEBIJAKAN PERUSAHAAN BERBASIS RISIKO TERHADAP DINAMIKA KINERJA PERUSAHAAN ASURANSI DI INDONESIA

Yuli Soesetio¹, Nova Wulandari²

¹Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang, ✉ yuli.soesetio.fe@um.ac.id

²Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang

Abstrak

Studi ini bertujuan untuk menguji efek kebijakan keuangan yang diukur berdasarkan risiko keuangan yang diterapkan di industri asuransi terhadap capaian profitabilitas perusahaan. Data yang digunakan di penelitian ini adalah data sekunder, yaitu laporan keuangan seluruh perusahaan asuransi jiwa yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) periode 2016-2018 dengan total sampel 48 perusahaan. Kebijakan keuangan diwakili oleh *loss ratio*, *liability to liquid assets ratio*, *own retention ratio*, dan *technical reserve ratio* serta dikombinasikan dengan karakteristik perusahaan dengan menggunakan proxy ukuran perusahaan. Studi ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan pendekatan *Ordinary Least Square (OLS)*, *Fixed Effect Model (FEM)*, *Random Effect Model (REM)* sekaligus sebagai upaya *robustness test*. Hasil penelitian ini menunjukkan secara ajek efek *loss ratio* dan ukuran perusahaan memberikan efek negatif signifikan terhadap kinerja perusahaan asuransi sedangkan kebijakan lainnya memberikan efek positif signifikan. Hanya kemampuan perusahaan mengelola hutang tidak memiliki efek secara *robust* terhadap profitabilitas. Hal ini menjadi wajar mengingat perusahaan asuransi sangat kecil porsi hutang dalam operasi utama bisnis karena seluruh biaya operasi dan lainnya telah dicover oleh hasil premi nasabah yang senantiasa tumbuh, hasil portofolio investasi yang terukur atas dana kelolaan maupun rendahnya klaim asuransi hingga pemanfaatan reasuransi.

Kata Kunci: *Profitabilitas, Risiko Keuangan*

PENDAHULUAN

Sektor asuransi memiliki peranan yang penting dalam ekonomi berbasis layanan dan sekarang telah diintegrasikan ke dalam industri keuangan yang lebih luas. Sektor asuransi memainkan peran perantara yang signifikan dalam hal mentransfer risiko, meningkatkan investasi swasta, penciptaan peluang kerja dan memastikan berbagai proyek terkait pembangunan (Berhe & Kaur, 2017). Berdasarkan data Aset Industri Keuangan Non-Bank periode Desember 2018 pada lampiran satu menunjukkan, perolehan total aset mencapai Rp 2.353,74 triliun (Data Aset IKNB, OJK). Pertumbuhan total aset Industri Keuangan Non-Bank (IKNB) yang didominasi oleh industri asuransi menunjukkan bahwa perusahaan asuransi di Indonesia mengalami perkembangan yang baik. Dalam beberapa tahun terakhir, industri jasa penyedia asuransi di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup pesat (Pramestika, 2019).

Perkembangan industri peransuransian di Indonesia membuat pengawasan terhadap perusahaan-perusahaan asuransi perlu dilakukan, terutama pengawasan terhadap kinerja keuangan industri asuransi itu sendiri, seperti pengukuran tingkat kesehatan keuangan perusahaan asuransi (Handayani, 2015). Salah satu indikasi perusahaan asuransi yang terpercaya adalah perusahaan yang memiliki kesehatan keuangan yang baik (Safitri & Suprayogi, 2017). Pengukuran tingkat kesehatan keuangan perusahaan meliputi tingkat solvabilitas, cadangan teknis, kecukupan investasi, ekuitas, dana jaminan, dan ketentuan lain yang berhubungan dengan kesehatan keuangan (Kamelia & Afriani, 2017).

Ketentuan mengenai kebijakan keuangan pada perusahaan asuransi telah ditetapkan pada Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No.53/PMK.010/2012 dan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No.71/POJK.05/2016 tentang Kesehatan Keuangan Perusahaan Asuransi dan Perusahaan Reasuransi. Perusahaan Asuransi wajib setiap waktu melakukan pemenuhan persyaratan tingkat kesehatan keuangan yang telah ditetapkan. Selain itu, perusahaan asuransi juga wajib menyusun laporan keuangan tahunan berdasarkan standar akuntansi keuangan yang berlaku di Indonesia yang kemudian akan ditelaah dan dinilai kesesuaiannya dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang kesehatan keuangan perusahaan perasuransian. Di Indonesia ketentuan dalam menyusun atau membuat laporan keuangan perusahaan asuransi telah diatur pada Pernyataan

Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 28 tahun 1994 tentang Akuntansi Asuransi Kerugian. Menurut PSAK No.28 tahun 1994 terdapat beberapa rasio keuangan yang digunakan dalam menganalisa keuangan perusahaan asuransi, penelitian (Sumartono & Harianto, 2018) menyatakan bahwa *loss ratio* dan *own retention ratio* berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Penelitian (Fatkurrohmah et al., 2015) menyatakan bahwa *liability to liquid assets ratio* dan *technical reserve ratio* berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Dalam membuat keputusan maupun kebijakan keuangan, perlu dilakukan analisis mengenai kinerja perusahaan.

Kebijakan perusahaan dalam mengatur keuangan menjadi salah satu faktor bagi perusahaan asuransi agar dapat bertahan ditengah ketatnya persaingan yang terjadi. Kinerja perusahaan merupakan hasil atas kegiatan manajemen didalam sebuah perusahaan. Kinerja perusahaan digunakan untuk mengidentifikasi apakah kinerja organisasi sudah cukup baik dan memiliki implikasi untuk bisnis yang dilakukan (Evita & Silvy, 2019). Penilaian kinerja perusahaan dapat dilihat dari berbagai sisi, salah satunya pada kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atau profitabilitasnya. Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Eling & Jia, 2019) menyatakan bahwa profitabilitas perusahaan berkorelasi positif signifikan terhadap komponen global perusahaan asuransi.

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk mengukur secara keseluruhan efektivitas manajemen dalam perusahaan, dengan menunjukkan besar kecilnya tingkat profit (laba) atau keuntungan yang akan dihasilkan perusahaan dalam penjualan maupun investasi (Hasibuan et al., 2020). Semakin baik rasio profitabilitas sebuah perusahaan maka akan menggambarkan semakin baik pula kinerja perusahaan tersebut. Secara umum perhitungan rasio profitabilitas terdapat beberapa jenis, salah satunya adalah *operating profit margin ratio*. Rasio ini digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba usaha atas penjualan bersih perusahaan selama periode waktu tertentu (Nazira & Ariani, 2016). Rasio *operating profit margin* mampu menggambarkan *pure profit* yang diterima atas setiap rupiah dari penjualan yang dilakukan (Syamsuddin, 2001). Jumlah dalam *operating profit margin* ini dikatakan *pure* karena benar-benar diperoleh atas hasil operasi perusahaan dengan mengabaikan kewajiban-kewajiban finansial berupa bunga serta kewajiban kepada pemerintah berupa pajak, jadi *operating profit margin* mengukur persentase dari setiap penjualan yang tersisa setelah semua biaya dan beban selain bunga dan pajak. Dalam perhitungan rasio profitabilitas, tinggi rendahnya persentase rasio ini pada sebuah perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti kondisi keuangan perusahaan yaitu *solvency ratio*, *liquidity ratio*, *premium stability ratio* dan kondisi ukuran perusahaan yang diukur berdasarkan total aset yang dimiliki oleh perusahaan.

Menurut PSAK No.28 tahun 1994 terdapat beberapa rasio keuangan yang digunakan dalam menganalisa keuangan perusahaan asuransi yang pertama *solvency and profitability ratio*, yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajibannya, baik kewajiban jangka pendek maupun jangka panjang dan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan (laba). Pada penelitian ini, rasio *solvency and profitability* diwakili dengan *loss ratio*. Rasio ini digunakan untuk menunjukkan pengalaman klaim yang terjadi pada perusahaan serta mengukur kualitas dari asuransi yang ditutup, tingginya rasio ini memberikan informasi tentang buruknya proses *underwriting* dan penerimaan penutupan risiko. Jadi, semakin besar nilai *loss ratio* maka akan menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan akan kurang maksimal karena analisa terhadap kerugian setiap jenis asuransi yang diperlukan tidak maksimal. Pernyataan tersebut sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sumartono & Harianto (2018) yang menyatakan bahwa *loss ratio* berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Rasio keuangan kedua yang digunakan dalam menganalisis kinerja keuangan perusahaan asuransi adalah *liquidity ratio*, yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Pada penelitian ini *liquidity ratio* diwakili dengan *liability to liquid assets ratio*. Rasio ini digunakan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya. Tingginya rasio ini memberikan indikasi adanya masalah likuiditas dan besar kemungkinan perusahaan dalam kondisi tidak solven. Jadi, semakin besar nilai *liability to liquid assets ratio* menunjukkan jika perusahaan tidak mampu memenuhi kewajiban jangka pendeknya (tidak solven), hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan berpotensi mengalami gagal bayar dan kemungkinan melakukan penggunaan laba untuk menutupi biaya gagal bayar tersebut sehingga tingginya *liability to liquid assets ratio* berdampak pada pengurangan dana laba yang mampu menurunkan kinerja perusahaan. Pernyataan tersebut sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fatkurrohmah et al., 2015) dan Sumartono & Harianto (2018) menyatakan bahwa *liability to liquid assets ratio* berpengaruh terhadap

kinerja keuangan perusahaan.

Rasio keuangan ketiga yang digunakan adalah premium stability ratio, yang digunakan untuk mengukur kestabilan operasi dan pengelolaan premi secara efektif. Pada penelitian ini premium stability ratio diwakili dengan *own retention ratio*. Rasio ini digunakan untuk menunjukkan perbandingan antara banyaknya premi neto dengan premi bruto pada tahun tertentu. Selain itu rasio ini juga mampu digunakan sebagai alat ukur tingkat retensi perusahaan, untuk membandingkan kemampuan perusahaan yang sebenarnya dengan dana yang tersedia. Jadi semakin tinggi nilai *own retention ratio* akan menandakan bahwa perusahaan memiliki jumlah dana tersedia besar, sehingga meningkatkan kinerja perusahaan. Pernyataan tersebut sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sumartono & Harianto (2018) dan Fatkurrohmahet al., (2015) yang menyatakan bahwa *own retention ratio* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, Dan rasio terakhir yang digunakan adalah technical ratio, yang digunakan untuk mengukur tingkat kecukupan dana yang diperlukan dari penutupan risiko. Pada penelitian ini technical ratio diwakili dengan *technical reserve ratio*. Rasio ini digunakan untuk membandingkan kewajiban teknis dengan premi neto. Semakin tinggi *technical reserve ratio* akan menunjukkan bahwa portofolio usaha tidak merata, sebaliknya semakin rendah *technical reserve ratio* menunjukkan bahwa perusahaan dalam menetapkan kewajiban teknis terlalu rendah, sehingga cadangan teknis yang dibentuk oleh perusahaan tidak mencukupi untuk membayar kewajiban atau dapat dikatakan perusahaan mengalami gagal bayar, sehingga keuntungan yang dihasilkan perusahaan besar kemungkinan akan digunakan untuk biaya gagal bayar tersebut yang berdampak pada penurunan kinerja perusahaan. Pernyataan tersebut sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Nurfadila et al., 2015) dan (Fatkurrohmahet al., 2015) bahwa *technical reserve ratio* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

METODE

1. Data dan Sampel

Penelitian ini menggunakan data sekunder, Data tersebut diperoleh melalui laporan ringkasan kinerja perusahaan tercatat (financial data and ratio) dan annual report perusahaan asuransi yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018, melalui situs www.ojk.go.id.

Metode pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan asuransi jiwa yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada periode tahun 2016 hingga 2018. Kriteria untuk mengambil jumlah sampel adalah perusahaan asuransi jiwa yang menyertakan seluruh data yang dibutuhkan secara lengkap kepada Otoritas Jasa Keuangan (OJK) periode 2016-2018, yaitu sebanyak 48 perusahaan. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi data panel menggunakan model *Ordinary Least Square (OLS)*, *Fixed Effect Model (FEM)* dan *Random Effect Model (REM)*. Data panel merupakan gabungan antara data time series dengan data cross section. Pengujian dilakukan dengan bantuan software Stata 16 dan Microsoft Excel 2019.

Tabel 1. Kriteria Penentuan Sampel

No.	Kriteria	Jumlah
1.	Perusahaan asuransi jiwa yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) periode 2016-2018	56
2.	Perusahaan asuransi jiwa yang menyertakan seluruh data yang dibutuhkan secara lengkap kepada Otoritas Jasa Keuangan (OJK) periode 2016-2018	48

Sumber: Data Olahan Peneliti, (2021)

2. Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas), Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Loss ratio*, *Liability to liquid assets ratio*, *Own retention ratio*, *Technical reserve ratio* dan Ukuran Perusahaan Sedangkan Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kinerja Perusahaan yang diprosikan dengan rasio profitabilitas dan diukur menggunakan rasio *Operating profit margin (OPM)*.

a. *Operating Profit Margin (OPM)*

Rasio ini yang digunakan dalam mengukur kemampuan perusahaan atas penjualan bersih dalam menghasilkan keuntungan (Syamsuddin, 2001). Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$\text{Operating Profit Margin} = \frac{\text{Laba Operasional}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

b. Loss Ratio (Lossratio)

Rasio ini digunakan untuk menunjukkan pengalaman klaim yang terjadi serta kualitas dari asuransi yang ditutup Sumartono & Harianto (2018). Cara memperoleh informasi *loss ratio* yaitu dengan membagi klaim yang terjadi dan pendapatan premi. Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$\text{Loss Ratio} = \frac{\text{Klaim yang Terjadi}}{\text{Pendapatan Premi}}$$

c. Liability to Liquid Assets Ratio (Liquidratio)

Rasio ini digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya Sumartono & Harianto (2018). Cara memperoleh informasi rasio likuiditas yaitu dengan membagi total kewajiban dan aset lancar. Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$\text{Liability to Liquid Assets Ratio} = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Aset Lancar}}$$

d. Own Retention Ratio (Ownretention)

Rasio ini digunakan untuk mengukur tingkat retensi perusahaan yang nantinya dapat digunakan sebagai dasar untuk membandingkan kemampuan perusahaan dengan dana yang tersedia (Hasibuan et al., 2020). Cara memperoleh informasi *own retention ratio* yaitu dengan membagi premi neto dan premi bruto. Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$\text{Own Retention Ratio} = \frac{\text{Premi Netto}}{\text{Premi Bruto}}$$

e. Technical Reserve Ratio (Technicalreserve)

Rasio ini digunakan untuk mengukur tingkat kecukupan dana yang diperlukan dari penutupan risiko (Nurfadila et al., 2015). Cara memperoleh informasi *technical reserve ratio* yaitu dengan membagi kewajiban teknis dan premi neto. Rumusnya adalah sebagai berikut:

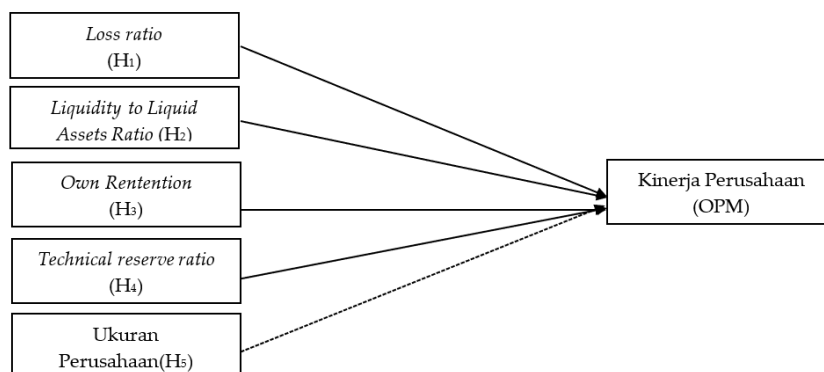
$$\text{Technical Reserve Ratio} = \frac{\text{Kewajiban Teknis}}{\text{Premi Netto}}$$

f. Ukuran Perusahaan (Size)

Ukuran perusahaan atau *firm size* merupakan besar atau kecilnya perusahaan dilihat melalui total aset, penjualan, atau kapitalisasi pasar (Kusumo, 2018; Putra, 2015). Dalam penelitian ini diukur menggunakan logaritma natural (Ln) total aset (Azzahra, 2019).

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln (Total Aset)}$$

3. Kerangka Penelitian



Gambar 1. Kerangka Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil

Tabel 2. Statistik Deskriptif

Variable	Obs	Mean	Std. Dev.	Min	Max
OPM	143	-.1685752	4.962036	-46.82713	16.30013
Lossratio	143	1.376093	5.993873	-2.524653	64.29619
Liquidratio	143	1.755931	2.791662	.0037452	22.64426
Ownretention	143	.8787041	.1501036	.2864319	1.481627
Technicalretention	143	2.284981	3.971821	.0185941	44.59235
Size	143	14.87205	1.815727	11.14083	20.04645

Sumber: Output Stata 16

Berdasarkan tabel 2 di atas dapat disimpulkan bahwa *operating profit margin* (OPM) perusahaan asuransi jiwa yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) periode 2016 hingga 2018 memiliki nilai terkecil (minimum) sebesar -46.827 yang artinya kerugian terbesar yang diperoleh perusahaan asuransi jiwa adalah sebesar -4682.7% dari setiap pendapatan perusahaan. Nilai terbesar (maximum) sebesar 16.3 yang artinya nilai laba usaha terbesar yang diperoleh perusahaan asuransi jiwa adalah sebesar 1630% dari setiap pendapatan perusahaan. Rata-rata *operating profit margin* yang dimiliki oleh 48 perusahaan asuransi jiwa adalah sebesar -0.168. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata setiap Rp 1 atas penjualan bersih perusahaan mampu menghasilkan laba sebesar Rp -0.168. Nilai standar deviasi dari *operating profit margin* sebesar 4.962 (di atas rata-rata), artinya *operating profit margin* memiliki tingkat variasi data yang tinggi.

Variabel *loss ratio* perusahaan asuransi jiwa yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) periode 2016 hingga 2018 memiliki nilai terkecil (minimum) sebesar -2.524 yang artinya setiap pendapatan premi membiayai sebesar 252.4% jumlah klaim yang dibayarkan perusahaan. Nilai terbesar (maximum) sebesar 64.296 yang artinya setiap pendapatan premi membiayai sebesar 6429.6% jumlah klaim yang dibayarkan perusahaan. Rata-rata *loss ratio* yang dimiliki oleh 48 perusahaan asuransi jiwa adalah sebesar 1.376 dan nilai standar deviasinya adalah sebesar 5.993. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata setiap Rp 1 atas pendapatan premi perusahaan asuransi jiwa membayar jumlah klaim sebesar Rp 1.376.

Variabel *liability to liquid assets ratio* perusahaan asuransi jiwa yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) periode 2016 hingga 2018 memiliki nilai terkecil (minimum) 0.003 yang artinya setiap nilai aktiva yang diperkenankan akan memenuhi 0.3% kewajiban perusahaan. Nilai terbesar (maximum) sebesar 22.644 yang artinya setiap nilai aktiva yang diperkenankan akan memenuhi 2264.4% kewajiban perusahaan. Rata-rata *liability to liquid assets ratio* yang dimiliki oleh 48 perusahaan asuransi jiwa adalah sebesar 1.755 dan nilai standar deviasinya adalah sebesar 2.791. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata setiap Rp 1 aktiva yang diperkenankan akan memenuhi Rp 1.755 kewajiban perusahaan.

Own retention ratio perusahaan asuransi jiwa yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) periode 2016 hingga 2018 memiliki nilai terkecil (minimum) 0.286 yang artinya setiap premi bruto menghasilkan 28.6% premi neto. Nilai terbesar (maximum) sebesar 1.481 yang artinya setiap premi bruto menghasilkan 148.1% premi neto. Rata-rata *own retention ratio* yang dimiliki oleh 48 perusahaan asuransi jiwa adalah sebesar 0.878 dan nilai standar deviasinya adalah sebesar 0.15. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata setiap Rp 1 premi bruto mampu menghasilkan Rp 0.878 premi neto.

Technical reserve ratio perusahaan asuransi jiwa yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) periode 2016 hingga 2018 memiliki nilai terkecil (minimum) 0.018 yang artinya setiap nilai premi neto akan menanggung 1.8% jumlah kewajiban teknis perusahaan. Nilai terbesar (maximum) sebesar 44.592 yang artinya setiap premi neto akan menanggung 4459% jumlah kewajiban teknis perusahaan. Rata-rata *technical reserve ratio* yang dimiliki oleh 48 perusahaan asuransi jiwa adalah sebesar 2.284 dan nilai standar deviasinya adalah sebesar 3.971. Hal ini menunjukkan bahwa setiap Rp 1 premi neto akan menanggung Rp 2.284 jumlah kewajiban teknis perusahaan.

Variabel ukuran perusahaan menunjukkan jumlah data observasi adalah sebanyak 48 perusahaan asuransi jiwa periode 2016 hingga 2018. Selama kurun waktu 3 tahun periode penelitian, terlihat bahwa nilai rata-rata (mean)

dari variabel ukuran perusahaan sebesar 14.872. Standar deviasi untuk variabel ukuran perusahaan adalah sebesar 1.815 (diatas rata-rata). artinya ukuran perusahaan memiliki tingkat variasi data yang baik. Nilai minimum dari ukuran perusahaan sebesar 11.14%, sedangkan nilai maksimumnya adalah sebesar 20.04%.

Tabel 3. Uji Normalitas

Variable	Obs	W	V	z	Prob>z
Lossratio	143	0.17216	101.446	9.345	0.00001
Liquidratio	143	0.42643	70.288	8.603	0.00001
Ownretention	143	0.83809	19.841	6.044	0.00001
Technicalreserve	143	0.34453	80.323	8.873	0.00001
Size	143	0.98587	1.731	1.110	0.13346

Sumber: Output Stata 16

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji Shapiro Wilk, dengan kriteria pengujian apabila nilai probabilitas \geq level of significance (alpha=5%) maka data dinyatakan normal. Pengujian normalitas dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak. pengujian normalitas pada data residual *lossratio*, *liquidratio*, *ownretention*, *technicalreserve*, dan *size* (ukuran perusahaan) menghasilkan statistic Shapiro Wilk dengan nilai probabilitas 0.00001 atau kurang dari *alpha* (5%), sehingga nilai residual data tidak berdistribusi normal. Sedangkan untuk *size* menghasilkan statistic Shapiro Wilk dengan nilai probabilitas 0.13346 atau lebih dari *alpha* (5%), sehingga nilai residual data dinyatakan normal.

Tabel 4. Uji Heterokedastisitas

Breusch-Pagan/Cook-Weisberg test for heteroskedasticity	
Ho : Constant variance	
Variables : fitted values of EM	
Chi2	Probabilitas
307.00	0.0000

Sumber: Output Stata 16

Uji heterokedastisitas pada penelitian ini menggunakan uji Breusch Pagan. Pengujian heterokedastisitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual memiliki ragam yang homogeny (konstan) atau tidak. Pengujian asumsi heterokedastisitas diharapkan memiliki nilai residual dengan ragam yang homogen. Pengujian asumsi heterokedastisitas menunjukkan bahwa probabilitas untuk uji Breusch Pagan \leq level of significant (alpha=10%). Dengan demikian asumsi heterokedastisitas tidak terpenuhi. Pada progam Stata 16, upaya mengatasi data yang terjadi heterokedastisitas saat melakukan regresi adalah peneliti menggunakan *Robust standart errors* dalam analisis regresi sehingga muncul regresi baru yang bebas hetero.

Tabel 5. Uji Multikolinieritas

Variable	VIF	1/VIF
Lossratio	1.06	0.942939
Ownretention	1.06	0.940441
Liquidratio	1.16	0.863926
Technicalreserve	0.01	0.993901
Size	1.19	0.843637

Sumber: Output Stata 16

Pengujian multikolonieritas dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) atau *tolerance value* masing-masing variabel independen. Kriteria pengujian menyatakan apabila nilai VIF lebih dari 10 ($VIF \geq 10$) maka

dinyatakan terdapat gejala multikolinieritas. Pengujian multikolinieritas pada semua variabel independen *lossratio*, *liquidratio*, *ownretention*, *technicalreserve*, dan *size* (ukuran perusahaan) menghasilkan nilai VIF kurang dari 10 ($VIF < 10$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa analisis regresi pada penelitian ini dinyatakan tidak terdapat gejala multikolinieritas.

Tabel 6. Uji Analisis Regresi Berganda dengan Metode *Ordinary Least Square* (OLS), *Fixed Effect Model* (FEM) dan *Random Effect Model* (REM).

VARIABLES	(OLS)	(FEM)	(REM)
	OPM	OPM	OPM
Lossratio	-0.793*** (0.058)	-0.793*** (0.016)	-0.793*** (0.015)
Liquidratio	0.028* (0.015)	0.028 (0.035)	0.028 (0.034)
Ownretention	1.993*** (0.521)	1.985*** (0.619)	1.993*** (0.615)
Technicalreserve	0.294*** (0.061)	0.294*** (0.023)	0.294*** (0.023)
Size	-0.129** (0.053)	-0.129** (0.054)	-0.129** (0.054)
Constant	0.369 (0.730)	0.379 (0.906)	0.369 (0.899)
Observations	143	143	143
R-squared	0.955	0.955	
N	48	48	48

Sumber: Output Stata 16. Signifikan pada *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.10$

2. Pembahasan

Penelitian ini menunjukkan hasil *loss ratio* berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja perusahaan dengan menggunakan tiga metode uji dengan ketiga hasil nilai probabilitas sebesar -0.793. Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Sumartono & Hartono, 2018), yang menunjukkan adanya pengaruh yang negatif signifikan *loss ratio* terhadap kinerja keuangan perusahaan asuransi. Pengaruh negatif *loss ratio* terhadap kinerja perusahaan asuransi jiwa menunjukkan buruknya proses underwriting dan penerimaan penutupan risiko pada perusahaan asuransi yang akan berdampak pada kerugian perusahaan (Detiana, 2012). Semakin tinggi kerugian yang harus dibayarkan perusahaan akan membuat pengaruh negatif terhadap kinerja keuangan yang berpotensi menurunkan kinerja keuangan perusahaan dan berdampak terhadap profit yang akan diperoleh perusahaan (Fadlin & Pratama, 2013). Kurangnya kemampuan perusahaan dalam mengukur keuangan perusahaan antara beban klaim dengan pendapatan premi, jadi antara jumlah beban klaim yang harus dibayar lebih tinggi dibandingkan pendapatan premi perusahaan sehingga perusahaan tidak dapat memperoleh profit dengan maksimal yang artinya akan menurunkan kinerja keuangan perusahaan. Perolehan pendapatan perusahaan yang tidak maksimal akibat dari besarnya beban klaim pada perusahaan dapat berdampak pada menurunnya kepercayaan pemegang polis, karena para pemegang polis beranggapan perusahaan asuransi tidak dapat melakukan pembayaran atas ajuan klaim yang diberikan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel liquid ratio (*liability to liquid assets ratio*) memiliki pengaruh positif signifikan pada model Ordinary Least Square (OLS), sedangkan untuk hasil dua metode uji lainnya yakni Fixed Effect dan Random Effect menyatakan bahwa variabel liquid ratio (*liability to liquid assets ratio*) tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan (Arifin, 2005), dimana hasil menunjukkan terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel liquid ratio terhadap kinerja perusahaan asuransi. Perusahaan asuransi mempunyai pengendalian efisiensi yang bagus, baik hutang (kewajiban) yang dapat dikelola dengan maksimal oleh perusahaan asuransi serta pemanfaatan dari jumlah investasi yang dimiliki perusahaan asuransi terealisasi sebagai simpanan yang nantinya dapat digunakan sebagai pengalihan apabila perusahaan mengalami krisis likuiditas. Berpengaruhnya *liability to liquid assets ratio* atau liquid ratio terhadap kinerja perusahaan asuransi jiwa yang diprosikan menggunakan *operating profit margin* diduga disebabkan oleh besarnya asset lancar yang

dimiliki perusahaan sehingga perusahaan mampu membayar kewajiban yang harus segera dilunasi. Perusahaan yang memiliki lebih banyak aset lancar dibandingkan kewajiban lancar, biasanya perusahaan asuransi tersebut tidak mengalami masalah kesulitan likuiditas ketika kewajiban lancarnya jatuh tempo. Banyaknya aset lancar yang dimiliki oleh perusahaan dengan diimbangi pengelolaan manajemen kas yang benar dan tepat akan berdampak pada laba yang akan dihasilkan perusahaan asuransi jiwa. Hal ini dapat terjadi jika ketersediaan dana aset lancar ini dialokasikan untuk melakukan pengoptimalan produk-produk asuransi yang ditawarkan perusahaan yang nantinya akan menambah pendapatan perusahaan sehingga nantinya dapat berpengaruh terhadap laba operasional atas penjualan bersih yang akan diperoleh perusahaan asuransi jiwa.

Penelitian ini menunjukkan hasil *own retention ratio* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh (Arifin, 2005), yang menyatakan bahwa *own retention ratio* atau rasio retensi sendiri berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Nilai rasio retensi sendiri mendekati satu mengindikasikan bahwa perusahaan asuransi semakin berani dalam menanggung risiko klaim sendiri (Sumartono & Hartono, 2018). Namun, dengan asumsi pendapatan perusahaan menjadi semakin besar yang akan berdampak terhadap meningkatnya profitabilitas perusahaan dan mencerminkan kinerja keuangan perusahaan asuransi berjalan dengan baik. Perusahaan asuransi yang lebih efisien dalam keputusan underwriting disertai dengan retensi yang lebih tinggi memiliki profitabilitas yang lebih tinggi (Charumathi, 2012). Rasio retensi mencerminkan perbandingan antara premi neto dengan premi bruto, premi neto sendiri merupakan bagian dari jumlah uang pertanggungan untuk setiap risiko yang menjadi tanggungan sendiri tanpa dukungan reasuransi. Nilai rasio retensi sendiri yang tinggi atau mendekati satu menandakan bahwa perusahaan memiliki sejumlah dana yang ditahan sendiri untuk risiko yang diperkirakan sendiri, sehingga rasio retensi sendiri tinggi maka kinerja keuangan perusahaan pun tinggi.

Penelitian ini menunjukkan hasil *technical reserve ratio* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh (Fatkurrohman et al., 2015) yang menyatakan bahwa *technical reserve ratio* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan, kondisi tersebut dilihat dari perusahaan asuransi yang mampu mengelola dana yang digunakan untuk membayar kewajiban di masa yang akan datang. *Technical reserve ratio* (cadangan teknis) dapat memiliki dampak yang baik dan buruk tergantung pada tata pengelolannya. Berpengaruh positifnya *technical reserve ratio* terhadap kinerja perusahaan asuransi yang diprosikan menggunakan rasio profitabilitas *operating profit margin* (OPM) diduga terjadi karena besarnya dana cadangan teknis yang dibentuk oleh perusahaan dikelola dengan baik sehingga perusahaan asuransi dapat membayar kewajibannya di masa yang akan datang. Cadangan teknis sendiri terdiri atas premi yang belum merupakan pendapatan dan estimasi klaim tanggungan sendiri. Besarnya cadangan teknis ini menunjukkan kondisi keuangan perusahaan dalam keadaan solvent, keadaan ini dapat digunakan untuk melakukan penambahan aset oleh perusahaan dengan cara berinvestasi dimana pendapatan atas investasi tersebut dapat menambah perolehan laba perusahaan. Selain itu tingginya presentase *technical reserve ratio* dapat menggambarkan bahwa cadangan teknis yang dibentuk oleh perusahaan dapat mencukupi untuk membayar kewajibannya di masa yang akan datang atau bisa diartikan bahwa perusahaan tidak akan mengalami gagal bayar sehingga keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan tidak akan berkurang untuk membiayai kemungkinan gagal bayar yang terjadi pada perusahaan. Namun apabila perusahaan asuransi tidak dapat mengelola dana cadangan teknis yang ada dengan maksimal maka dapat mengindikasikan bahwa portofolio usaha perusahaan tidak dapat membawa keuntungan sehingga akan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan yang tidak optimal.

Penelitian ini menunjukkan hasil ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja perusahaan dengan nilai probabilitas ketiganya sebesar -0.129. Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Kartikasari & Merianti, 2016; Krzyszkowski & Korneta, 2019; Sukarya, 2018) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif secara signifikan terhadap kinerja perusahaan asuransi. Hasil berbeda ditemukan oleh (Hansen & Juniarti, 2014), dimana perusahaan dengan ukuran yang lebih besar mempunyai pengaruh terhadap profitabilitas perusahaan. Perusahaan yang lebih kecil *less bureaucratized* memiliki peluang lebih besar untuk menyesuaikan diri dengan cepat dengan perubahan kondisi pasar dan dengan cara itu mereka dapat mengungguli perusahaan besar dalam hal profitabilitas (Ahuja & Majumdar, 1998). Pengaruh negatif signifikan ukuran perusahaan ini diakibatkan oleh besarnya ukuran suatu perusahaan maka akan membutuhkan biaya yang semakin besar pula untuk menjalankan aktivitas operasionalnya sehingga kemungkinan akan mengurangi profitabilitas perusahaan. Selain itu, perusahaan dengan total aset yang besar menggambarkan bahwa banyak modal yang tertanam pada perusahaan tersebut, tidak tepatnya pengelolaan maupun perputaran dana oleh perusahaan akan berdampak pada pendapatan atau profitabilitas yang diharapkan oleh perusahaan tidak berjalan dengan optimal, artinya besarnya aset tidak sebanding dengan besarnya laba yang dihasilkan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan bahwa kebijakan keuangan perusahaan asuransi yang diwakili oleh variabel *loss ratio*, *liability to liquid assets ratio*, *own retention ratio*, *technical reserve ratio* serta ukuran perusahaan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan yang diprosikan menggunakan rasio profitabilitas *operating profit margin* (OPM) dengan hasil yang bervariasi arah pengaruh maupun konsistensi hasil atas penggunaan metode regresi berganda. Namun demikian, variabel yang konsisten berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan dengan menggunakan tiga metode uji regresi berganda yaitu *loss ratio*, *own retention ratio*, *technical reserve ratio* dan ukuran perusahaan meski memiliki arah pengaruh yang berbeda. Sedangkan lainnya, efek *liability to liquid assets ratio* tidak berpengaruh secara konsiten terhadap kinerja perusahaan dengan menggunakan dua metode uji *fixed effect Model* (FEM) dan *random effect Model* (REM).

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada penggunaan aturan kebijakan keuangan perusahaan asuransi yang lama, yakni penggunaan PSAK No.28 tahun 1994 sebagai dasar analisis risiko. Maka daripada itu, diharapkan untuk peneliti selanjutnya mampu menggunakan peraturan atau pendekatan lain mengenai kebijakan keuangan perusahaan asuransi yang terbaru. Kemudian, variabel *liability to liquid assets ratio* atau *liquid ratio* yang inkonsisten pengaruhnya terhadap profitabilitas perusahaan atas penggunaan metode regresi OLS, FEM, maupun REM maka peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan proxy kinerja yang lain seperti ROA, ROE, maupun ROCE sebagai upaya lain *robustness test* selain penggunaan metode regresi sebagaimana yang telah dilakukan pada penelitian ini maupun penggunaan variabel umur, jenis, atau ukuran perusahaan untuk menguji ketahanan analisis risiko kebijakan keuangan terhadap kinerja perusahaan asuransi.

DAFTAR RUJUKAN

- Ahuja, G. & Majumdar, S. K. 1998. An assessment of the performance of Indian state owned enterprises. *Journal of Productivity Analysis*, Vol. 9: 113-132.
- Arifin., F. 2005. Pengaruh Rasio Likuiditas, Rasio Retensi Sendiri, Ukuran Perusahaan dan Tingkat Kecukupan Dana terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Asuransi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2012. www.jurnal.umrah.ac.id.
- Azzahra, S., & Nasib. 2019. Pengaruh Firm Size dan Leverage Ratio terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Pertambangan. *JWEM STIE MIKROSKIL* Vol.9 No.1. www.mikroskil.ac.id.
- Berhe, T. A. & Kaur, J. 2017. Determinants of insurance companies profitability analysis of insurance sector in Ethiopia. *International Journal of Research in Finance and Marketing (IJFRM)*, 7(4), pp: 124-137.
- Charumathi, B. (2012). On the Determinants of Profitability of Indian Life - an Empirical Study. *Proceedings of the World Congress on Engineering*, pp. 978-988.
- Detiana, T. 2012. Pengaruh financial early warning signal terhadap perubahan harga saham pada perusahaan asuransi yang terdaftar di bursa efek Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 14(3), pp. 239-245.
- Eling, M. & Jia, R. 2019. Efficiency and Profitability in the Global Insurance Industry. *Pasific-Basin Finance Journal*, 57 (2019) 101190. <https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2019.101190>.
- Evita., & Silvy, C. 2019. Do Corporate Governance, Firm Characteristics, and Financial Ratio Affect Firm Performance?. *Business innovation and Development*. www.jurnaltsm.id
- Fadlin, A. & Pratama, R. 2013. Analisis pengaruh risk based capital, penerimaan premi, underwriting, dan beban klaim terhadap profitabilitas (studi empiris perusahaan asuransi yang listing di BEI periode 2006-2011). Universitas Indonesia Library. www.lib.ui.ac.id/naskahringkas/.../S46964-AdityaFadlinRachmanPratama.
- Fatkurrohmah, L., Sukarno, H., & Farida, L. 2015. Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Asuransi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Artikel Ilmiah Mahasiswa 2015*. www.repository.unej.ac.id.
- Handayani, K. 2015. Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan BUMN Asuransi yang Go-Public (Menggunakan Analisis Ratio dan Risk Based Capital). *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, Vol. 2 No. 2. www.journal.trunojoyo.ac.id.
- Hansen, V., & Juniarti. 2014. Pengaruh Family Control, Size, Sales Growth, dan Leverage Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan Pada Sektor Perdagangan, Jasa, dan Investasi. *Business Accounting Review* Vol. 2 No.1. www.publication.petra.ac.id

- Hasibuan, A. F. P., Sadalia, I. & Muda, I. 2020. The effect of claim ratio, operational ratio and retention ratio on profitability performance of insurance companies in Indonesia Stock Exchange. *International Journal of Research and Review*, 7(3), pp. 223-231.
- Kamelia & Afriani, S. 2017. Analisis Kinerja Keuangan pada PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Bengkulu. *Jurnal Riset Akuntansi dan Manajemen*, 6(2) pp. 75-84.
- Kartikasari, D. & Merianti, M. 2016. The effect of leverage and firm size to profitability of public manufacturing companies in Indonesia. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6(2), pp. 409-413.
- Kusumo. C.Y., & Darmawan, A. 2018. Pengaruh Perputaran Modal Kerja, Ukuran Perusahaan, dan Diversifikasi terhadap Profitabilitas (Studi pada Perusahaan food and beverage yang Terdaftar di BEI periode 2013-2016). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 57 No.1. www.administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id.
- Krzyszowski, A. & Korneta, P. 2019. Relationship between size and profitability of polish transportation companies. 19th International Scientific Conference Business Logistics in Modern Management.
- Nazira, C. F. & Ariani, N. E. Pengaruh jenis industri, kepemilikan manajerial, operating profit margin dan dividend payout ratio terhadap perataan laba pada perusahaan yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2012-2014. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*, 1(1), pp. 158-170.
- Nurfadila, S., Hidayat, R.R., & Sulasmiyati, S. 2015. Analisis Rasio Keuangan dan Risk Based Capital untuk Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan Asuransi (Studi pada PT. Asei Reasuransi Indonesia (Persero) periode 2011-2013. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol.22 No.1. www.administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id.
- Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 53/PMK.010/2012 tentang Kesehatan Keuangan Perusahaan Asuransi dan Perusahaan Reasuransi. www.ibpa.co.id
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 71/POJK.05/2016 tentang Kesehatan Keuangan Perusahaan Asuransi dan Perusahaan Perasuransian. www.ojk.go.id.
- Peraturan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 28 Tahun 1994 tentang Akuntansi Asuransi Kerugian. www.widi.staff.gunadarma.ac.id.
- Pramesatika, D. 2019. Pengaruh Tingkat Kesehatan Perusahaan Asuransi Terhadap Pertumbuhan Premi Neto dan Profitabilitas Perusahaan. *Journal of Economics Development Issues (JEDI)*, Vol.2 No.1 : 26-37. <http://JEDI.upnjatim.ac.id/index.php/JEDI>.
- Putra, Y.W.A.A., & Badjra., B.I. 2015. Pengaruh Leverage, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas. *E-Jurnal Manajemen Unud* Vol.4, No.7: 2052-2067. www.ojs.unud.ac.id.
- Safitri, K.E., & Suprayogi, N. 2017. Analisis Rasio Kesehatan Keuangan Dana Tabarru' yang Mempengaruhi Profitabilitas pada Asuransi Syariah di Indonesia (Periode 2012-2014). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* Vol.4 No.1 : 73-88. www.e-journal.unair.ac.id.
- Sukarya, O., & Margaretha, F. 2018. Masih tepatkah ROA sebagai Pengukuran Kinerja Keuangan Industri Asuransi di Indonesia?. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa* Vol. 11 No. 1: 81-94. www.trijurnal.lemlit.trisakti.ac.id.
- Sumartono., & Harianto, K.A. 2018. Kinerja Keuangan Perusahaan Asuransi di Indonesia dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya. *Future Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Vol.6 (1) : 1-14. www.jurnal.uniyap.ac.id/index.php/future.
- Syamsuddin, L. 2001. *Manajemen keuangan perusahaan*. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2014 Tentang Perasuransian. Otoritas Jasa Keuangan. <https://www.ojk.go.id>.

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI STUDI PADA KONSUMEN MAKEOVER DI YOGYAKARTA

Christa Xena Rusfiane¹, Kristia²

¹Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, ✉ christaxena@gmail.com

²Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, ✉ kristia@usd.ac.id

Abstrak

Tumbuhnya penjualan kosmetik di Indonesia membuat para pesaing pada pasar industri kosmetik berlomba-lomba untuk bersaing dan tidak bisa lepas dari kualitas produk, harga, promosi, dan kepuasan konsumen yang dapat menumbuhkan minat beli ulang pada konsumen MakeOver di Yogyakarta yang akan dibahas pada paper ini. Produk kosmetik yang dipilih menjadi objek adalah produk kosmetik MakeOver. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah kuesioner yang dibagikan kepada responden yang diolah menggunakan aplikasi *SmartPLS 3* dengan metode analisis *Partial Least Square*. Temuan penelitian adalah 1) Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang, 2) Harga berpengaruh terhadap minat beli ulang, 3) Promosi berpengaruh terhadap minat beli ulang, 4) Kepuasan konsumen memediasi secara penuh hubungan antara kualitas produk terhadap minat beli ulang, 5) kepuasan konsumen memediasi secara sebagian hubungan antara harga terhadap minat beli ulang, 6) kepuasan konsumen tidak memediasi hubungan antara promosi terhadap minat beli ulang. Hasil penelitian ini digunakan dapat bermanfaat untuk bahan evaluasi bagi perusahaan merek MakeOver agar dapat mempertahankan kepuasan konsumennya agar dapat membeli kembali dikemudian hari.

Kata Kunci : *Harga, Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Minat Beli Ulang, dan Promosi*

PENDAHULUAN

Industri kosmetik di Indonesia merupakan salah satu bentuk industri dengan persaingan yang ketat. Bukan hanya merek lokal yang bersaing namun konsumen juga ditawarkan oleh merek dari perusahaan Internasional yang terkenal. Dengan jumlah penduduk yang besar dengan daya beli yang relatif baik, Indonesia menjadi salah satu negara tujuan ekspor produk kosmetik. Menurut *BusinessIndonesia.org* (2021), dalam 10 tahun mendatang Indonesia diperkirakan akan berada di 5 besar atau bahkan 3 pasar terbesar di kawasan Asia-Pasifik. Pada sepanjang tahun 2019 mengalami pertumbuhan sebesar 7% dan ditargetkan akan meningkat diatas 9% pada sepanjang tahun 2020 (Kemenprin, 2020). Untuk mensiasati persaingan dengan merek kosmetik internasional, merek lokal memberikan edukasi kepada konsumen bahwa tidak selalu brand luar negeri lebih unggul dari produk nasional, karena merek kosmetik luar negeri tidak dirancang khusus bagi kebutuhan kulit individu yang tinggal di kawasan tropis. Salah satu perusahaan kosmetik lokal yang menjadi pemimpin dalam industry kosmetik adalah PT Paragon Technology and Innovation, yang juga merupakan induk perusahaan dari merek MakeOver. Paper ini akan membahas mengenai pengaruh kualitas produk, harga, promosi, dan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi terhadap minat beli ulang produk kosmetik MakeOver khususnya bagi konsumen pada wilayah Yogyakarta.

Kualitas Produk menurut (Tjiptono, 2008) adalah sebagai gambaran langsung dari suatu produk seperti kinerja, keandalan, kemudahan dalam penggunaan, estetika, dan lain-lain. Banyaknya pesaing dari lokal maupun luar negeri, banyak konsumen yang menganggap bahwa merek yang terkenal akan memiliki kualitas produk yang baik. Dengan demikian perusahaan harus meningkatkan lagi kualitas produknya agar lebih unggul dari pesaing-pesaingnya dan semakin dikenal.

Harga menjadi salah satu unsur penting yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli sebuah produk. Jika harga terlalu tinggi untuk sebuah produk yang kurang bermanfaat, pasti konsumen tersebut tidak akan pernah membeli produk tersebut. Dengan demikian perusahaan harus bisa mengimbangi harga dengan kualitasnya agar mereknya selalu diingat karena semakin ketatnya persaingan pada industri kosmetika di Indonesia. harga adalah komponen utama dalam memilih pangsa pasar, serta perolehan laba bagi perusahaan (Kotler dan Armstrong, 2008).

Promosi menurut Swastha dan Irawan 2005 (dalam Widagdo, 2011) adalah bentuk komunikasi pemasar

yang bertujuan untuk mendorong suatu permintaan. Konsumen biasanya akan senang dan tergiur jika mendapatkan promosi yang banyak. Sangat penting perusahaan menentukan bagaimana cara untuk promosi yang baik, promosi adalah alat yang dipakai perusahaan untuk menarik konsumen. Dengan demikian perusahaan harus lebih gencar lagi dalam melakukan promosi agar lebih banyak lagi dalam menarik konsumen.

Kepuasan konsumen menurut (Kotler dan Keller, 2009) adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul pada saat konsumen tersebut membandingkan harapan dan kinerja produk yang diterima oleh konsumen. Ketika konsumen merasa puas dengan apa yang mereka beli, maka konsumen cenderung akan membelinya lagi di kemudian hari dan menimbulkan perilaku pembelian yaitu, minat beli ulang. Minat beli ulang adalah kegiatan yang dilakukan ketika seorang konsumen merasa puas dan cenderung akan melakukan pembelian produk yang sama (Tjiptono dan Diana, 2015). Keputusan pembelian ulang ini yang akan mendatangkan banyak keuntungan bagi perusahaan.

MakeOver adalah *brand* dari PT Paragon Technology dan Innovation, yang dirilis pada tahun 2010 diperkenalkan secara langsung pada acara *Cosmetics Fair*, di Mall Anggrek, namun baru diedarkan pada tahun 2012 yang memiliki *official store* di Jalan FX Sudirman, Jakarta (Makeoverforall, 2020). MakeOver pernah memenangkan TOP Guardian tahun 2019 dan mendapatkan ranking satu dengan nominasi *Cushion, Loose Powder, Compact Powder*, dan sebagai pendatang baru. Selain itu juga pernah mendapatkan penghargaan *Women Health Choose* Pada tahun 2013 dan menjadi *partner* pada acara Jakarta *Fashion Week* dan tahun 2019 menjadi tahun kelima (Jakartafashionweek, 2020). Berdasarkan latar belakang yang dijabarkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh secara parsial terhadap minat beli ulang pada konsumen MakeOver di Yogyakarta?” dan “Apakah kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh secara parsial terhadap minat beli ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi pada konsumen MakeOver di Yogyakarta?”

METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif, jenis penelitian ini bermaksud untuk mencari pengaruh antara variabel eksogen dan endogen (Sugiyono, 2018). Teknik pengumpulan datanya dengan menggunakan kuesioner yang diberikan pada responden dengan melalui *link* google formulir. Unit analisis merupakan studi yang mengindikasikan apa atau siapa yang harus menyediakan data pada level pengumpulan tertentu (Zikmund dan Babin, 2011). Unit Analisis dalam penelitian ini yaitu individu reponden. Responden penelitian ini adalah seluruh konsumen MakeOver di Yogyakarta dengan kriteria pernah membeli minimal 1 kali. Objek penelitian ini adalah persepsi konsumen MakeOver terhadap kualitas produk, harga, promosi, kepuasan konsumen dan minat beli ulang. Sumber data yang diperoleh dari data primer, yaitu hasil kuesioner dan data sekunder berasal dari website, jurnal, dan buku. Variabel eksogen yang digunakan adalah kualitas prosuk (X_1), harga (X_2), dan promosi (X_3). Kemudian variabel endogen yang digunakan adalah minat beli ulang (Y) dan variabel mediasi yaitu kepuasan konsumen (M). Skala yang digunakan adalah skala likert 1-5 untuk menilai sejauh mana subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan yang diajukan (Sumarni dan Wahyuni, 2006). Berikut ini adalah Tabel Definisi Operasional Variabel penelitian ini.

Tabel 1. Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator
Kualitas Produk	alitas produk adalah kualitas yang dibuat oleh perusahaan MakeOver pada setiap produk-produknya agar konsumen merasa puas dan dapat melebihi standar atau ekspektasi konsumen.	Produk MakeOver memiliki kualitas yang baik. Produk MakeOver sangat ringan dan nyaman digunakan. Produk MakeOver memiliki kemasan yang kokoh dan tidak mudah rusak.
Harga	Perbandingan antara manfaat yang diterima atau dirasakan oleh konsumen atas suatu produk MakeOver dengan harga yang ditetapkan.	Harga dari produk MakeOver terjangkau. Harga yang ditetapkan untuk produk MakeOver wajar.

Variabel	Definisi	Indikator
Promosi	Tindakan atau kegiatan pengenalan produk kepada masyarakat atau calon konsumen yang dilakukan perusahaan MakeOver agar masyarakat bisa membeli dan mengingat produk tersebut.	Harga dari produk MakeOver sesuai dengan kualitas produknya. Harga produk MakeOver lebih kompetitif dibandingkan produk sejenis dari brand makeup lain. <i>Brand</i> MakeOver sering melakukan promosi. <i>Brand</i> MakeOver memiliki banyak program promosi (diskon, undian). Rentang waktu promosi yang dilakukan oleh <i>brand</i> MakeOver berlangsung lama.
Kepuasan Konsumen	Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk MakeOver terhadap harapan pelanggan.	Saya senang karena harga yang ditetapkan produk MakeOver sesuai dengan kualitasnya. Saya senang setelah menggunakan produk dari MakeOver. Produk MakeOver sesuai dengan harapan saya.
Minat Beli Ulang	Kegiatan yang dilakukan ketika pelanggan merasa puas akan cenderung melakukan pembelian produk MakeOver yang sama lagi dikemudian hari lagi.	Saya tidak ada keraguan untuk membeli kembali produk MakeOver. Produk MakeOver merupakan produk yang berkualitas yang membuat saya tetap membelinya. Saya merekomendasikan produk MakeOver kepada teman-teman saya. Saya lebih memilih untuk membeli kembali produk MakeOver dibanding dengan produk merek lain

Populasi menurut Sugiyono 2009 (dalam Agung, 2012) adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang mempunyai keistimewaan tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen MakeOver di Yogyakarta. Sampel menurut (Agung, 2012) merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. pada penelitian ini tidak diketahui berapa banyak jumlah populasinya maka sampel yang digunakan sejumlah 100 responden karena sudah memenuhi batas minimal seperti yang sudah diperhitungkan dengan rumus penghitungan sampel. Teknik pengambilan sampelnya yaitu *non-probability sampling* dengan *purposive sampling* dimana peneliti menentukan kriteria seorang responden yaitu minimal pernah membeli produk kosmetik MakeOver dan berdomisili di Yogyakarta yang dapat menjadi sampel.

1. Teknik Pengujian Instrumen

Pengujian instrumen dilakukan melalui uji validitas dan reliabilitas dengan model pengukuran *Partial Least Square* (PLS). Uji validitas untuk menguji sejauh mana mengukur apa yang sebenarnya ingin diukur, sedangkan uji

reliabilitas untuk mengukur keakuratan dan ketepatan dari prosedur pengukuran (Cooper dan Schidler, 2017). Uji validitas konstruk terdiri dari uji validitas konvergen dan uji validitas diskriminan. Uji validitas konvergen bisa dikatakan valid jika nilai *Average Variance Extracted* (AVE) > 0,5. Pada uji validitas diskriminan bisa dikatakan valid jika memiliki nilai *Cross Loading* > 0,7.

Untuk uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Jika *Cronbach's Alpha* > 0,6 dan *Composite Reliability* > 0,7 maka sudah bisa dianggap reliabel.

2. Teknik Analisis Data

- Analisis Deskriptif. Pendeskripsian variabel yang di pakai, yaitu kualitas produk, harga, promosi, kepuasan konsumen, dan minat beli ulang.
- Analisis *Partial Least Square* (PLS). Pada penelitian ini digunakan analisis *Partial Least Square* dengan melakukan perbandingan antara hubungan variabel eksogen berganda dan variabel endogen berganda. Dalam penelitian ini menggunakan analisis PLS dengan aplikasi *SmartPLS* 3.0. Proses dalam menggunakan analisis dengan PLS adalah yang pertama melihat pengujian *outer model* untuk melihat uji validitas dan reliabilitas dan yang kedua *inner model* untuk melihat *R-square* dan pengujian hipotesis (Abdillah dan Hartanto, 2015).

3. Pengujian Hipotesis

Pada penelitian ini menggunakan pengujian hipotesis model *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan dasar pengambilan keputusan adalah *P-Values*. Jika *P-Values* ≤ 0,05 maka H_0 ditolak dan H_A diterima dan Jika *P-Values* ≥ 0,05 maka H_0 diterima dan H_A ditolak.

4. Pengujian Hipotesis Mediasi

Pada penelitian ini menggunakan pengujian hipotesis mediasi. Pengujian hipotesis mediasi menurut (Sholihin dan Ratmono, 2013) mengatakan bahwa pengujian ini memiliki tiga kategori untuk menganalisis efek mediasi dengan pengambilan keputusannya adalah ¹Jika koefisien antara variabel eksogen (kualitas produk, harga, dan promosi) dan variabel endogen (minat beli ulang) dari *direct* (signifikan) ke *indirect effect* (tidak signifikan), maka H_0 diterima dan H_A ditolak. Dapat disimpulkan bahwa tidak adanya efek mediasi. ²Jika koefisien antara variabel eksogen (kualitas produk, harga, dan promosi) dan variabel endogen (minat beli ulang) dari *direct* (signifikan) ke *indirect effect* (tetap signifikan), maka H_0 ditolak dan H_A diterima dengan mediasi berperan sebagai (*partial mediation*). ³Jika koefisien antara variabel eksogen (kualitas produk, harga, dan promosi) dan variabel endogen (minat beli ulang) dari *direct* (tidak signifikan) ke *indirect effect* (signifikan), maka H_0 ditolak dan H_A diterima dengan mediasi berperan penuh (*full mediation*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil

a. Pengujian *Outer Model*

1) Uji Validitas

a) Uji Validitas Konvergen

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Konvergen Nilai AVE

Variabel	Nilai AVE	Keterangan
Kualitas Produk	0,647	VALID
Harga	0,673	VALID
Promosi	0,662	VALID
Kepuasan Konsumen	0,854	VALID
Minat Beli Ulang	0,718	VALID

Berdasarkan Tabel 2 di atas menunjukkan bahwa sudah menunjukkan nilai AVE > 0,5 dan sudah dapat dinyatakan valid secara uji validitas konvergen.

b) Uji Validitas Diskriminan

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Diskriminan Nilai *Cross Loading*

Indikator	Variabel				
	Kualitas Produk	Harga	Promosi	Kepuasan Konsumen	Minat Beli Ulang
X1.1	0,822	0,596	0,314	0,576	0,550
X1.2	0,830	0,525	0,199	0,656	0,548
X1.3	0,759	0,695	0,588	0,653	0,627
X2.1	0,623	0,904	0,642	0,716	0,726
X2.2	0,731	0,876	0,490	0,663	0,659
X2.3	0,666	0,739	0,452	0,636	0,580
X2.4	0,446	0,750	0,435	0,479	0,596
X3.1	0,447	0,500	0,796	0,466	0,507
X3.2	0,281	0,375	0,805	0,309	0,446
X3.3	0,386	0,607	0,840	0,459	0,614
M1	0,786	0,738	0,438	0,933	0,742
M2	0,610	0,604	0,418	0,904	0,768
M3	0,770	0,776	0,565	0,936	0,808
Y1	0,669	0,679	0,473	0,814	0,843
Y2	0,572	0,652	0,544	0,707	0,901
Y3	0,744	0,650	0,601	0,741	0,825
Y4	0,543	0,676	0,600	0,543	0,820

Berdasarkan Tabel 3 terlihat bahwa nilai *cross loading* pada setiap variabelnya sudah di atas 0,7 maka sudah dapat dinyatakan valid secara uji validitas diskriminan.

2) Uji Reliabilitas (*Composite Reliability*)

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas *Composite Reliability*

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
1.	Kualitas Produk	0,727	0,846
2.	Harga	0,835	0,891
3.	Promosi	0,748	0,855
4.	Kepuasan Konsumen	0,915	0,946
5.	Minat Beli Ulang	0,869	0,911

Berdasarkan pada Tabel 4, nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 dan memiliki *Composite Reliability* > 0,7 pada setiap variabelnya, sehingga disimpulkan bahwa semua variabel dinyatakan memenuhi syarat reliabilitas.

b. Pengujian *Inner Model*

1) *R-square* dan *Q-square*

Tabel 5. Nilai *R-square*

No.	Variabel	R-Square
1.	Kepuasan Konsumen	0,690
2.	Minat Beli Ulang	0,782

Berdasarkan pada Tabel di atas menunjukkan nilai *R-square* untuk kepuasan konsumen sebesar 0,690 dengan

kata lain bahwa variabel eksogen mempunyai variasi kepuasan konsumen sebesar 69% dan sisanya 31% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Selanjutnya untuk nilai *R-square* untuk minat beli ulang sebesar 0,782 dengan kata lain variabel eksogen mempunyai variasi minat beli ulang sebesar 78,2% dan sisanya 21,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Penilaian *Goodness of fit* dapat diketahui melalui nilai *Q-square*. Semakin tinggi nilai *Q-square* maka model dapat dikatakan semakin baik dengan data. Adapun perhitungan *Q-square* sebagai berikut :

$$\begin{aligned} Q\text{-square} &= 1-[(1-R^2_1) \times (1-R^2_2)] \\ &= 1-[(1-0,690) \times (1-0,782)] \\ &= 1-[(0,34) \times (0,218)] \\ &= 1-0,07412 \\ &= 0,925 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas diperoleh nilai *Q-square* sebesar 0,925. Dengan demikian menunjukkan keragaman dari data penelitian sebesar 92,5% dan sisanya 7,5% dipengaruhi oleh faktor variabel lainnya. Dengan hasil ini dapat dinyatakan memiliki *goodness of fit* yang baik.

2) Pengujian Hipotesis

a) Uji Hipotesis 1-3

Tabel 6. Hasil *Path Coefficiens*

No.	Hipotesis	Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation	T Statistic	P Values
1.	Kualitas Produk -> Minat Beli Ulang	0,046	0,060	0,102	0,464	0,650
2.	Harga -> Minat Beli Ulang	0,198	0,197	0,092	2,140	0,033
3.	Promosi -> Minat Beli Ulang	0,236	0,249	0,060	3,921	0,000

(1) Variabel Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang

Nilai *p-values* pada variabel kualitas produk terhadap minat beli ulang menunjukkan nilai sebesar 0,650 yaitu lebih besar dari 0,05 (0,650 > 0,05). Maka, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap variabel minat beli ulang.

(2) Variabel Harga terhadap Minat Beli Ulang

Nilai *p-values* pada variabel harga terhadap minat beli ulang menunjukkan nilai sebesar 0,033 yaitu lebih kecil dari 0,05 (0,033 < 0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap variabel minat beli ulang.

(3) Variabel Promosi terhadap Minat Beli Ulang

Nilai *p-values* pada variabel promosi terhadap minat beli ulang menunjukkan nilai sebesar 0,000 yaitu lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Maka, dapat disimpulkan bahwa variabel promosi berpengaruh terhadap variabel minat beli ulang.

b) Uji Hipotesis 4-6 dengan Efek Mediasi

Tabel 7. Hasil Estimasi *Direct Effect*

No	Hipotesis	Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation	T Statistic	P Values
1.	KP -> MBU	0,046	0,060	0,102	0,454	0,643
2.	H -> MBU	0,198	0,197	0,092	2,140	0,046
3.	P -> MBU	0,236	0,239	0,060	3,921	0,000

Tabel 8. Hasil Estimasi *Indirect Effect*

No	Hipotesis	Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation	T Statistic	P Values
1.	KP -> KK -> MBU	0,252	0,243	0,077	3,284	0,001
2.	H->KK-> MBU	0,191	0,180	0,081	2,359	0,019
3.	P-> KK-> MBU	0,036	0,039	0,042	0,841	0,401

(1) Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang dengan dimediasi Kepuasan Konsumen

Nilai pada *path coefficient* antara variabel kualitas produk dengan variabel minat beli ulang *direct effect* menunjukkan *t-statistic* sebesar 0,454 (tidak signifikan) karena tidak memenuhi syarat signifikan yaitu diatas 1,96 ($0,454 < 1,96$) ke *indirect effect* memiliki *t-statistic* sebesar 3,284 (signifikan). Maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen memediasi secara penuh hubungan antara variabel kualitas produk variabel terhadap minat beli ulang.

(2) Harga terhadap Minat Beli Ulang dengan dimediasi Kepuasan Konsumen

Nilai pada *path coefficient* antara variabel harga dengan variabel minat beli ulang *direct effect* menunjukkan *t-statistic* sebesar 2,140 (signifikan) karena sudah memenuhi syarat signifikan yaitu diatas 1,96 ($2,140 > 1,96$) ke *indirect effect* memiliki *t-statistic* sebesar 2,359 (signifikan). Maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen memediasi secara sebagian hubungan antara variabel harga terhadap variabel minat beli ulang.

(3) Promosi terhadap Minat Beli Ulang dengan dimediasi Kepuasan Konsumen

Nilai pada *path coefficient* antara variabel promosi dengan variabel minat beli ulang *direct effect* menunjukkan *t-statistic* sebesar 3,921 (signifikan) karena sudah memenuhi syarat signifikan yaitu diatas 1,96 ($3,921 > 1,96$) ke *indirect effect* memiliki *t-statistic* sebesar 0,841 (tidak signifikan). Maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen tidak memediasi hubungan antara variabel promosi terhadap variabel minat beli ulang.

2. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis karakteristik responden, dalam penelitian ini terlihat bahwa konsumen MakeOver di Yogyakarta yang pernah membeli produk kosmetik MakeOver minimal 1 kali, didominasi oleh responden yang berusia pada rentang 18-22 tahun yaitu sebanyak 68 orang (68%). Jumlah reponden dalam penelitian ini adalah 100 reponden yang terdiri dari 98 orang (98%) perempuan dan 2 orang berjenis kelamin laki-laki (2%). Hasil dari pengujian hipotesis tersebut digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang sudah ditetapkan dalam penelitian ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap minat beli ulang dengan dimediasi kepuasan konsumen. Berikut ini adalah penjabaran dari hasil uji hipotesis yang dihasilkan :

a. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang

Hasil analisis pengujian dengan menggunakan aplikasi *SmartPLS 3* diperoleh bahwa pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang menunjukkan *P-value* sebesar 0,650. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang karena memiliki *P-value* di atas 0,05. Kualitas produk yang dimiliki *brand* kosmetik MakeOver tidak mempengaruhi konsumen untuk membeli kembali, hal ini dikonfirmasi oleh penulis melalui wawancara singkat yang dilakukan kepada responden, alasan yang mereka berikan adalah ketika membeli ulang mereka tidak meragukan lagi akan standar kualitas produk yang dimiliki oleh MakeOver.

b. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Ulang

Hasil analisis pengujian *SmartPLS 3* diperoleh bahwa untuk variabel harga terhadap minat beli ulang menunjukkan *P-values* sebesar 0,046. Hal ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap minat beli ulang karena memiliki *P-values* dibawah 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa semakin dianggap sesuai harga yang ditawarkan oleh *brand* kosmetik MakeOver akan semakin tertarik konsumen untuk melakukan pembelian kembali.

c. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Ulang

Hasil analisis pengujian dengan *SmartPLS 3* diperoleh bahwa untuk variabel promosi terhadap minat beli ulang menunjukkan *P-values* sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa promosi berpengaruh terhadap minat beli ulang karena memiliki *P-values* di bawah 0,05. Hal ini menunjukkan semakin menarik promosi yang dilakukan oleh *brand* kosmetik MakeOver maka konsumen akan tertarik untuk melakukan pembelian kembali terhadap produk produk dari brand ini.

d. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi

Hasil analisis pengujian dengan *SmartPLS 3* yang diperoleh bahwa untuk variabel kualitas produk terhadap minat beli ulang dengan di mediasi oleh kepuasan konsumen memiliki *P-values* sebesar 0,001 dan memiliki *T-statistic* 3,284. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang dengan di mediasi penuh oleh kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen memediasi secara penuh karena pada *t-statistic* H1 menunjukkan 0,454 (tidak signifikan) dan pada *t-statistic* H4 menunjukkan 3,284 (signifikan). Nilai *t-statistic* dari signifikan berubah menjadi tidak signifikan yang membuat kepuasan konsumen memediasi secara penuh. Hal ini memiliki makna bahwa kepuasan konsumen pada kualitas produk memberikan pengaruh penuh terhadap minat beli ulang pada konsumen merek MakeOver di Yogyakarta. Tanpa adanya kepuasan konsumen maka kualitas produk tidak akan bisa mempengaruhi minat beli ulang.

e. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi

Hasil analisis pengujian dengan *SmartPLS 3* diperoleh bahwa untuk variabel harga terhadap minat beli ulang dengan dimediasi oleh kepuasan konsumen menunjukkan *P-values* sebesar 0,019 dan memiliki *t-statistic* 2,359. Hal ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap minat beli ulang dengan di mediasi sebagian oleh kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen memediasi sebagian karena pada H2 memiliki *t-statistic* sebesar 2,140 (signifikan) dan pada *t-statistic* H5 menunjukkan 2,359 (signifikan). Nilai *t-statistic* dari signifikan menjadi tetap signifikan yang membuat kepuasan konsumen memediasi hanya sebagian. Walaupun tanpa adanya kepuasan konsumen maka harga tetap akan bisa mempengaruhi minat beli ulang.

f. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi

Hasil analisis pengujian dengan *SmartPLS 3* untuk variabel promosi terhadap minat beli ulang dengan dimediasi oleh kepuasan konsumen menunjukkan *P-values* sebesar 0,401 dan *t-statistic* 0,841. Hal ini menunjukkan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang dengan dan tidak dimediasi kepuasan konsumen (*no mediation*). Kepuasan konsumen tidak bisa memediasi antara promosi dan minat beli ulang karena pada *t-statistic* H3 3,921 (signifikan) dan pada *t-statistic* H6 0,042 (tidak signifikan). Nilai *t-statistic* antara *direct* ke *indirect* dari signifikan ke tidak signifikan inilah yang membuat kepuasan konsumen tidak dapat memediasi antara promosi terhadap minat beli ulang. Promosi yang menarik dapat secara langsung mempengaruhi minat beli ulang bagi konsumen yang sudah pernah menggunakan produk MakeOver sebelumnya, terlepas dari konsumen tersebut puas atau tidak puas dengan penggunaan produknya.

SIMPULAN

Berdasarkan dari penelitian yang dilakukan peneliti yang memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui ada atau tidak adanya pengaruh dan peran mediasi pada kualitas produk, harga, dan promosi terhadap minat beli ulang dengan dimediasi oleh kepuasan konsumen. Maka, peneliti menarik kesimpulan yang dapat disimpulkan yaitu :

1. Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang.
2. Harga berpengaruh terhadap minat beli ulang.
3. Promosi berpengaruh terhadap minat beli ulang.
4. Kepuasan konsumen memediasi secara penuh hubungan antara kualitas produk terhadap minat beli ulang.
5. Kepuasan konsumen memediasi secara sebagian hubungan antara harga terhadap minat beli ulang.
6. Kepuasan konsumen tidak memediasi hubungan antara promosi terhadap minat beli ulang.

Kemudian dari kesimpulan yang sudah diringkas tersebut maka dapat diajukan beberapa saran yaitu pada kualitas produk menunjukan item kuesioner yang memiliki rata-rata skor yang rendah yaitu produk MakeOver

sangat ringan dan nyaman saat digunakan. Perusahaan tetap harus meningkatkan lagi kualitas produknya dengan cara menambahkan *ingredient* pelembab agar produknya tidak terlalu kering dan nyaman saat digunakan, karena beberapa responden menyebutkan bahwa produk lipstick dan *cushion*-nya masih terlalu kering dan kurang nyaman saat digunakan. Selanjutnya pada harga memiliki item kuesioner yang memiliki rata-rata skor terendah yaitu harga dari produk MakeOver lebih kompetitif dibandingkan dari pesaing *brand make-up* sejenis. beberapa responden masih kurang setuju dengan item tersebut dan kurang tepat. Terkait dengan hal ini bagi produk MakeOver yang banyak memiliki kemiripan dengan produk yang beredar di pasaran, brand ini dapat membuat harganya menjadi lebih kompetitif agar dapat menarik segmen pasar yang sensitif terhadap perubahan harga (*price sensitive*). Untuk pengembangan yang dilakukan oleh peneliti selanjutnya adalah menambahkan variabel eksogen lainnya agar mendapatkan hasil yang lebih bervariasi misalnya saja *brand ambassador*, loyalitas konsumen dan lain-lain.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdillah, Willy dan Jogiyanto Hartanto. 2015. *Partial Least Square (PLS) Alternatif Struktural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian bisnis*. Yogyakarta : ANDI.
- Agung, Anak Agung Putu. 2012. *Metologi Penelitian Bisnis*. Malang : Universitas Brawijaya Press.
- Business Indonesia (2021). *Cosmetics*. Diakses pada September 19, 2021, dari <https://business-indonesia.org/cosmetic>
- Cooper, Donald R. dan Pamela S. Schindler. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.
- JWF, 2020. MakeOver mempersembahkan delapan makeup artist berbakat dari MakeOver – jakartafashionweek.co.id [WWW Document]. jakartafashionweek.co.id [WWW Document]. <https://www.jakartafashionweek.co.id/news-flash/make-over-mempersembahkan-delapan-makeup-artist-berbakat-dari-makeover-mua-hunt>
- Kamarupa, 2020. MakeOverforAll. <https://makeoverforall.com>.
- Kemenprin. 2020. Riset: Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik – kemenprin.go.id [WWW Document]. <https://kemenprin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik>.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi 12*. Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Sholihin, Mahfud dan Dwi Ratmono. 2013. “Analisis SEM-PLS dengan Warp PLS 3.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis”. Yogyakarta : Andi Offset.
- Sumarni, Murti dan Salamah Wahyuni. 2006. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2015. *Pelanggan Puas ? Tidak Cukup*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Widagdo, Herry. 2011. “Analisa Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer Pada PT. XYZ Palembang”, *Jurnal Ilmiah*, 1 (9), 1-10.
- Zigmund, G. dan Barry J. Babin. 2013. *Menjelajah Riset Pemasaran*. Jakarta : Salemba Empat.

PENGUMUMAN KASUS PERTAMA COVID-19 DI INDONESIA: BAGAIMANA PASAR BEREAKSI?

¹Almutahdi Billah Qoifani, ²Lulu Nurul Istanti

¹Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang

² Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang, ✉ lulu.nurul.fe@um.ac.id

Abstract

This study aimed to examine the information content of an event which is reflected by the differences in Abnormal Return (AR), Security Return Variability (SRV), and Price Earnings Ratio (PER) before and after the announcement of first case Covid-19 in Indonesia. The sample in this study amounted to 42 stocks by using the purposive sampling method. The research period used seven days, which is March 2, 2020, set as the research event date. The results showed that: (1) AR and SRV conditions before the event was decreased and then increased after the announcement event. Meanwhile, the PER condition before the announcement was reduced and then reversed to increase after the announcement event occurred. (2) There is a significant difference in AR and PER before and after the announcement. (3) However, there is no significant difference in the SRV ratio.

Keywords: *Abnormal Return (AR), Covid-19, Price Earnings Ratio (PER), Security Return Variability (SRV)*

PENDAHULUAN

Pasar modal merupakan salah satu indikator kemajuan perekonomian suatu negara. Pasar modal berfungsi sebagai sarana untuk mendapatkan modal jangka panjang bagi para pengusaha dan sebagai sarana investasi jangka panjang bagi para investor (Samsul, 2015:3). Instrumen keuangan yang diperjualbelikan di dalam pasar modal meliputi saham, derivatif, dan surat utang. Saham merupakan investasi finansial yang bersifat *hot money* karena sifat yang cepat dan fluktuatif. Pergerakan harga saham sangat dipengaruhi oleh peristiwa-peristiwa besar baik ekonomi maupun non-ekonomi. Pergerakan harga saham dapat terjadi terutama akibat adanya *major event* (Huyghebaert & Wang, 2010). *Coronavirus Disease* atau disingkat *Covid-19* merupakan salah satu peristiwa besar (*major event*) yang sedang melanda negara-negara di dunia.

Pada tanggal 31 Desember 2019, terdapat beberapa kasus pneumonia dengan gejala mirip flu di Wuhan dengan kasus pertama diyakini terkait dengan pasar makanan laut di Wuhan, ibu kota provinsi Hubei di Cina (Sohrabi, dkk., 2020). Penyebaran virus yang begitu cepat dan mematikan melalui kontak fisik antara manusia sampai ke penjuru dunia membuat *World Health Organization* (WHO) mengumumkan status virus *Covid-19* sebagai pandemi global pada Rabu, 11 Maret 2020. Banyak negara yang merespon dengan menerapkan *lockdown* dengan membatasi bahkan menutup akses pintu masuk di wilayah perbatasan mereka masing-masing guna mencegah penyebaran virus tersebut. Banyak negara yang menutup akses sekolah, tempat kerja, serta membatasi pertemuan berskala besar. Pembatasan tersebut itulah yang membuat banyak kegiatan perekonomian global menjadi terganggu. Akibatnya terjadi gejolak harga pada bursa saham di penjuru dunia akibat kekhawatiran investor akan virus *Covid-19* tersebut.

Fenomena pandemi *Covid-19* ini dengan cepat menjadi sentimen negatif di pasar saham seluruh dunia. Pada Senin, 9 Maret 2020, bursa saham Amerika Serikat, Wall Street mencatatkan penurunan terbesarnya sejak krisis keuangan pada tahun 2008. Hal itu disebabkan oleh kekhawatiran akan terjadinya resesi akibat wabah virus corona yang telah menyebabkan seratus ribu orang lebih meninggal. Rata-rata ketiga indeks saham utama AS mengalami penurunan yang signifikan pada pembukaan. Indeks Dow Jones Industrial Average turun 2.013,76 poin atau 7,79%, menjadi 23.851,02, S&P 500 terkoreksi 225,81 poin atau 7,6%, menjadi 2.746,56 dan Nasdaq Composite turun 624,94 poin atau 7,29%, menjadi 7.950,68. Hal tersebut membuat perdagangan sempat dihentikan di awal pembukaan transaksi (CNBCIndonesia).

Tabel 1. Indeks Saham di Beberapa Negara Saat Pandemi *Covid-19*

Tanggal	Indeks Saham					
	Dow Jones	S&P 500	Nikkei 225	Hang Seng	KOSPI	DAX 30
02/03/2020	26.703,32	3.090,23	21.344,08	26.291,68	2.002,51	11.857,87
03/03/2020	25.917,41	3.003,37	21.082,73	26.284,82	2.014,15	11.985,39
04/03/2020	27.090,86	3.130,12	21.100,06	26.222,07	2.059,33	12.127,69
05/03/2020	26.121,28	3.023,94	21.329,12	26.767,87	2.085,26	11.944,72
06/03/2020	25.864,78	2.972,37	20.749,75	26.146,67	2.040,22	11.541,87
09/03/2020	23.851,02	2.746,56	19.698,76	25.040,46	1.954,77	10.625,02

Sumber: www.finance.yahoo.com

Tabel 1 menunjukkan bahwa indeks saham dari beberapa negara mengalami penurunan harga hingga mencapai titik terendah pada tanggal 9 Maret 2020. Sementara di Indonesia sendiri, Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) pada Senin, 9 Maret 2020 ditutup merosot hingga 6,58% di level 5.133,81 yang secara *year to date*, atau dalam tahun berjalan terkoreksi sebesar 18,46% (CNBCIndonesia).

Indonesia sendiri mengumumkan kasus pertama positif *Covid-19* pada hari Senin, 2 Maret 2020. Pengumuman tersebut disampaikan langsung oleh Presiden Joko Widodo bersama Menteri Kesehatan Terawan Agus Putranto di Istana Kepresidenan Jakarta. Kasus positif tersebut menimpa dua warga Depok, Jawa Barat. Dua WNI itu merupakan seorang ibu (64 tahun) dan putrinya (31 tahun). Keduanya diduga tertular virus corona karena kontak dengan warga negara Jepang yang datang ke Indonesia (Kompas.com). Pengumuman tersebut merupakan titik awal informasi adanya kasus *Covid-19* di Indonesia, sehingga peneliti menetapkan tanggal 2 Maret 2020 sebagai *event date* dalam penelitian ini.

Pengaruh peristiwa Pandemi *Covid-19* yang dikategorikan sebagai kejadian luar biasa (*major event*) terhadap pasar modal dicerminkan oleh reaksi pasarnya. Reaksi pasar modal terjadi akibat adanya informasi yang masuk ke dalam pasar dan selanjutnya direspon oleh investor. Pasar akan bereaksi pada peristiwa yang mengandung informasi (Hartono, 2018:8). Menurut *signalling theory*, informasi merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi pada hakekatnya menyajikan keterangan, catatan, atau gambaran baik untuk keadaan masa lalu, saat ini, maupun masa yang akan datang. Reaksi pasar yang didasarkan pada informasi yang tersedia disebut efisiensi pasar secara informasi (*informationally efficient market*). Informasi tersebut akan diserap oleh pasar dan selanjutnya akan tercermin pada perubahan harga sekuritas (Hartono, 2003:608). Peristiwa pada penelitian ini dikategorikan sebagai *informationally efficient market semistrong-form*. Dikatakan *semistrong-form* karena investor dalam proses pengambilan keputusan jual-beli saham menggunakan semua data dan informasi yang dipublikasikan seperti laporan keuangan, laporan tahunan, pengumuman bursa, informasi keuangan internasional, peraturan perundangan pemerintah, peristiwa politik, peristiwa hukum, peristiwa sosial dan lainnya dimana sekiranya bisa mempengaruhi perekonomian nasional (Samsul, 2015:227).

Pengujian kandungan informasi dari suatu pengumuman dan efisiensi pasar dapat menggunakan pendekatan *event study*. Tujuan pengujian kandungan informasi adalah untuk melihat reaksi pasar dari adanya suatu pengumuman. Jika pengumuman mengandung informasi, maka pasar akan bereaksi pada saat informasi tersebut diterima oleh pasar (Hartono, 2017:644). Reaksi pasar modal terhadap suatu peristiwa yang terdapat kandungan informasi dapat diukur dengan menggunakan *return* sebagai nilai perubahan harga atau dengan menggunakan *abnormal return* (Hartono, 2003:410). Selain itu, reaksi pasar terhadap informasi juga dapat dilihat melalui pergerakan volume perdagangan saham di pasar yang dapat ditunjukkan melalui *trading volume activity*, tingkat variasi dari *return* saham melalui variabilitas keuntungan saham (*security return variability*), dan secara fundamental melalui *price earnings ratio* harian.

Abnormal Return (AR) merupakan indikator paling sering digunakan untuk mengetahui reaksi pasar terhadap suatu peristiwa. *Abnormal return* merupakan selisih antara *return* aktual dengan *return* yang diekspektasikan oleh investor (Hartono, 2003:410). Jika informasi yang terkandung di dalam suatu peristiwa dianggap baik (*good news*) maka akan berdampak terhadap kenaikan *abnormal return*, tetapi jika informasi tersebut dianggap buruk (*bad news*) maka akan terjadi penurunan *abnormal return*. Beberapa penelitian menemukan hasil adanya perbedaan yang signifikan pada *abnormal return* sebelum dan sesudah peristiwa *Covid-19* (Al-Awadhi, dkk. (2020), Dilla, dkk. (2020), Nia H., dkk. (2020)).

Security return variability (SRV) merupakan analisis untuk melihat apakah pasar secara agregat menilai bahwa sebuah peristiwa mengandung informasi yang berguna dan mengakibatkan perubahan pada distribusi *return* saham pada waktu terjadinya peristiwa (Husnan, dkk., 1996). SRV diperoleh dari perhitungan antara *abnormal return* suatu perusahaan dibagi dengan varian *return abnormal*-nya. Hasil penelitian Ftiti, et al. (2021) menunjukkan adanya hubungan antara berita mengenai jumlah kasus kematian akibat *Covid-19* di China dengan meningkatnya *Security Return Variability* (SRV) pada indeks SSE50.

Price Earnings Ratio (PER) merupakan salah satu dari rasio pasar yang digunakan untuk melihat bagaimana pasar menghargai kinerja saham suatu perusahaan yang tercermin dalam laba per-sahamnya. *Price earnings ratio* yang rendah dapat terjadi karena harga saham perusahaan yang semakin turun atau karena meningkatnya laba bersih perusahaan tersebut. Penelitian ini menggunakan metode perhitungan *trailing P/E* dalam menentukan rasio nilai PER hariannya. Rasio *trailing P/E* didasarkan pada laporan laba yang direalisasikan yaitu dengan menggunakan laba per saham (EPS) 12 bulan terakhir (*trailing twelve months* atau ttm) sebagai pembagi (Abidin, et al, 2015). Hasil penelitian Esomar, M. J., & Christianty, R. (2021) menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada rasio likuiditas (CR) dan rasio pasar (PER) antara periode sebelum dan sesudah kasus *Covid-19*.

Penelitian ini berfokus pada perusahaan-perusahaan yang termasuk ke dalam indeks LQ-45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode Februari 2020-Juli 2020. Pemilihan perusahaan yang tergolong ke dalam indeks LQ-45 dinilai dapat menunjukkan hasil yang lebih stabil, mengingat pembaharuan anggota perusahaan LQ-45 yang dilakukan dalam enam bulan sekali. Selain itu, emiten yang tergabung didalam indeks LQ-45 merupakan emiten yang memiliki tingkat likuiditas dan kapitalisasi pasar yang tinggi. Saham LQ-45 juga aktif diperdagangkan dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) sehingga diharapkan dapat menggambarkan reaksi pasar modal yang tercermin melalui pergerakan harga saham dan volume perdagangan.

Penelitian dengan pendekatan *event study* lebih banyak membahas tentang peristiwa politik ataupun ekonomi baik yang diduga maupun tidak diduga. Namun, masih sedikit penelitian yang membahas mengenai

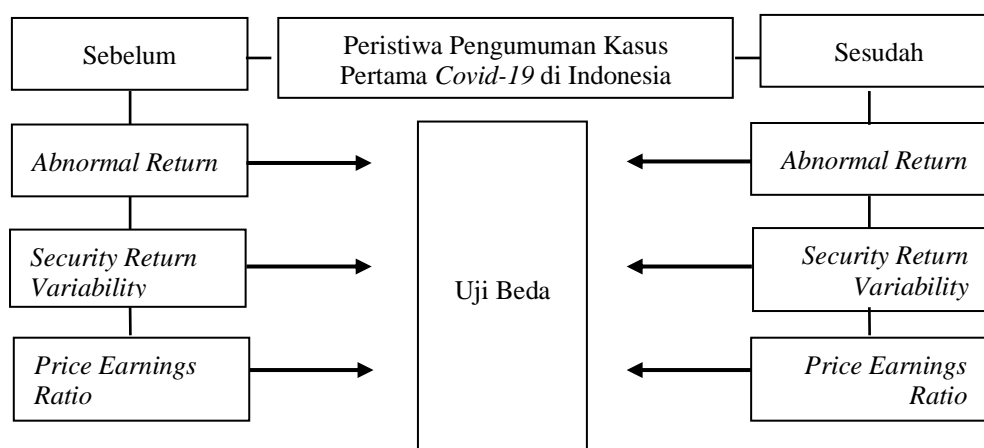
fenomena tak terduga yang baru-baru ini terjadi yaitu Covid-19. Baru terdapat beberapa penelitian saja seperti yang dilakukan oleh Al-Awadhi, dkk. (2020), Chiah & Zhong (2020), Dilla, dkk. (2020), Liu, dkk. (2020), Siswanto (2020), Werastuti, dkk. (2020) dan Nia H., dkk (2020), mengenai reaksi pasar terhadap peristiwa Covid-19.

Hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H1: Terdapat perbedaan yang signifikan pada Abnormal Return (AR) sebelum dan sesudah pengumuman kasus pertama Covid-19 di Indonesia.
- H2: Terdapat perbedaan yang signifikan pada Security Return Variability (SRV) sebelum dan sesudah pengumuman kasus pertama Covid-19 di Indonesia.
- H3: Terdapat perbedaan yang signifikan pada Price Earnings Ratio (PER) sebelum dan sesudah pengumuman kasus pertama Covid-19 di Indonesia.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui reaksi pasar terhadap pengumuman kasus pertama Covid-19 di Indonesia yang diprosikan oleh *abnormal return*, *security return variability*, dan *price earnings ratio* dari saham terindeks dalam LQ-45. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan studi peristiwa (*event study*). Studi peristiwa digunakan untuk mengkaji kandungan informasi dari suatu peristiwa atau pengumuman yaitu dengan menganalisis perubahan yang terjadi pada objek yang diteliti sehubungan dengan peristiwa yang telah terjadi. Penelitian ini termasuk kedalam jenis penelitian komparatif, dimana peneliti membandingkan adanya perbedaan *abnormal return*, *trading volume activity*, *security return variability*, dan *price earnings ratio* sebelum dan sesudah terjadinya peristiwa. Peristiwa (*event date*) pada penelitian ini adalah tanggal pengumuman kasus pertama Covid-19 di Indonesia yaitu 2 Maret 2020. Adapun rancangan penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Rancangan Penelitian

Populasi penelitian ini merupakan seluruh perusahaan yang *listing* di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan terindeks di LQ-45 periode Februari 2020 - Juli 2020. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu dengan kriteria perusahaan tidak melakukan *corporate action* selama periode Februari 2020 – Juli 2020, sehingga diperoleh data sampel sejumlah 42 perusahaan.

Periode waktu (*window period*) pada penelitian ini selama 7 hari (26 Februari 2020 – 5 Maret 2020), hal ini dimaksudkan untuk meminimalisasi adanya efek bias. Periode jendela yang terlalu pendek tidak dapat menangkap

seluruh efek dari peristiwa tersebut begitupun jika terlalu panjang akan mengakibatkan adanya peristiwa-peristiwa lain yang mengganggu (*confounding event*) (Hartono, 2018:23). 3 hari sebelum *event date* pengumuman kasus pertama *covid-19* digunakan untuk mengetahui reaksi pasar sebelum informasi diumumkan, sedangkan 3 hari sesudah pengumuman digunakan untuk mengetahui respon pasar terhadap pengumuman dan hari ke-0 untuk mengetahui reaksi pasar pada saat dipublikasikannya informasi kasus *covid-19* tersebut (*event date*).

Peneliti melakukan uji statistik deskriptif terlebih dahulu untuk mengetahui kondisi, gambaran, serta deskripsi dari masing-masing variabel dalam penelitian ini. Selanjutnya, dilakukan pengujian normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov test* pada masing-masing variabel untuk menentukan alat uji hipotesis apa yang sesuai untuk tiap-tiap variabel penelitian. Apabila data berdistribusi normal maka selanjutnya akan dilakukan analisis statistik parametrik yaitu *paired sample t-test*. Sedangkan jika data berdistribusi tidak normal maka dilakukan analisis statistik non-parametrik yaitu *Wilcoxon signed rank test*. Pengujian statistik penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS 24.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Abnormal Return Sebelum dan Sesudah Peristiwa

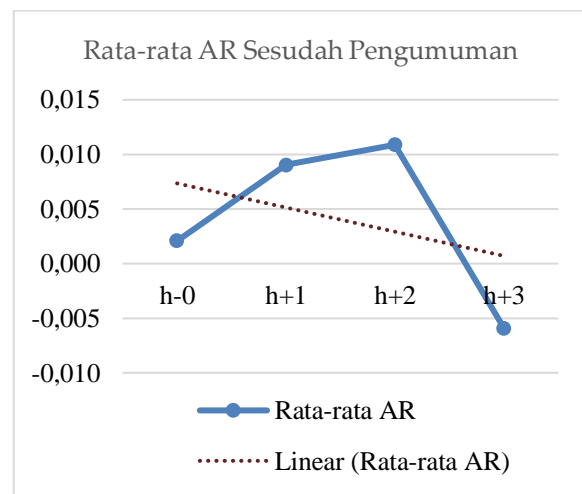
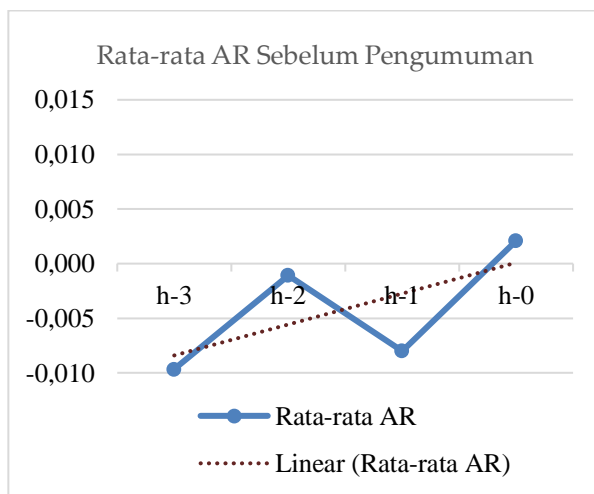
Berdasarkan Tabel 2, Tabel 3, dan Gambar 2 diketahui bahwa nilai *abnormal return* tertinggi selama periode pengamatan berasal dari emiten PT. Telekomunikasi Indonesia (PERSERO) Tbk. yaitu sebesar 0,01324, sedangkan nilai *abnormal return* terendah dimiliki oleh PT. AKR Corporindo Tbk. yaitu sebesar -0,01840. Nilai *abnormal return* yang positif mencerminkan bahwa pada periode tersebut, nilai *actual return* lebih tinggi dibandingkan dengan *expected return*-nya begitu juga sebaliknya. Nilai *abnormal return* yang negatif mencerminkan bahwa nilai *actual return* lebih rendah dibandingkan dengan *expected return*-nya. Untuk rata-rata AR 3 hari sebelum peristiwa mengalami pergerakan/tren peningkatan dengan nilai mean sebesar -0,0062433, sedangkan rata-rata AR 3 hari setelah peristiwa menunjukkan pergerakan/tren menurun dengan nilai mean sebesar 0,0046764.

Tabel 2. Statistik Deskriptif *Abnormal Return* Selama Periode Peristiwa

Variabel	N	Min	Max	Mean
Sebelum	42	-0,0488	0,02876	-0,00624
Setelah	42	-0,0280	0,07548	0,00468
Seluruh	42	-0,0184	0,01324	-0,00037

Tabel 3. Rata-Rata *Abnormal Return* Harian Selama Periode Peristiwa

Periode	Rata-Rata AR	Periode	Rata-Rata AR
h-3	-0,00966	h+1	0,00905
h-2	-0,00108	h+2	0,01088
h-1	-0,00799	h+3	-0,00591
h-0	0,00208		



Gambar 2. Grafik Pergerakan AR Sebelum dan Setelah Pengumuman

Kondisi AR pada periode 3 hari sebelum peristiwa pengumuman bergerak secara fluktuatif dengan pola tren negatif. Faktor tersebut kemungkinan diakibatkan oleh keberlanjutan dari dampak virus *covid-19* yang menyerang negara-negara diseluruh dunia ditambah kebijakan *lockdown* yang membuat perekonomian menjadi lesu khususnya pada sektor hotel, restoran, pariwisata dan transportasi. Sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terdapat suatu informasi baru yang cukup kuat untuk menyebabkan pasar mengalami peningkatan atau penurunan yang sangat besar.

Sedangkan pada periode setelah peristiwa, AR justru mengalami peningkatan. Penyebab AR yang meningkat terutama pada h+1 dan h+2 terjadi karena kebijakan pelarangan *short selling* yang diterapkan oleh BEI untuk mencegah meningkatnya resiko volatilitas harga saham setelah peristiwa pengumuman sehingga membuat kepercayaan para investor kembali. Namun, pada periode h+3 rasio AR turun drastis setelah sebelumnya berada pada kondisi positif. *Panic buying*, aksi *take profit* oleh investor dan tren investasi emas menjadi penyebab terjadinya kondisi tersebut.

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis *Abnormal Return*

Periode	<i>Paired Sample T-Test</i>		Keterangan
	t	Sig.	
Rata-Rata Sebelum & Sesudah	-2,444	0,015	Signifikan

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, diketahui bahwa terdapat perbedaan AR yang signifikan antara sebelum dan sesudah peristiwa pengumuman kasus pertama *covid-19* di Indonesia. Hal tersebut menandakan bahwa pengumuman kasus pertama *covid-19* tersebut memiliki kandungan informasi berupa sinyal yang membuat pasar bereaksi sehingga menimbulkan perbedaan AR antara sebelum dan sesudah peristiwa pengumuman tersebut. Adanya perbedaan AR juga membuktikan bahwa pada saat itu pasar modal Indonesia berada dalam bentuk setengah kuat (*semistrong form*). Menurut Fama (1970) dalam Hartono (2003:370), pasar dikatakan efisien dalam bentuk setengah kuat (*semistrong form*) jika harga-harga sekuritas mencerminkan secara penuh (*fully reflect*) semua informasi yang dipublikasikan (*all publicly available information*).

2. *Security Return Variability* Sebelum dan Sesudah Peristiwa

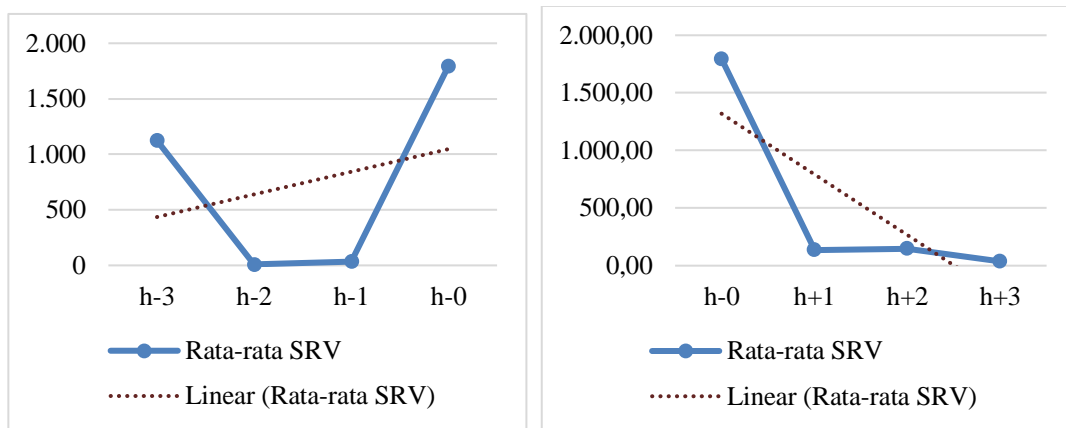
Berdasarkan Tabel 5, Tabel 6 dan Gambar 3 diketahui bahwa rata-rata SRV tertinggi pada perusahaan indeks LQ-45 terjadi pada h-0 yaitu pada hari pengumuman peristiwa terjadi dengan nilai sebesar 1795,27, sedangkan rata-rata SRV terendah terjadi pada h-2 dengan nilai sebesar 9,27. Nilai SRV tertinggi selama periode pengamatan dimiliki oleh PT. H.M. Sampoerna Tbk. yaitu sebesar 10705,540, sedangkan nilai SRV terendah dimiliki oleh PT. Matahari Department Store Tbk. sebesar 3,140. Rata-rata SRV 3 hari sebelum peristiwa mengalami peningkatan dengan nilai mean sebesar 389,6190. Sedangkan rata-rata SRV selama 3 hari setelah peristiwa mengalami penurunan dengan nilai mean sebesar 107,76024.

Tabel 5. Statistik Deskriptif *Security Return Variability* Selama Periode Peristiwa

Variabel	N	Min.	Max.	Mean
Sebelum	42	2,330	12270,980	389,6190
Setelah	42	0,450	1547,970	107,76024
Seluruh	42	3,140	10705,540	469,77643

Tabel 6. Rata-Rata *Security Return Variability* Harian Selama Periode Peristiwa

Periode	Rata-Rata SRV	Periode	Rata-Rata SRV
h-3	1124,56	h+1	137,58
h-2	9,27	h+2	148,82
h-1	36,05	h+3	36,88
h-0	1795,27		



Gambar 3. Grafik Pergerakan SRV Sebelum dan Sesudah Pengumuman

Kondisi *security return variability* 3 (tiga) hari sebelum dan 3 (tiga) hari setelah pengumuman kasus pertama covid-19 di Indonesia mengalami tren penurunan. Pada periode 3 (tiga) hari sebelum pengumuman, terdapat peningkatan yang signifikan pada tingkat *security return variability* yang sangat tinggi pada h-3. Peningkatan tersebut kemungkinan terjadi akibat adanya asimetri informasi atau kebocoran suatu informasi yang oleh beberapa investor dengan cepat dijadikan sebagai momentum untuk mendapatkan *capital gain* (keuntungan jangka pendek) sehingga menyebabkan tersebarnya distribusi varian return yang sangat tinggi di pasar. Namun, pada hari-hari berikutnya yaitu pada h-2 dan h-1 tingkat *security return variability* kembali menuju pada tingkat wajarnya. Pada periode 3 hari setelah pengumuman peristiwa tingkat *security return variability* mengalami tren penurunan yang sangat rendah, atau dapat dikatakan bahwa pasar tidak bereaksi secara berlebihan terhadap sinyal dari adanya informasi mengenai pengumuman kasus pertama covid-19 di Indonesia sehingga membuat distribusi tingkat varian *return* pada periode setelah pengumuman membentuk pola yang cenderung stabil artinya investor cenderung menerima return sama atau yang tidak bervariasi.

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis *Security Return Variability*

Periode	z	Asymp Sig. (2-tailed)	Batas	Keterangan
Rata-Rata Sebelum & Sesudah	-0.556	0.578	0,05	Tidak Signifikan

Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui bahwa tidak terdapat perbedaan *security return variability* yang signifikan antara sebelum dan sesudah peristiwa pengumuman kasus pertama covid-19 di Indonesia. Hal ini menandakan bahwa pengumuman kasus covid-19 tidak memiliki kandungan informasi yang dibutuhkan oleh investor dalam mengambil keputusan investasi. Sinyal buruk (*bad news*) dari ditemukannya kasus covid-19 tidak direspon dengan tidak adanya perbedaan variasi *return* sebelum dan setelah peristiwa pengumuman terjadi sehingga investor cenderung menerima *return* yang sama (tidak bervariasi).

Variabilitas sering diasosiasikan dengan risiko dan risiko berhubungan dengan ketidakpastian. Semakin tinggi tingkat *security return variability* berarti semakin besar ketidakpastian informasi (Hanafi, 1998). Namun, pada penelitian ini tidak ditemukan adanya reaksi pasar yaitu perubahan *security return variability* atas sebuah informasi berupa pengumuman kasus covid-19 yang kemungkinan disebabkan oleh sentimen negatif mengenai covid-19 di pasar saham sebelumnya telah menyebar yang membuat perilaku investor cenderung lebih berhati-hati dan tidak bersikap *heuristic* mengingat banyak negara di luar Indonesia yang sebelumnya terlebih dahulu mengkonfirmasi kasus covid-19. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa pasar saham Indonesia pada saat itu bersifat tidak efisien dalam bentuk setengah kuat (*semi strong*) jika dilihat berdasarkan dari tidak adanya respon pasar yang tidak membuat perbedaan *security return variability* yang signifikan antara sebelum dan sesudah peristiwa pengumuman kasus pertama covid-19 di Indonesia.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tiswiyanti & Asrini (2015) yang hasilnya menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan *security return variability* sebelum dan sesudah

pengumuman kenaikan harga BBM pada saham perusahaan transportasi di Bursa Efek Indonesia tahun 2014.

3. Price Earnings Ratio(*ttm*) Sebelum dan Sesudah Peristiwa

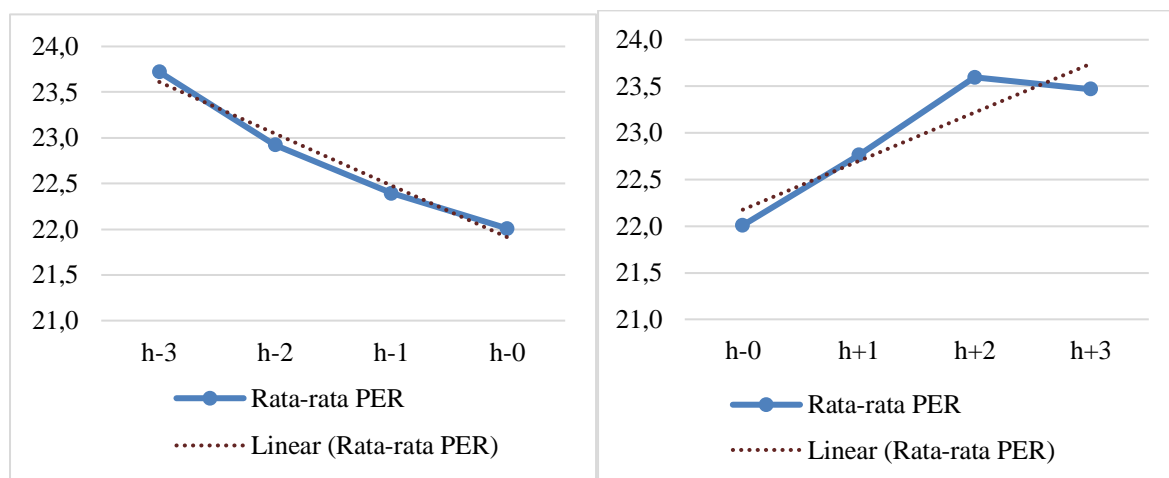
Berdasarkan Tabel 8, Tabel 9 dan Gambar 5 dapat diketahui bahwa rata-rata PER tertinggi terjadi pada h-3 atau tiga hari sebelum pengumuman peristiwa dengan nilai sebesar 23.721, sedangkan rata-rata PER terendah terjadi pada h-0 dengan nilai sebesar 22.009. Nilai PER tertinggi selama periode pengamatan dimiliki oleh PT. Barito Pacific Tbk. yaitu sebesar 145,418. Sedangkan nilai PER terendah dimiliki oleh PT. Sri Rejeki Isman Tbk. sebesar 3,340. Rata-rata PER 3 hari sebelum peristiwa mengalami penurunan dengan nilai mean sebesar 23,014. Sedangkan rata-rata PER selama 3 hari setelah peristiwa mengalami peningkatan dengan nilai mean sebesar 23,277.

Tabel 8. Statistik Deskriptif *Price Earnings Ratio(ttm)* Selama Periode Peristiwa

Variabel	N	Min.	Max.	Mean
Sebelum	42	3,265	146,569	23,014
Setelah	42	3,397	146,570	23,277
Seluruh	42	3,340	145,418	22,983

Tabel 9. Rata-Rata *Price Earnings Ratio(ttm)* Harian Selama Periode Peristiwa

Periode	Rata-Rata <i>PER (ttm)</i>	Periode	Rata-Rata <i>PER (ttm)</i>
h-3	23,721	h+1	22,762
h-2	22,923	h+2	23,597
h-1	22,396	h+3	23,470
h-0	22,009		



Gambar 4. Grafik Pergerakan PER Sebelum dan Sesudah Pengumuman

Kondisi *price earnings ratio* selama 3 hari sebelum sampai *event date* (hari-h) pengumuman kasus pertama covid-19 di Indonesia mengalami tren penurunan. Sedangkan pada periode setelah kasus covid-19 diumumkan, nilai *price earnings ratio* berbalik mengalami peningkatan dan kembali menyentuh angka wajar seperti 3 hari sebelum pengumuman peristiwa diumumkan. Artinya, pada periode sebelum pengumuman harga saham perusahaan LQ45 terbilang lebih murah dengan dibuktikan oleh menurunnya rasio PER dibandingkan dengan harga setelah pengumuman yang terlihat mulai kembali meningkat.

Tabel 10. Hasil Uji Hipotesis *Price Earnings Ratio*

Periode	z	Asymp Sig. (2-tailed)	Batas	Keterangan
Rata-Rata Sebelum & Sesudah	-2,269	0.023	0,05	Signifikan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat perbedaan PER yang signifikan sebelum dan

sesudah pengumuman kasus pertama *covid-19* di Indonesia. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa pengumuman tersebut memiliki kandungan informasi berupa sinyal yang mempengaruhi investor dalam melakukan keputusan investasi sehingga terjadilah perubahan harga saham yang selanjutnya tercermin melalui perubahan pada PER harian sebelum dan sesudah pengumuman kasus *covid-19*. Pernyataan di atas sesuai dengan *signaling theory*, dimana suatu informasi yang relevan dapat membuat perubahan harga di pasar saham. Perbedaan pada rasio PER juga membuktikan bahwa pasar modal Indonesia berada dalam bentuk setengah kuat (*semistrong form*).

SIMPULAN

Kondisi *abnormal return* sebelum pengumuman kasus pertama *Covid-19* mengalami peningkatan dan dilanjutkan adanya penurunan setelah peristiwa pengumuman. Kondisi *trading volume activity* juga mengalami pola pertumbuhan (positif) dan menjadi menurun setelah peristiwa pengumuman terjadi. Untuk kondisi *security return variability* sebelum pengumuman mengalami peningkatan lalu terjadi penurunan setelah pengumuman. Sedangkan, kondisi *price earnings ratio* sebelum pengumuman mengalami penurunan lalu berbalik meningkat setelah peristiwa pengumuman terjadi

Terdapat perbedaan *abnormal return* dan *price earnings ratio* yang signifikan antara sebelum dan sesudah peristiwa pengumuman kasus pertama *covid-19* di Indonesia pada perusahaan yang termasuk ke dalam indeks LQ-45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Tetapi tidak terdapat perbedaan *security return variability* yang signifikan antara sebelum dan sesudah peristiwa pengumuman kasus pertama *covid-19* di Indonesia pada perusahaan yang termasuk ke dalam indeks LQ-45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Hasil ini memberikan rekomendasi bagi investor diharapkan tidak panik dan terburu-buru dengan mempertimbangkan segala informasi yang tersedia dalam melakukan keputusan investasi pada saat suatu peristiwa terjadi. Peristiwa *covid-19* atau *unpredictable event* dapat menimbulkan anomali pada pasar modal. Anomali tersebut dapat membawa peluang serta ancaman bagi kegiatan investasi sehingga investor perlu memanfaatkan peluang dengan cermat dan bijak untuk menghindari risiko investasi.

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini masih terdapat beberapa keterbatasan. Maka dari itu, berikut saran yang dapat diajukan bagi penelitian yang akan datang, yaitu: 1) Peneliti selanjutnya dalam melakukan pengujian hendaknya melakukan pengelompokkan saham perusahaan terlebih dahulu berdasarkan subsektor seperti *minning, consumer goods, finance, infrastructure & transportation*, dan lain-lain agar hasil penelitian lebih bervariasi karena dampak *covid-19* kemungkinan berbeda-beda pada setiap masing-masing sektor bidang; 2) Peneliti selanjutnya dapat menggunakan jumlah sampel yang lebih besar seperti Kompas100 sehingga hasil yang didapat lebih memproyeksikan gambaran dari pasar modal Indonesia secara keseluruhan.

DAFTAR RUJUKAN

- Abidin, et al. 2015. *Do Positive P/E Firms and Negative P/E Firms Differ in Characteristics and Performance?*. 2015: 1-11. DOI: <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2550257>
- Al-Awadhi, dkk. 2020. *Death and Contagious Infectious Diseases: Impact of the COVID-19 Virus on Stock Market Returns*. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 27(100326), 1-5. DOI: 10.1016/j.jbef.2020.100326
- Chiah, M., & Zhong, A. 2020. *Trading From Home: The Impact of COVID-19 on Trading Volume Around the World*. *Finance Research Letters*, 37(101784). 1-7. DOI: 10.1016/j.frl.2020.101784
- Dilla, S., Sari, L. K., & Achani, N. A. 2020. *Estimating The Effect of the Covid-19 Outbreak Events on the Indonesia Sectoral Stock Return*. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JABM)*, 6(3), 662. DOI: 10.17358/jabm.6.3.662
- Esomar, M. J., & Christianty, R. 2021. *Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sektor Jasa di BEI*. *JKBM (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 7(2), 227-233. DOI: 10.31289/jkbm.v7i2.5266
- Ftiti, et al. 2021. *Does Non-Fundamental News Related to COVID-19 Matter for Stock Returns? Evidence from Shanghai Stock Market*. *Economic Modelling*, 99(105484). DOI: <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2021.03.003>
- Hartono, J. 2003. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi Edisi Kelima*. Yogyakarta: BPFE.
- Hartono, J. 2017. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi Edisi Kesebelas*. Yogyakarta: BPFE.
- Hartono, J. 2018. *Studi Peristiwa: Menguji Reaksi Pasar Modal Akibat Suatu Peristiwa*. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA.
- Husnan, S., Hanafi, M. M., & Wibowo, A. (1996). *Dampak Pengumuman Laporan Keuangan Terhadap Kegiatan Perdagangan Saham dan Variabilitas Tingkat Keuntungan*. *Kelola*, 5(11).
- Husnan, Suad. 2001. *Dasar-dasar Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas. Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan

Percetakan AMP YKPN.

- Huyghebaert, N., & Wang, L. (2010). *The Co-Movement of Stock Markets in East Asia: Did the 1997–1998 Asian Financial Crisis Really Strengthen Stock Market Integration?*. *China Economic Review*, 21(1), 98-112. DOI: 10.1016/j.chieco.2009.11.001.
- Ihsanudin. 2020. Fakta Lengkap Kasus Pertama Virus Corona di Indonesia, (online), (<https://nasional.kompas.com/read/2020/03/03/06314981/fakta-lengkap-kasus-pertama-virus-corona-di-indonesia>), diakses pada 25 Desember 2020.
- Liu, H., Manzoor, A., Wang, C., Zhang, L., & Manzoor, Z. (2020). *The COVID-19 Outbreak and Affected Countries Stock Markets Response*. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(8), 2800. DOI: doi.org/10.3390/ijerph17082800.
- Samsul, M. 2015. *Pasar Modal & Manajemen Portofolio Edisi 2*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Sohrabi, dkk. 2020. *World Health Organization declares global emergency: A review of the 2019 novel coronavirus (COVID-19)*. *International journal of surgery*, 76, 71-76. DOI: 10.1016/j.ijsu.2020.02.034.
- Werastuti, dkk. 2020. Analisis Reaksi Pasar Pada Penetapan Status Darurat Global Ke Level Tertinggi Terkait Virus Corona Oleh WHO (World Health Organization) Pada Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi (JIMAT)*, 11(2), 169 – 177. DOI: <http://dx.doi.org/10.23887/jimat.v11i2.25161>
- Wiraatmadja & Wareza. 2020. *Wall Street Jatuh 7%, Bagaimana Nasib IHSG Hari Ini?*, (Online), (https://www.cnbcindonesia.com/market/20200310_080601-17-143649/wall-street-jatuh-7-bagaimana-nasib-ihsg-hari-ini), diakses pada 5 Oktober 2020.
- Siswantoro, S. 2020. Efek Diumumkannya Kasus Pertama Covid-19 terhadap Harga Saham dan Total Saham yang Diperdagangkan. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen*, 1(3), 227-238. DOI: <https://doi.org/10.35912/jakman.v1i3.38>
- Nia H. K. & Ainur R. A. 2020. Reaksi Pasar Modal Indonesia Terhadap Peristiwa Virus Corona. *Jurnal Investasi Islam*, 5(1): 43-58. DOI: <https://doi.org/10.32505/jurnal%20investasi%2>

IDENTIFIKASI RANTAI NILAI: PEMBERDAYAAN PENGRAJIN BATIK TULIS BUNULREJO MALANG

Lulu Nurul Istanti^{1*}, Ratnawati², Fadia Zen³

^{1,3}Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang, *✉ lulu.nurul.fe@um.ac.id

²Magister Manajemen, Universitas Wisnuwardhana Malang

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang utuh mengenai rantai nilai industri kreatif pada Pengrajin Batik Tulis Bunulrejo Kota Malang Jawa Timur dengan meninjau dari proses kreasi, produksi hingga distribusi dan penjualannya. Bunulrejo Kota Malang dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan sentra batik tulis yang mulai berkembang sejak tahun 2018 dan berpotensi untuk mandiri secara ekonomi. Metode penelitian yang digunakan merupakan penelitian eksplorasi melalui pendekatan studi kasus guna menginvestigasi dan menangkap proses yang muncul pada wujud rantai nilai industri kreatif di wilayah Bunulrejo Kota Malang. Karakteristik rantai nilai pada Pengrajin Batik Tulis Bunulrejo Kota Malang berjalan secara baik dengan kearifan lokal. Proses kreasi menjadi bentuk keunggulan sentra batik tulis dengan originalitas kreasinya didukung nilai-nilai historis di Bunulrejo Kota Malang. Proses produksi didukung dengan ketersediaan bahan baku yang cukup dan sumber daya manusia yang selalu berusaha meningkatkan kemampuan berkreasi dengan aktif mengikuti pelatihan-pelatihan, tetapi skema pembiayaan masih menggunakan modal sendiri. Distribusi melalui outlet dan pameran-pameran. Di sisi lain proses komersialisasi atau penjualan terbentuk melalui *marketing, promotion* dan *service*. Kemudian untuk pengembangan industri batik Bunulrejo yang secara maksimal diperlukan adanya kolaborasi di antara para pengrajin batik, pemerintah dan pengusaha (industri). Komitmen ketiga elemen tersebut secara berkesinambungan akan mampu mengembangkan industri kreatif secara maksimal.

Kata Kunci: *Batik, Distribusi, Komersialisasi, Kreasi, Produksi, Rantai Nilai*

PENDAHULUAN

Sektor ekonomi kreatif terbukti mampu memberikan dampak positif terhadap perekonomian negara Indonesia, bahkan banyak negara menjadikannya sebagai tulang punggung perekonomiannya (Agustina dkk., 2020). Di Indonesia, ekonomi kreatif mulai dipandang sejak tahun 2009 dan semakin tahun memberikan bukti yang menjanjikan. Hal ini dibuktikan oleh laporan terakhir yang dirilis BEKRAF (2019) atau Badan Ekonomi Kreatif yang menyatakan bahwa sektor ekonomi kreatif mampu menyumbang 1,102 triliun rupiah terhadap PDB Indonesia dan telah menyerap pekerja sebanyak 17 juta. Secara menarik, melalui pengendalian sumber daya global yang tidak terbatas yakni kreativitas manusia, ekonomi kreatif menghadirkan strategi pembangunan ekonomi yang unik (Coles, 2016). Pemerintah Indonesia melalui BEKRAF mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai perwujudan nilai tambah dari kreativitas manusia dan melahirkan suatu hak kekayaan intelektual berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan dan teknologi (BEKRAF, 2019).

Di kalangan negara maju seperti Inggris, Kanada dan Amerika Serikat, ekonomi kreatif merupakan pendorong utama inovasi, pekerjaan, dan pertumbuhan ekonomi bagi negara (Florida & Adler, 2019). Selain dapat mengatasi permasalahan ekonomi, pemberlakuan kebijakan industri kreatif dalam lingkup ekonomi kreatif di kota besar juga telah menjadi strategi utama dalam mengatasi masalah sosial melalui titik fokus industri yang menarik, terpelihara dan mempertahankan praktisi kreatif di perkotaan (Bell & Jayne, 2010). Pertumbuhan sektor ekonomi kreatif dari tahun ke tahun sangat menjanjikan hingga disimpulkan para pembuat kebijakan telah mengakui pentingnya industri kreatif untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi (Fleischmann dkk., 2017).

Terdapat 16 ruang lingkup sektor industri kreatif, yakni: 1) arsitektur; 2) desain interior; 3) desain komunikasi visual; 4) desain produk; 5) film, animasi dan video; 6) fotografi; 7) kriya; 8) kuliner; 9) musik; 10) fashion; 11) aplikasi dan *game developer*; 12) penerbitan; 13) periklanan; 14) televisi dan radio; 15) seni pertunjukan; dan 16) seni rupa (BEKRAF, 2019). Industri kreatif merupakan bagian atau subsistem dari ekonomi kreatif, yang terdiri dari *core creative industri, forward* dan *backward linkage creative industry* (Fathurahman & Huseini,

2018; Hsiao dkk., 2010).

Core creative industri adalah industri kreatif yang penciptaan nilai tambah utamanya merupakan pemanfaatan kreativitas orang kreatif (Florida & Adler, 2019), yang membutuhkan output dari industri lainnya sebagai input selama proses penciptaan nilai tambah tersebut. Adapun dalam posisi ini *backward linkage creative* industri menjadi input bagi *core creative industry*. Output dari *core creative* industri juga dapat menjadi input bagi industri lainnya, yang disebut sebagai *forward linkage creative industri*. Dengan melihat keterkaitan antar kelompok industri sebagai *core creative* industri, *backward* dan *forward linkage* industri, maka dapat disimpulkan bahwa antara 16 kelompok industri kreatif yang ada di Indonesia saling beririsan walaupun setiap kelompok industri memiliki karakteristik industri yang berbeda.

Kota Malang merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi dan daya saing kuat, dibuktikan melalui adanya produk industri kreatif terbaiknya (Sopannah dkk., 2018). Hal ini karena ditunjang dengan sumber daya manusia inovatif sebagai modal bagi pengembangan perekonomian masyarakat Kota Malang. Produk-produk unggulan terbaik Kota Malang mulai dari kerajinan keramik, bordir, batik, kerajinan mebel, perhiasan, kaligrafi, makanan dan lain-lain. Ekonomi kreatif Kota Malang yaitu mencakup industri kreatif yang ada di beberapa wilayah Kota Malang, dan diyakini dapat memberikan kontribusi bagi perekonomian daerahnya secara signifikan. Berdasarkan kondisi inilah peneliti mengambil objek penelitian di Kota Malang untuk mengetahui perkembangan UMKM berbasis industri kreatif di Kota Malang.

Di kota Malang, untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat terutama masyarakat yang memiliki penghasilan menengah ke bawah, pemerintah melalui Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) telah meluncurkan beberapa program yang intinya bertujuan memberdayakan masyarakat melalui penggalan potensi yang dimiliki daerah untuk kemudian dikembangkan secara bersama-sama. Beberapa UKM batik di Bunulrejo membentuk kelompok usaha yang diharapkan akan menghasilkan suatu organisasi usaha yang mandiri. Peran Pemerintah Daerah Kota Malang sangat dibutuhkan untuk mendukung permodalan usaha dari pelaku ekonomi kreatif tersebut.

Batik buatan dari Kota Malang (Batik Malangan) hingga saat ini masih belum begitu familiar bagi masyarakat Indonesia seperti batik Jawa lainnya karena masih relatif baru. Namun penggalan motif batik Malangan masih terus diusahakan oleh pemerintah Kota Malang bersama organisasi-organisasi terkait lainnya seperti Dinas Koperasi dan UKM, Disperindag dan Perbankan termasuk oleh lembaga pendidikan dan Disperindag Kota Malang sendiri memiliki binaan UKM batik. Industri Batik merupakan salah satu industri yang menarik dikaji rantai nilainya, hal ini dikarenakan batik merupakan salah satu komoditi ekspor unggulan (Mangifera, 2016).

Rantai nilai digambarkan sebagai keseluruhan aktifitas yang disyaratkan untuk membawa barang atau jasa dari tempat perancangan, melalui fase produksi yang beragam, mengirimkan kepada konsumen akhir, dan daur ulang setelah penggunaan. Selanjutnya analisis rantai nilai juga berfungsi untuk mengidentifikasi tahap-tahap rantai nilai di mana industri dapat meningkatkan nilai tambah. Tujuan penelitian ini adalah untuk: 1) mengidentifikasi rantai nilai industri kreatif subsektor industri kerajinan batik di Kelurahan Bunulrejo Kecamatan Blimbing Kota Malang; dan 2) menganalisis peran pihak-pihak terkait dalam industri kreatif subsektor industri kerajinan batik Bunulrejo Kota Malang.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian eksplorasi melalui pendekatan studi kasus guna menginvestigasi dan menangkap proses yang muncul pada wujud rantai nilai industri kreatif di wilayah Bunulrejo Kota Malang. Pendekatan tersebut digunakan untuk menelaah secara rinci dari karakteristik rantai nilai industri kreatif di Bunulrejo Kota Malang dimulai dari proses kreasi, produksi hingga distribusi dan penjualan batik tulis di wilayah Bunulrejo Kota Malang. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan model (Miles dkk., 2013) yang menekankan pada aktivitas analisis dimulai dari tahap pengumpulan data, reduksi data, data display hingga konklusi dan verifikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Identifikasi Rantai Nilai Industri Kreatif Batik Tulis Bunulrejo Kota Malang

a. Aspek Kreasi

Industri kerajinan batik Bunulrejo Kota Malang ditinjau dari aspek kreasi memiliki keunikan disebabkan

industri di tempat tersebut memiliki identitas yang khas, di sisi lain juga karena adanya keragaman motif di antara para pengrajin batik. Sampai saat ini batik Bunulrejo Kota Malang memiliki keunikan, yakni meliputi Batik Kantil, Lembang, Niat Dari Hati, Maora, Tirta Telaga dan Klampisan. Setiap motif batik tersebut memiliki makna sejarah masing-masing. Adapun pembeda yang ada di antara para pengrajin batik Bunulrejo Kota Malang ada pada jenis produknya. Di Tabel 1 ini merupakan pembeda dari setiap produk batik Bunulrejo Kota Malang.

Tabel 1. Perbedaan Motif Batik Bunulrejo

No	Identitas UKM	Motif Batik
1.	Batik Kantil Nama Pemilik: Yusnani Dwiana	
2.	Batik Lembang Nama Pemilik: Wawan	
3.	Batik Niat dari Hati Nama Pemilik: Kusniyati	
4.	Batik Maora Nama Pemilik: Nani Widjayati	
5.	Batik Tirta Telaga Nama Pemilik: Erni Yulita N	
6.	Batik Malang Ranupadma Nama Pemilik: Roostiningrum	
7.	Batik Klampisan Nama Pemilik: Roostiningrum	

b. Aspek Produksi

Proses produksi pada batik Bunulrejo Kota Malang dimulai dari penyediaan bahan baku hingga luaran yang dihasilkan. Artinya, proses ini tidak sampai pada tahap pembiayaan produksi, termasuk biaya upah ataupun biaya kegagalan produksi. Terdapat sumber daya yang dibutuhkan oleh para pengrajin batik di wilayah Bunulrejo Kota

Malang dalam melakukan produksi batik, yakni kain mori, bahan pewarna, canting, dan alat desain, di mana kesemuanya itu merupakan bahan baku. Adapun sumber daya manusia yakni karyawan, tergantung pada jenis batik yang sedang diproduksi dan berapa jumlah luaran yang diharapkan, biasanya terkait jumlah pesanan produk.

Aspek biaya secara keseluruhan menggunakan dana pribadi milik para pengrajin batik Bunulrejo Kota Malang. Biaya ini mencakup sampai ranah pengembangan dan produksi batik yang meliputi pembiayaan input seperti alat, bahan baku, gaji karyawan, hingga pembinaan keterampilan karyawan serta pembiayaan pasca produksi. Pembiayaan pasca produksi meliputi pembiayaan untuk promosi, buka outlet dan mengikuti pameran, hingga penjualan melalui media sosial. Beberapa proses produksi dari pembuatan batik Bunulrejo Kota Malang, baik dari konsep, mencating sampai pewarnaan ditunjukkan pada Gambar 1 berikut ini.



Gambar 1. Proses Pembuatan Batik Tulis Bunulrejo

Sumber daya yang membantu proses produksi masih memanfaatkan POKJA (Kelompok Kerja) dan KBU (Kelompok Usaha Bersama) yang dilakukan oleh pengrajin batik Bunulrejo dalam memenuhi pesanan. Beberapa tenaga yang membantu merupakan orang berpengalaman yang dilatih secara bertahap, dimulai dengan pelatihan bersama untuk mencating dan menstamp, dan selanjutnya menjadi bagian usaha pengrajin batik. Terdapat perbedaan yang menonjol pada proses produksi batik tulis yakni ditinjau dari kebutuhan akan ketelitian dan kesabaran oleh para pengrajin (Mangifera, 2016). Implikasi dari hal ini adalah dibutuhkan sumber daya manusia yang benar-benar memiliki minat dan ketelatenan serta imajinasi yang kuat dalam melakukan produksi pada batik tulis (Nurficahyanti, 2015).



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan KBU di Balai Kelurahan Bunulrejo

Guna meningkatkan sumber daya yang membantu, pengrajin maka mengadakan KBU dengan pelatihan di Kelurahan Bunulrejo Kota Malang. Kegiatan pelatihan dilakukan secara rutin setiap hari Jumat pukul 14.00 WIB sampai selesai. Selain itu pelatihan-pelatihan yang sifatnya insidental juga dilakukan, misalnya pelatihan untuk meningkatkan mutu serta standarisasi produk industri kimia yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian Kota Malang pada tahun 2019.

c. Aspek Distribusi

Proses distribusi batik hasil produksi pengrajin yang ada di Bunulrejo Kota Malang dilakukan dengan memegang kuat asas kualitas hasil produksi. Hal ini memberikan dampak yang sangat positif terhadap penjualan,

di mana para konsumen mau membayar mahal untuk setiap batik yang berhasil diproduksi oleh pengrajin di wilayah Bunulrejo Kota Malang. Terlebih adanya desain yang menarik juga semakin menambah poin plus tersendiri di hati konsumen, sehingga mereka sangat loyal (Morisada dkk., 2019). Jenis batik yang biasa terjual mahal karena kualitas dan desain yang bagus adalah Batik Lembayung.

Terdapat dua jenis distribusi yang dilakukan oleh para pengrajin batik di wilayah Bunulrejo Kota Malang, yakni melalui mekanisme secara langsung dan secara tidak langsung. Distribusi secara langsung yakni para pengrajin batik menjual hasil produksinya melalui outlet yang dimiliki masing-masing, termasuk melalui pameran yang diikuti/diadakan. Adapun distribusi secara tidak langsung biasanya mereka menjual melalui media sosial.

d. Aspek Komersialisasi

Komersialisasi atau proses penjualan produk batik yang dihasilkan oleh pengrajin di Bunulrejo Kota Malang biasanya dilakukan secara mandiri, artinya dijual sendiri. Meski tidak menutup kemungkinan biasanya banyak pemesan yang datang sendiri ke tempat mereka untuk memesan produk tertentu. Berdasarkan analisa penelitian ini, pengrajin batik di Bunulrejo Kota Malang masih sangat kurang dalam aspek promosi produk. Terlebih saat ini merupakan era digital sehingga harusnya mereka banyak memanfaatkan kemajuan teknologi digital dalam memasarkan produk mereka.

Sejauh ini media digital yang digunakan meliputi media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp. Adapun media *offline* yang dimanfaatkan meliputi pembukaan outlet serta keikutsertaan mereka alam ajang pameran. Di Gambar 3 berikut ini merupakan contoh saat dilakukan pameran untuk mempromosikan sekaligus memasarkan produk batik hasil produksi pengrajin di wilayah Bunulrejo Kota Malang.



Gambar 3. Beberapa Pengrajin Batik Tulis Bunulrejo Mengikuti Pameran

Beberapa gambar outlet yang disediakan dari batik Bunulrejo Kota Malang, diantaranya Batik Kantil yang ditunjukkan pada Gambar 4 berikut ini.



Gambar 4. Outlet Batik Kantil

Pengrajin batik di Bunulrejo Kota Malang lebih fokus pada pemasaran dan promosi secara *offline*, dimana mereka terlihat kurang memaksimalkan pada ranah *online* seperti pemanfaatan media sosial layaknya Instagram dan Facebook, termasuk website. Mereka selama ini hanya menekankan pada penjualan secara langsung dan melalui berbagai pameran yang diikuti/diadakan. Tetapi dari kelima pengrajin batik yang ada, Batik Lembayung

dan Batik Kantil lebih aktif dalam memasarkan sekaligus mempromosikan produknya melalui pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan Facebook. Bahkan Batik Lembayung juga merambah ke marketplace yakni Tokopedia.

2. Peran Pemerintah dan Lembaga Terkait

Pengembangan industri kreatif pada industri kerajinan batik Bunulrejo Kota Malang dapat dilakukan melalui upaya kolaborasi antara tiga elemen yang sangat penting, yakni pengrajin batik, pemerintah dan pengusaha atau pihak industri. Komitmen dan koordinasi antar ketiga elemen tersebut yang dilakukan secara berkesinambungan serta sinergi yang kuat dinilai mampu meningkatkan upaya pengembangan industri kreatif di Bunulrejo Kota Malang. Berikut merupakan pemaparan dari peran yang harus dilakukan oleh ketiga elemen, di mana ini terkait aspek finansial maupun non-finansial pada industri kreatif di industri kerajinan batik Bunulrejo Kota Malang.

a. Peran Pemerintah (Dinas Terkait)

Pemerintah Kota Malang dalam hal ini melalui Dinas Koperasi dan UMKM serta Dinas Perdagangan memiliki kewajiban untuk melakukan upaya pendorongan terhadap tumbuh kembang industri kerajinan batik di Bunulrejo Kota Malang. Hal ini dapat dilakukan melalui kebijakan mikro dan budaya, khususnya pada wilayah Bunulrejo melalui pengembangan usaha. Upaya pengubahan orientasi budaya yang ada di Bunulrejo Kota Malang tidak dapat dilakukan secara singkat. Oleh sebab itu, Lurah Bunulrejo Kota Malang beserta seluruh jajaran masyarakat serta Kepala Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kota Malang melakukan launching motif batik Tirto Telogo di Museum Mpu Purwa.

Motif batik Tirto Telogo ini merupakan batik khas dan memiliki kanzah budaya tersendiri bagi wilayah Bunulrejo Kota Malang. Melalui kegiatan KUB, pemerintah daerah melakukan upaya pengenalan budaya batik pada masyarakat luas, di sisi lain juga hal ini untuk meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat. Selain dari kebijakan mikro dan budaya, kebijakan makro juga harus memperoleh perhatian khusus dari pemerintah daerah Kota Malang. Terdapat beberapa alasan yang mendasari hal tersebut, diantaranya adalah sebagai berikut.

- 1) Pemerintah Kota Malang menjamin sistem pasar di sektor industri kreatif batik ini dapat berjalan dengan baik. Hal ini dapat dilakukan melalui kegiatan pameran, di mana kegiatan ini juga sebagai sarana dalam mempromosikan sekaligus memasarkan produk-produk lokal, khususnya batik. Melalui kegiatan pameran juga dapat meningkatkan interaksi masyarakat dengan para pengrajin dan praktisi batik (Wahidin, 2019).
- 2) Pemerintah Kota Malang dapat mendorong insan pengrajin batik untuk mengurus Hak Cipta dan Merek pada pihak yang berwenang. Hal ini dikarenakan potensi pasar karya industri kreatif memiliki kecenderungan terus berkembang, sehingga perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) atas produk ekonomi kreatif guna menjamin hak ekonomi pencetus merupakan suatu hal yang penting (Asri, 2020). Pemberian hak cipta dan merek terhadap pelaku usaha batik dilakukan pemerintah Kota Malang dalam rangka memberdayakan usaha batik. Karena jika batik sudah mempunyai hak cipta dan hak paten dari seseorang, maka karyanya akan terhindar dari diklaim oleh pihak lain.
- 3) Pemerintah Kota Malang dapat memberikan kemudahan pada pemberian bantuan modal usaha kepada para pengrajin batik. Pemerintah Kota Malang dapat bekerja sama dengan pihak-pihak terkait, misalnya untuk memberikan Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang merupakan program dari perbankan nasional BNI, BRI, dan Bank JATIM (Agustina, Yuli dkk., 2021).
- 4) Pemerintah Kota Malang dapat melakukan penataan kelembagaan yang memungkinkan kolaborasi antar pengrajin. Perlu ada jaminan legal tentang hak dan kewajiban setiap pihak dalam menjalin kerja sama usaha. Selain itu pihak pemerintah dan instansi terkait melakukan penguatan kelembagaan kepada masyarakat. Penguatan kelembagaan yang dilakukan oleh dinas terkait, yakni Dinas Koperasi dan UMKM serta Dinas Perdagangan. Misalnya saja seperti pembentukan kelompok yang tergabung dalam KUB pada masyarakat khususnya pelaku usaha batik Malang yang ada di Kelurahan Bunulrejo Kecamatan Blimbing Kota Malang.
- 5) Pemerintah Kota Malang dapat memberikan bantuan non-keuangan yang dapat dilakukan dengan mempercepat izin usaha atau memfasilitasi para pengusaha kecil dan menengah berkunjung ke sentra industri di tempat lain dalam rangka memperluas wawasan mereka.

b. Peran Pengusaha

Selain pihak pemerintah daerah, peran pengusaha juga amat dibutuhkan dalam upaya memberdayakan pengrajin batik tulis yang ada di wilayah Bunulrejo Kota Malang. Pihak pengusaha atau industri memiliki kewajiban khusus untuk memberikan kontribusi berupa penciptaan iklim bisnis yang baik. Misalnya saja terkait penerapan etika bisnis, komitmen

untuk melakukan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, termasuk menjadi kolaborator pemerintah mulai dari skala daerah hingga nasional guna mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat dan pemerintah (Lestari & Hidayat, 2014).

Pelaksanaan kerja sama antar pengusaha batik di dalam lingkup paguyuban juga penting dilakukan karena ini dapat meminimalkan biaya, khususnya pembiayaan input (Utami & Supardal, 2018). Hal ini disebabkan selama ini pada bahan produkti tertentu, inputnya masih diambil dari wilayah luar Bunulrejo Kota Malang. Jika hal tersebut terus-menerus dilakukan maka akan memunculkan masalah pada beban biaya yang ditanggung pengusaha akan membesar, karena bahan baku tidak dibeli secara massal. Berdasarkan hal ini diperlukan adanya kerja sama antara pihak industri yang mampu memasok bahan baku untuk para pengrajin batik di wilayah Bunulrejo Kota Malang.

Saat ini sangat diperlukan untuk dibentuk paguyuban pengrajin batik Bunulrejo Kota Malang agar usaha batik Bunulrejo menjadi lebih efisien dan efektif. Di mana untuk memperoleh input sampai output yakni penjualan, dapat saling memberikan informasi antar anggota paguyuban. Membentuk tim di dalam paguyuban untuk memudahkan koordinasi dengan semua pihak yang terlibat di dalamnya sehingga terorganisir juga perlu dilakukan. Hal inilah yang selama ini belum dimiliki oleh para pengrajin batik di Bunulrejo Kota Malang.

Lebih lanjut, para pengusaha ini juga dapat menginisiasi kemitraan dengan pihak-pihak terkait untuk semakin mendukung upaya pemberdayaan pengrajin batik tulis yang ada di wilayah Bunulrejo Kota Malang. Adapun dalam pencapaian hasil pembinaan dapat diaplikasikan dalam kegiatan wirausaha dengan saling mendukung satu sama lain dan bersaing secara sehat dalam meningkatkan usahanya. Keterlibatan seluruh anggota dan partisipasi dari lembaga terkait sangat diperlukan untuk mendukung upaya pengembangan pengrajin batik tulis yang ada di wilayah Bunulrejo Kota Malang.

SIMPULAN

Kreasi, produksi, distribusi dan penjualan atau komersialisasi merupakan rantai nilai yang ada pada industri kerajinan batik Bunulrejo Kota Malang, Jawa Timur. Nilai-nilai tersebut ialah proses usaha di dalam industri batik Bunulrejo Kota Malang. Karakteristik rantai nilai pada pengrajin Batik Tulis Bunulrejo Kota Malang berjalan secara baik dengan kearifan lokal. Proses kreasi menjadi bentuk keunggulan sentra batik tulis dengan originalitas kreasinya, didukung nilai-nilai historis di Bunulrejo Kota Malang. Proses produksi didukung dengan ketersediaan bahan baku yang cukup dan sumber daya manusia yang selalu berusaha meningkatkan kemampuan berkreasi dengan aktif mengikuti berbagai pelatihan, tetapi skema pembiayaan masih menggunakan modal sendiri. Distribusi dilakukan melalui outlet dan pameran-pameran, sedangkan proses komersialisasi atau penjualan terbentuk melalui *marketing, promotion* dan *service*.

Pengembangan industri kreatif pada industri kerajinan batik Bunulrejo Kota Malang dapat dilakukan melalui upaya kolaborasi antara tiga elemen yang sangat penting, yakni pengrajin batik, pemerintah dan pengusaha atau pihak industri. Komitmen dan koordinasi antar ketiga elemen tersebut yang dilakukan secara berkesinambungan serta sinergi yang kuat dinilai mampu meningkatkan upaya pengembangan industri kreatif di Bunulrejo Kota Malang. Di mana pemerintah Kota Malang sejauh ini mengambil peran sebagai pemberi sosialisasi terkait batik Bunulrejo Kota Malang ke audiens luar. Hal ini biasa dilakukan secara langsung maupun tidak langsung melalui pemanfaatan media resmi pemerintah Kota Malang, di sisi lain juga anggota pelatihan mengadakan festival di wilayah Bunulrejo Kota Malang maupun selainnya. Beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh pemerintah antara lain adalah, adanya sistem pasar bisa bekerja dengan baik, pemberian hak cipta dan merek, kemudahan akses bantuan modal, penataan kelembagaan dan fasilitas percepatan izin usaha.

Melalui hasil penelitian ini juga ditemukan bahwa paguyuban pengrajin batik sangat berperan dalam meningkatkan motivasi kewirausahaan para pengrajin batik yang ada di wilayah Bunulrejo Kota Malang. Hal ini juga semakin mengeksplorasi temuan bahwa para pengrajin batik di Bunulrejo Kota Malang mendapatkan dampak positif terhadap pelatihan dan pembinaan yang dilakukan. Secara perlahan hal ini akan turut meningkatkan pendapatan mereka dalam melakukan usaha di bidang batik Bunulrejo.

DAFTAR RUJUKAN

- Agustina, Y., Winarno, A., Pratikto, H., Narmaditya, B. S., & Filianti, F. (2020). A Creative Economy Development Strategy: The Case of Trenggalek Creative Network for Trenggalek Regency, Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(12), 1111–1122. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no12.1111>
- Agustina, Yuli, Rahman, A., & Filianti, F. (2021). Insentif Pajak: Solusi Tepat bagi UMKM di Masa Pandemi Covid-19. *Wikrama Parahita : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 149–155. <https://doi.org/10.30656/jpmwp.v5i2.2618>

- Asri, D. P. B. (2020). Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual Bagi Produk Kreatif Usaha Kecil Menengah Di Yogyakarta. *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, 27(1). <https://doi.org/10.20885/iustum.vol27.iss1.art7>
- BEKRAF. (2019). *Creative Economy Outlook 2019 (OPUS Indonesia)*. Badan Ekonomi Kreatif, Republik Indonesia.
- Bell, D., & Jayne, M. (2010). The creative countryside: Policy and practice in the UK rural cultural economy. *Journal of Rural Studies*, 26(3), 209–218. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2010.01.001>
- Coles, A. (2016). Creative class politics: Unions and the creative economy. *International Journal of Cultural Policy*, 22(3), 456–472. <https://doi.org/10.1080/10286632.2014.994612>
- Fathurahman, H., & Huseini, M. (2018). Mapping of Regional Economic Potential Based on Creative Economy to Support Creation of Regional Competitiveness. *KnE Social Sciences*, 3(10), 310. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i10.2918>
- Fleischmann, K., Welters, R., & Daniel, R. (2017). *CREATIVE INDUSTRIES AND REGIONAL ECONOMIC DEVELOPMENT: CAN A CREATIVE INDUSTRIES HUB SPARK NEW WAYS TO GROW A REGIONAL ECONOMY?* 26.
- Florida, R., & Adler, P. (2019). The Creative Class and the Creative Economy. Dalam *Reference Module in Neuroscience and Biobehavioral Psychology* (hlm. B9780128093245237000). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-809324-5.23766-8>
- Hsiao, S., Wang, P., Chiu, C., Chung, G., Peng, K., & Shih, M. (2010). A study of Linkage Analysis on The Cultural and Creative Industries. *International Journal of Information Processing and Management*, 1(2), 133–139. <https://doi.org/10.4156/ijipm.vol1.issue2.16>
- Lestari, E., & Hidayat, P. (2014). Analisis Persepsi Pengusaha terhadap Iklim USAha di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 2(3), 14787.
- Mangifera, L. (2016). ANALISIS RANTAI NILAI (VALUE CHAIN) PADA PRODUK BATIK TULIS DI SURAKARTA. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 24–33. <https://doi.org/10.23917/benefit.v1i1.1412>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2013). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. SAGE Publications.
- Morisada, M., Miwa, Y., & Dahana, W. D. (2019). Identifying valuable customer segments in online fashion markets: An implication for customer tier programs. *Electronic Commerce Research and Applications*, 33, 100822. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2018.100822>
- Nurficahyanti, F. (2015). Model Komunikasi Pemasaran Paguyuban Batik Tulis. *Jurnal ASPIKOM*, 2(5), 304–313. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v2i5.82>
- Sopannah, A., Bahri, S., & Ghozali, M. (2018). Creative Economic Development Strategy in Malang City. *KnE Social Sciences*, 3(10). <https://doi.org/10.18502/kss.v3i10.3386>
- Utami, S., & Supardal, D. (2018). PELEMBAGAAN PAGUYUBAN KELOMPOK JEJARING UKM PRODUK SEJENIS DALAM RANGKA MENGHADAPI PASAR GLOBAL. *Jurnal Pembangunan Masyarakat Dan Desa*, 27(2), 100–113.
- Wahidin, D. (2019). Transformasi Industri Kreatif Batik Dalam Rangka Peningkatan Ketahanan Kerajinan Kain Batik (Studi di Dusun Giriloyo, Desa Wukirsari, Kecamatan Imogiri, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Ketahanan Nasional*, 25(3), 348. <https://doi.org/10.22146/jkn.49812>

CURRENT RATIO DAN RETURN ON TOTAL ASSET MAMPU MEMPREDIKSI KONDISI FINANCIAL DISTRESS PADA PERUSAHAAN TRANSPORTATION, TELECOMMUNICATION, DAN INFRASTRUCTURE YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) TAHUN 2016-2018

Resti Aldila Putri¹, Heri Pratikto²

^{1,2}Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang

¹ ✉ restialdila@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi variabel dan menguji pengaruh rasio keuangan yang diprosikan dengan *current ratio* (CR), *return on total asset* (ROA), dan *total debt to total asset* (DAR) terhadap terjadinya *financial distress*. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan data sekunder. Sampel yang diperoleh terdiri dari 35 perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis statistik deskriptif dan analisis regresi logistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata CR dan DAR berada pada kategori yang cukup rendah. Sedangkan rata-rata ROA, berada dalam kategori yang cukup rendah untuk perusahaan *non-distress*, dan kategori yang cukup tinggi untuk perusahaan *distress*. Selain itu, CR dan ROA memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kondisi *financial distress*. Sedangkan DAR tidak memiliki pengaruh terhadap kondisi *financial distress*.

Kata Kunci: *Financial Distress, Current Ratio (CR), Return on Total Asset (ROA), Total Debt to Total Asset (DAR), Regresi Logistik.*

Abstract

The purpose of the study is to determine the condition of variable and examine the effect of financial ratios that are proxied by the *current ratio* (CR), *return on total asset* (ROA), and *total debt to total asset* (DAR) on the occurrence of *financial distress*. The research is a type of quantitative descriptive study with a secondary data. Samples obtained consisted of 35 companies. The data analysis technique used a descriptive statistical analysis and logistic regression analysis using the SPSS program. Results show that, the average CR and DAR are in the low category. While the average ROA are in the low category on *non-distress* companies, and high categories on *distress* companies. Results show that CR and ROA have a significant effect in *financial distress* condition. While DAR does not have a effect on *financial distress*.

Keywords: *Financial Distress, Current Ratio (CR), Return on Total Asset (ROA), Total Debt to Total Asset (DAR), Logistic Regression.*

PENDAHULUAN

Tingginya persaingan dunia bisnis yang terus terjadi menyebabkan setiap perusahaan atau pelaku usaha didorong untuk selalu mempersiapkan diri dalam menyempurnakan atau memperkuat produk dan jasa yang dimiliki. Meningkatnya perkembangan dunia bisnis tersebut membuat salah satu perusahaan yang bergerak dibidang transportasi menjadi memunculkan sebuah ide baru untuk berinovasi serta menawarkan suatu hal yang berbeda dan unik dari bentuk tawaran yang telah beredar di pasar sebelumnya, perusahaan tersebut yaitu *Go-Jek* dan *Grab*. Pada kedua perusahaan tersebut, jasa yang mereka tawarkan dinilai unik dan berbeda oleh konsumen dibandingkan dengan jasa yang sebelumnya telah ada di pasar, seperti layanan taxi (*Blue Bird*) maupun ojek pangkalan. Inovasi dan kebaruan produk atau jasa memang diperlukan oleh setiap perusahaan guna mempertahankan keunikannya, sebab setiap produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan akan memiliki sebuah perjalanan atau siklus kehidupan yang biasa disebut dengan *product life cycle* (siklus hidup produk). Pada siklus *decline*, perusahaan yang tidak melakukan perbaruan atau inovasi atas produknya akan mulai perlahan ditinggalkan oleh masyarakat. Ketika perusahaan mengalami hal seperti itu, maka akan memberikan dampak dan pengaruh pada keberlangsungan usia perusahaan itu sendiri, serta aktivitas perusahaan dalam menghasilkan profitabilitas.

Dalam kondisi *decline*, perusahaan yang telah tertinggal dan tidak mampu memperbaiki kinerjanya dalam memperoleh laba maka lambat laun akan mengalami kesulitan keuangan yang pada akhirnya dapat membuat perusahaan tersebut berpotensi mengalami suatu kebangkrutan. Menurut Hanafi & Halim (2009:262) kesulitan keuangan dapat diartikan sebagai ketidakmampuan perusahaan untuk membayar kewajiban keuangannya pada saat jatuh tempo yang menyebabkan kebangkrutan perusahaan. Sedangkan menurut Hapsari (2012) *financial distress* atau kesulitan keuangan merupakan kondisi dimana keuangan perusahaan dalam keadaan tidak sehat atau krisis dan kondisi tersebut terjadi sebelum kebangkrutan serta terjadi saat perusahaan mengalami kerugian beberapa tahun (EBIT negatif). Adapun data dari beberapa perusahaan yang mengalami kesulitan keuangan dengan laba yang negatif (rugi) secara berturut-turut dalam beberapa tahun pada sektor perusahaan transportasi, telekomunikasi, dan infrastruktur, adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Daftar Perusahaan yang Mengalami EBIT Negatif 3 Tahun Berturut-Turut

Kode Perusahaan	<i>Earning Before Interest and Tax (EBIT)</i> (dalam jutaan rupiah)		
	2016	2017	2018
APOL	(212.267)	(253.012)	(237.908)
BBRM	(102.101)	(534.312)	(110.186)
FREN	(2.474.473)	(2.777.643)	(3.285.837)
GOLD	(6.346)	(74)	(7.159)
IATA	(173.456)	(1.249.37)	(131.582)
LEAD	(288.815)	(280.336)	(635.856)
LRNA	(28.335)	(37.220)	(28.326)
MBSS	(420.041)	(125.671)	(236.247)
MIRA	(35.954)	(21.808)	(440)
RIGS	(171.042)	(182.203)	(195.435)
TAXI	(233.364)	(548.791)	(872.192)
WINS	(311.181)	(560.502)	(507.704)

Sumber: Data Diolah Peneliti dari idx.co.id

Menurut Hanafi & Halim (2009:263) indikator kesulitan keuangan dapat dilihat dari analisis aliran kas, analisis strategi perusahaan, atau laporan keuangan perusahaan. Selain itu, masuknya perusahaan pada situasi *financial distress* juga dimulai dari adanya pengelolaan yang lemah terhadap perusahaan, salah satu bentuk pengelolaan yang lemah tersebut yaitu pada kondisi keuangan perusahaan yang perlahan terus-menerus menurun (Manurung, 2012:97). Dengan begitu, situasi tersebut dapat dijadikan sebagai salah satu tanda yang dapat diperhatikan dari gejala awal dalam terjadinya kebangkrutan. Sama halnya dengan teori yang juga dinyatakan oleh Almilia & Kristijadi (2003), bahwa *financial distress* terjadi pada saat sebelum kebangkrutan, maka dengan begitu *financial distress* dapat dianggap sebagai sebuah sinyal dan peringatan dini bagi perusahaan menuju kebangkrutannya, yang apabila tidak segera diatasi maka akan berdampak dan menyebabkan kebangkrutan pada perusahaan itu sendiri. Berdasarkan teori diatas, maka untuk mengetahui adanya gejala kebangkrutan diperlukan suatu prediktor dari *financial distress* guna menghindari kerugian dalam menjalankan usaha. Salah satu indikator yang dapat digunakan sebagai alat ukur suatu perusahaan mengalami *financial distress* atau tidak yaitu dengan melihat kondisi keuangan perusahaan pada laporan keuangannya (Hanafi & Halim, 2009:263). Untuk dapat mengetahui kinerja sebuah perusahaan melalui laporan keuangannya, banyak yang dapat dilakukan seperti salah satu diantaranya yakni dengan melakukan analisis rasio keuangan.

Tidak sedikit peneliti yang telah menghasilkan uji tentang *financial distress* pada beberapa perusahaan, dengan salah satunya yaitu menguji terkait pengaruh rasio keuangan dalam memprediksi kondisi *financial distress* perusahaan. Seperti halnya dalam penelitian milik Hapsari (2012) yang memberikan hasil bahwa rasio likuiditas dan rasio profitabilitas tidak berpengaruh signifikan dalam memprediksi kondisi *financial distress* perusahaan. Hasil tersebut berbeda dari penelitian yang juga dilakukan oleh Almilia & Kristijadi (2003) dimana rasio likuiditas, rasio *profit margin*, rasio *financial leverage*, dan rasio pertumbuhan memiliki pengaruh yang signifikan dalam memprediksi *financial distress* perusahaan. Selain itu, adapun peneliti lain yakni milik Widarjo & Setiawan (2009) yang juga menguji tentang pengaruh rasio keuangan dalam memprediksi *financial distress* perusahaan. Dalam penelitiannya

disebutkan bahwa rasio likuiditas yang diukur menggunakan *current ratio* dan *cash ratio* tidak berpengaruh terhadap *financial distress*, namun rasio likuiditas yang diukur menggunakan *quick ratio* berpengaruh negatif terhadap *financial distress*. Sedangkan rasio *financial leverage* dan rasio pertumbuhan juga tidak berpengaruh terhadap *financial distress*.

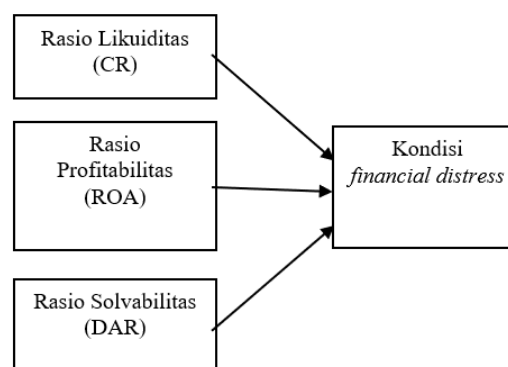
Hasil penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu di atas menunjukkan adanya inkonsistensi hasil. Perbedaan tersebut diduga disebabkan karena setiap proksi variabel yang digunakan mungkin tepat untuk jenis perusahaan tertentu, namun kemungkinan tidak tepat untuk jenis perusahaan lainnya. Dengan demikian, berdasarkan beberapa proksi variabel yang telah digunakan tersebut, maka peneliti menggunakan proksi variabel untuk diuji pengaruhnya terhadap kondisi *financial distress*, rasio tersebut diantaranya yaitu rasio likuiditas (*current ratio*), rasio profitabilitas (*return on total asset*), dan rasio solvabilitas (*total debt to total asset ratio*), sehingga dalam penelitian ini didapatkan judul yaitu "Pengaruh Rasio Keuangan Dalam Memprediksi Kondisi Financial Distress Pada Perusahaan *Transportation*, *Telecommunication*, dan *Infrastructure* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2016-2018". Dengan demikian, hipotesis yang muncul sebagai jawaban sementara dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1: Rasio likuiditas (*current ratio*) berpengaruh signifikan terhadap kondisi *financial distress* pada perusahaan *transportation*, *telecommunication*, dan *infrastructure* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
 H2: Rasio profitabilitas (*return on total asset*) berpengaruh signifikan terhadap kondisi *financial distress* pada perusahaan *transportation*, *telecommunication*, dan *infrastructure* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
 H3: Rasio solvabilitas (*total debt to total asset ratio*) berpengaruh signifikan terhadap kondisi *financial distress* pada perusahaan *transportation*, *telecommunication*, dan *infrastructure* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

METODE PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji adanya pengaruh rasio keuangan dalam memprediksi kondisi *financial distress*. Berdasarkan tujuan tersebut, penelitian ini dapat dikategorikan sebagai penelitian yang bersifat menanyakan hubungan atau pengaruh yang terbentuk dari variabel independen dan variabel dependen. Selain itu, penelitian ini juga termasuk penelitian kuantitatif dalam melakukan perhitungan rasio guna mendeteksi kesehatan keuangan perusahaan.

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan sektor *transportation*, *telecommunication*, dan *infrastructure* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2018 dengan menggunakan teknik analisis regresi logistik. Variabel dalam penelitian ini meliputi variabel bebas yakni rasio keuangan, dimana rasio tersebut diproksi menggunakan 3 variabel yaitu rasio likuiditas (CR), rasio profitabilitas (ROA), dan rasio solvabilitas (DAR), serta variabel terikatnya yaitu *financial distress*. Adapun Gambar 1 berikut yang menunjukkan gambar rancangan dari penelitian ini.



Gambar 1. Rancangan Penelitian ini

Populasi pada penelitian ini merupakan seluruh perusahaan yang bergerak pada bidang *transportation*, *telecommunication*, dan *infrastructure* yang laporan keuangannya dipublikasi dalam Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2018. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dalam teknik *sampling*. Pada *purposive sampling*, peneliti menetapkan kriteria tertentu sesuai dengan kebutuhan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian milik Hapsari (2012), sehingga didapatkan kriteria perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini diantaranya yaitu: (1) Laporan keuangan lengkap dan data

lengkap dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2016-2018, (2) Perusahaan yang selama 3 tahun berturut-turut mengalami *earning before interest and tax* (EBIT) negatif dikategorikan sebagai perusahaan yang mengalami *financial distress* dan perusahaan yang tidak mengalami laba sebelum pajak negatif selama 3 tahun berturut-turut dikategorikan sebagai perusahaan yang tidak mengalami *financial distress*.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan data sekunder sehingga peneliti menggunakan teknik dokumentasi dengan cara mengumpulkan data yang berupa laporan keuangan tahunan yang dipublikasikan oleh Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016 hingga tahun 2018. Pengujian dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan statistik deskriptif dan regresi logistik (*logistic regression*). Alasan pemilihan metode ini bahwa regresi logistik merupakan alat analisis yang digunakan untuk menguji apakah probabilitas terjadinya variabel terikat dapat diprediksi oleh variabel bebas pada penelitian (Ghozali, 2011:333). Data yang digunakan dalam penelitian ini juga bersifat non-metrik (pengkategorian) pada variabel dependen, sedangkan variabel independen merupakan data metrik. Pada variabel dependen, perusahaan yang dikategorikan sebagai perusahaan *distress* akan diberi kode 1, sedangkan untuk perusahaan *non-distress* akan diberi kode 0.

HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Adapun untuk mengukur masing-masing variabel sebelum dilakukan analisis dalam penelitian ini diukur dengan rumus sebagai berikut:

1. Menghitung Rasio Likuiditas (*Current Ratio*), untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam memenuhi hutang jangka pendek dengan menggunakan aktiva lancar yang dimilikinya.

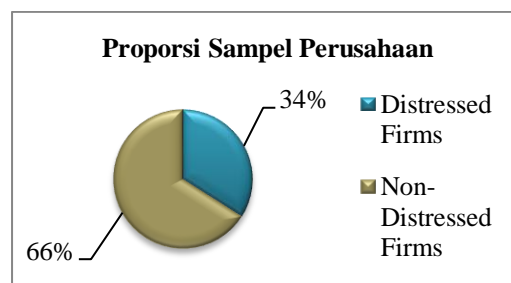
$$\text{Current ratio} = \frac{\text{Current asset}}{\text{Current liabilities}}$$

2. Menghitung Rasio Profitabilitas (*Return on Total Asset*), untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan total aset yang dimiliki perusahaan.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Earning before interest and tax}}{\text{Total asset}}$$

3. Menghitung Rasio Solvabilitas (*Total Debt to Total Asset*), untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam melunasi semua kewajibannya, baik kewajiban jangka panjang maupun jangka pendek dengan menggunakan total aset yang dimilikinya.

$$\text{DAR} = \frac{\text{Total liabilities}}{\text{Total asset}}$$



Gambar 2. Proporsi Sampel Perusahaan

Kondisi *financial distress* pada sampel yang diteliti dapat dibedakan menjadi kategori perusahaan yang tergolong perusahaan *distress* dan perusahaan *non-distress*. Pada Gambar 2 diperlihatkan bahwa sampel dalam penelitian ini didominasi oleh perusahaan yang berada pada kategori *non-distress*, yakni berjumlah 23 sampel atau sebesar 66% dari total sampel yang diteliti. Sedangkan sisanya yakni 12 sampel atau sebesar 34% berada pada kategori perusahaan yang mengalami *financial distress*.

Tabel 2. Statistik Deskriptif CR

	N	Min	Max	Mean
Distress	12	,04	3,87	1,0335
NonDistress	32	,09	5,54	1,2092
Rata-rata Keseluruhan				1,12

Dari keseluruhan sampel perusahaan, rata-rata CR yang dihasilkan adalah sebesar 1,12. Adanya perbedaan nilai CR yang dihasilkan pada masing-masing kategori perusahaan tersebut menunjukkan bahwa rata-rata CR pada perusahaan *non-distress* lebih tinggi dibandingkan rata-rata CR pada perusahaan *distress*, bahkan juga melebihi rata-rata CR secara keseluruhan perusahaan. Artinya, kemampuan perusahaan kategori *non-distress* dalam melunasi hutang jangka pendeknya lebih baik dibanding perusahaan *distress*. Kemampuan tersebut terlihat dari ketersediaan aset lancarnya yang dapat digunakan sebagai jaminan dalam pelunasan hutang-hutang jangka pendeknya lebih tinggi, sehingga rasio yang dihasilkan juga tinggi. Dalam persusahaan sampel, perusahaan yang memiliki angka CR tinggi diduga mengalami peningkatan jumlah aset lancar, sehingga aset lancar yang dimiliki dinilai lebih memadai untuk menjamin pelunasan hutang jangka pendeknya. Peningkatan aset tersebut disebabkan karena meningkatnya pendapatan yang diperoleh perusahaan. Selain itu, menurunnya jumlah pinjaman bank juga dapat menjadi faktor tingginya angka *current ratio* yang dihasilkan.

Tabel 3. Statistik Deskriptif ROA

	N	Min	Max	Mean
Distress	12	-,35	-,02	-,1367
NonDistress	23	-,08	,61	,0596

Dari keseluruhan sampel perusahaan, rata-rata ROA yang dihasilkan adalah sebesar -0,04. Pada perusahaan kategori *distress*, nilai rata-rata yang didapatkan adalah sebesar -0,13, sedangkan rata-rata ROA pada perusahaan *non-distress* adalah sebesar 0,05. Dari dua perbedaan nilai rata-rata tersebut, terlihat bahwa rata-rata ROA pada perusahaan *non-distress* lebih tinggi dibandingkan rata-rata ROA pada perusahaan *distress*. Adanya perbedaan nilai rata-rata ROA diatas menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan *non-distress* dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan total aset yang dimiliki jauh lebih baik dibandingkan dengan kemampuan perusahaan *distress*. Dalam perusahaan sampel, rata-rata ROA yang tinggi terjadi karena kegiatan operasional perusahaan untuk melakukan penjualan dapat dilakukan dengan maksimal, sehingga laba yang dihasilkan juga maksimal. Maksimalnya perusahaan dalam memperoleh laba tersebut disebabkan karena adanya penambahan unit armada (pada perusahaan transportasi). Selain itu, peningkatan laba yang dialami oleh perusahaan transportasi juga timbul dari adanya pengembangan layanan baru berupa penerimaan layanan logistik dan penyewaan armada. Sedangkan bentuk peningkatan laba yang dialami oleh perusahaan telekomunikasi dan infrastruktur yaitu dari adanya pengembananagan layanan-layanan baru dan kerja sama atas jasa yang mereka tawarkan dalam segi jaringan provider berupa paket internet. Selain itu, tingginya angka ROA pada perusahaan juga dapat disebabkan oleh langkah perusahaan dalam melakukan pengefisienan pengelolaan keuangannya, sehingga dapat menekan beban-beban yang dikeluarkan yang menyebabkan pengurangan atas laba yang diperoleh menjadi lebih kecil.

Tabel 4. Statistik Deskriptif DAR

	N	Min	Max	Mean
Distress	12	,17	6,27	,9700
NonDistress	23	,09	2,48	,7226

Dari keseluruhan sampel perusahaan, rata-rata DAR yang dihasilkan adalah sebesar 0,85. Pada perusahaan kategori *distress*, nilai rata-rata yang didapatkan adalah sebesar 0,97, sedangkan rata-rata DAR pada perusahaan *non-distress* adalah sebesar 0,72. Dari dua perbedaan nilai rata-rata tersebut, terlihat bahwa rata-rata DAR pada perusahaan *distress* lebih tinggi dibandingkan rata-rata DAR pada perusahaan *non-distress*. Tingginya angka DAR yang dihasilkan dapat memberikan gambaran bahwa kesehatan keuangan pada perusahaan *distress* dalam keadaan kurang sehat. Hal tersebut tercermin dari total hutang yang dimiliki perusahaan lebih tinggi dari total aset yang tersedia. Dalam tabel 5.3 diatas, ditunjukkan bahwa keseluruhan aset yang dimiliki perusahaan *distress* sebagai

jaminan pelunasan hutang-hutangnya tidak lebih mencukupi dibandingkan perusahaan *non-distress*. Faktor yang menjadi penyebab perusahaan tidak memiliki jaminan pelunasan hutang yang memadai adalah kurang ketersediaan total aset yang dimiliki. Nilai hutang yang tinggi pada perusahaan sampel disebabkan karena tingginya jumlah pinjaman yang dilakukan perusahaan baik dalam jangka pendek ataupun jangka panjang.

Tabel 6. Iteration History

Iteration		-2 Log likelihood	Coefficients			
			Constant	CR	ROA	DAR
Step 1	1	32,391	-,681	-,081	-7,541	,307
	2	25,014	-1,285	-,232	-16,975	,543
	3	21,401	-2,616	-,496	-27,244	1,798
	4	20,685	-3,442	-,649	-34,453	2,478
	5	20,646	-3,672	-,686	-36,670	2,653
	6	20,646	-3,688	-,688	-36,833	2,666
	7	20,646	-3,688	-,688	-36,834	2,666

Tabel diatas merupakan hasil *iteration history* dari regresi logistik yang telah dilakukan. Pada tabel tersebut ditunjukkan angka yang dihasilkan -2Loglikelihood awal hingga -2Loglikelihood akhir selalu menurun, yaitu dari 32,391 menjadi 20,646. Artinya, ketika telah terjadi penurunan antara -2LL awal dengan -2LL akhir, maka persamaan regresi logistik yang digunakan dalam penelitian ini dengan memasukkan variabel-variabel independen dikatakan *fit* dengan data. Dengan demikian, model yang digunakan dalam penelitian ini dikatakan layak.

Tabel 7. Omnibus Test of Model Coefficients

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	27,158	3	,000
	Block	27,158	3	,000
	Model	27,158	3	,000

Tabel 8. Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	2,368	7	,937

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, nilai sig yang dihasilkan pada tabel *omnibus test of model coefficients* adalah sebesar ,000 yang artinya nilai tersebut lebih kecil dari nilai *alpha* yang digunakan yaitu 0,05. Apabila hasil nilai sig < *alpha*, maka data yang digunakan dalam penelitian ini dikatakan layak. Berbeda *hosmer and lemeshow test*, untuk dapat dikatakan *fit*, maka nilai sig yang dihasilkan harus lebih besar dari *alpha*. Pada tabel 4.9 diatas, ditunjukkan bahwa nilai sig yang dihasilkan dari regresi logistik tersebut adalah sebesar 0,93. Angka tersebut menunjukkan bahwa nilai sig > *alpha*, artinya model yang digunakan dalam penelitian ini sudah tepat atau layak.

Tabel 9. Model Summary

Step	-2Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	20,646	,540	,725

Pada tabel diatas, nilai *nagelkerke's R square* yang dihasilkan adalah 0,725 atau sebesar 72,5%, yang artinya variabel dependen dalam penelitian ini yaitu *financial distress* dapat dijelaskan oleh variabel independen yakni CR, ROA, dan DAR dengan tingkat prediksi sebesar 72,5%, sedangkan 27,5% sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Tabel 10. Variables in the Equation

		B	Sig.	Hasil
Step 1	CR	-,688	,023	Berpengaruh sig
	ROA	-36,834	,003	Berpengaruh sig
	DAR	2,666	,074	Tidak berpengaruh sig
	Constant	-3,688	,036	

Hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini dengan menggunakan regresi logit menunjukkan bahwa *current ratio* (CR) bertanda negatif dan berpengaruh signifikan terhadap kondisi *financial distress* perusahaan. Hasil tersebut ditunjukkan dari hasil nilai sig regresi logit CR (CA/CL) sebesar 0,023, yang artinya nilai sig yang dihasilkan lebih kecil dari *alpha* yang digunakan yaitu 5% atau 0,05. Selain itu, hasil koefisien regresi yang dihasilkan adalah sebesar -0,688, yang artinya bahwa dengan meningkatnya 1 nilai CR, maka tingkat *financial distress* akan menurun sebesar 0,688. Dengan begitu, uji hipotesis dari regresi logit tersebut sesuai dengan hipotesis yang diajukan, yaitu *current ratio* (CR) berpengaruh signifikan terhadap kondisi *financial distress* perusahaan, sehingga H1 dalam penelitian ini dapat diterima. Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian milik Almilia & Kristijadi (2003), dimana dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *current ratio* (CR) berpengaruh signifikan terhadap kondisi *financial distress* perusahaan.

Pengujian hipotesis ke-dua dalam penelitian ini yakni pada variabel *return on total asset* (ROA). Hasil uji regresi logit menunjukkan bahwa *return on total asset* (ROA) bertanda negatif dan berpengaruh signifikan terhadap kondisi *financial distress*. Hasil tersebut ditunjukkan dari hasil sig regresi logit ROA (EBIT/TA) sebesar 0,003, yang artinya nilai sig yang dihasilkan lebih kecil dari tingkat *alpha* yang digunakan. Selain itu, hasil koefisien regresi yang dihasilkan adalah sebesar -36,834, yang menunjukkan bahwa dengan meningkatnya 1 nilai ROA maka tingkat *financial distress* akan turun sebesar 36,834. Dengan begitu, uji hipotesis dari regresi logit tersebut sesuai dengan hipotesis yang diajukan yaitu bahwa *return on total asset* (ROA) berpengaruh signifikan terhadap kondisi *financial distress* perusahaan, sehingga H2 dalam penelitian ini diterima. Hasil uji regresi ke-dua dalam penelitian ini juga didukung oleh hasil penelitian milik Hapsari (2012) dan Widarjo & Setiawan (2009), dimana dari penelitian milik Hapsari (2012) menunjukkan bahwa *return on total asset* bertanda negatif dan berpengaruh signifikan terhadap kondisi *financial distress*. Begitu pula dari hasil penelitian milik Widarjo & Setiawan (2009) yang juga menyebutkan bahwa rasio profitabilitas yang diukur menggunakan *return on total asset* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kondisi *financial distress*.

Hasil pengujian hipotesis ke-tiga dalam penelitian ini dengan menggunakan regresi logit menunjukkan bahwa *total debt to total asset* (DAR) bertanda positif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap kondisi *financial distress* perusahaan. Hasil tersebut ditunjukkan dari hasil koefisien regresi logit DAR (TL/TA) sebesar 2,666 dengan nilai sig sebesar 0,074, yang artinya nilai sig yang dihasilkan lebih besar dari tingkat *alpha* yang digunakan. Dengan begitu, uji hipotesis dari regresi logit tersebut tidak sesuai dengan hipotesis yang diajukan, yaitu *total debt to total asset* (DAR) berpengaruh signifikan terhadap kondisi *financial distress* perusahaan, sehingga H3 dalam penelitian ini tidak dapat diterima. Hasil uji regresi ke-tiga dalam penelitian ini didukung oleh hasil penelitian milik Widarjo & Setiawan (2009) dan Almilia & Kristijadi (2003), dimana dari hasil kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa *total debt to total asset* (DAR) tidak berpengaruh dimana dari hasil kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa *total debt to total asset* (DAR) tidak berpengaruh signifikan terhadap kondisi *financial distress* perusahaan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan diatas, maka kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini adalah bahwa dari proporsi jumlah sampel yang diteliti, perusahaan *transportation*, *telecommunication*, dan *infrastructure* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2016-2018 mayoritas berada pada kategori perusahaan *non-distress* atau *healthy firms*. Rata-rata *current ratio* (CR) pada kategori *distress firms* dan *non-distress firms* berada pada klasifikasi yang cukup rendah. Rata-rata *return on total asset* (ROA) pada kategori *distress firms* berada pada klasifikasi yang cukup tinggi, sedangkan pada kategori *non-distress firms* berada pada klasifikasi yang cukup rendah. Rata-rata *total debt to total asset* (DAR) pada kategori *distress firms* berada pada klasifikasi yang rendah, sedangkan pada kategori *non-distress firms* berada pada klasifikasi yang cukup rendah.

Berdasarkan hasil regresi logistik, *current ratio* (CR) berpengaruh negatif dalam memprediksi *financial distress*. Artinya, jika semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam melakukan pelunasan hutang lancar melalui

aset lancarnya, maka kemungkinan perusahaan dalam mengalami *financial distress* menjadi semakin kecil. Begitu pula sebaliknya. Sama halnya dengan *return on total asset* (ROA) yang juga berpengaruh negatif dalam memprediksi kondisi *financial distress*. Artinya, jika semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam melakukan efisiensi penggunaan total aset dalam menghasilkan laba bersih, maka kemungkinan perusahaan dalam mengalami *financial distress* menjadi semakin kecil. Begitu pun sebaliknya. Sedangkan *total debt to total asset* (DAR) tidak memiliki pengaruh dalam memprediksi kondisi *financial distress*.

DAFTAR RUJUKAN

- Almilia, L.S dan Kristijadi. 2003. Analisis Rasio Keuangan Untuk Memprediksi Kondisi *Financial Distress* Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*. Vol. 7, No. 2, Desember 2003.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fahmi, I. 2013. *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gunawan, B dkk. 2017. Perbandingan Prediksi *Financial Distress* Dengan Model Altman, Grover, dan Zmijewski. *Jurnal Akuntansi dan Investasi*. Vol. 18, No. 1, Januari 2017.
- Hanafi, M.M. 2010. *Manajemen Keuangan Cetakan ke lima*. Yogyakarta: BPFE.
- Hanafi, M.M dan Halim, A. 2009. *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: UUP AMP-YKPN.
- Hapsari, E.I. 2012. Kekuatan Rasio Keuangan Dalam Memprediksi Kondisi *Financial Distress* Perusahaan Manufaktur di BEI. *Jurnal Dinamika Manajemen*. Vol. 3, No. 2, 2012, pp: 101-109.
- Kasmir. 2013. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2014. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P dan Armstrong, G. 2008. *Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi kedua belas, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Manurung, A.H. 2012. *Teori Keuangan Perusahaan*. Jakarta: PT Adler Manurung Press.
- Putri, V. A. 2019. Pengaruh Penerapan Corporate Governance Terhadap Tingkat Financial Distress (Studi pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017). Malang: Universitas Negeri Malang. Skripsi.
- Siregar, S. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Universitas Negeri Malang. 2017. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Tugas Akhir, Skripsi, Tesis, Disertasi, Artikel, Makalah, dan Laporan Penelitian, Edisi Keenam*. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Widarjo, W dan Setiawan, D. 2009. Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Kondisi *Financial Distress* Perusahaan Otomotif. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*. Vol. 11, No. 2, Agustus 2009.
- <https://www.idx.co.id>
- <https://www.kumparan.com>

ISBN 9786024707378 (PDF)



9 786024 707378

Anggota IKAPI No. 059/JTI/89