

P-ISSN 2655 - 2922
E-ISSN 2656 - 632X



Volume 4 Nomor 1 Tahun 2022

Anteseden Profitabilitas Bank BUMN di Indonesia
Andry Priharta, Darto, Nur Asni Gani dan Jaharuddin

Model Daily Activities Report Pada Kinerja Karyawan
Siti Sa'adah dan Deny Feri Suharyanto

Analisis Perbandingan Tingkat Efektivitas Penerapan
Peraturan Pajak UMKM di Indonesia, Malaysia, dan Filipina
Hetti Herawati , Yuli Nawangsasi dan Winna Pratiwi

Analisis Perbandingan Penjualan Online dengan Penjualan
Non Online Terhadap Net Profit Margin pada PT. Shout Network
Indonesia Periode Januari-Desember 2015
Anita Syafariah

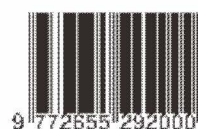
*Optimization of Satisfaction and Loyalty Through Competitive
Advantages Supported by Marketing Strategies, Engagement
and Trust in PBPU BPJS Health West Java Province*
Welly Surjono dan Umi Narimawati

Pengaruh Jumlah Investasi dan Non Investasi Terhadap Total
Asset Asuransi Kerugian pada *Joint Venture Companies* di Indonesia
**Wenti Frisca Septiani Putri , Welly Surjono
dan Rizaldi Suryawinangun Putra**

Pengembangan Perilaku Inovatif Melalui Iklim Organisasi dan Motivasi
Berprestasi Pada PT Pos Indonesia Bandung
Asep Jamaludin dan Iis Nurhayati



JEMPER
(Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan)
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SANGGA BUANA YPKP BANDUNG
Jalan PHH Mustofa No.68 Bandung 40124
Telp.022-7275489,7202841
Fax 022-7201756
E-mail : jemper@usbykp.ac.id or jurnal.m3p@gmail.com
www.jurnal.usbykp.ac.id/index.php/jemper



JEMPER	Volume 4	Nomor 1	Halaman 1 - 72	Bandung Januari 2022	P-ISSN 2655 - 2922 E-ISSN 2656 - 632X
--------	----------	---------	----------------	-------------------------	--

JEMPER(Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan)

<http://jurnal.usbykp.ac.id/index.php/jemper>



EDITOR IN CHIEF

R. Aryanti Ratnawati

MANAGING EDITOR

Hadi Ahmad Sukardi

EDITOR BOARD

Bambang Susanto
Fitria Lilyana
Rusmin Nuryadin
Tahmat
Eva Rachmawati

REVIEWER

Prof.Dr.Muhardi,SE.,M.Si
Universitas Islam Bandung, Indonesia

Dr.Duddi Rudianto,SE.,M.Si
Universitas Bakrie, Indonesia

Dr.Hj.Erna Garnia,SE.,M.Si
Universitas Sangga Buana YPKP Bandung, Indonesia

Dr.Nenny Hendajany,S.Si.,SE.,MT
Universitas Sangga Buana YPKP Bandung, Indonesia

PRELIMINARY

JEMPER merupakan suatu jurnal yang menjadi kumpulan artikel ilmiah yang fokus pada bidang ekonomi, manajemen dan perbankan.

Volume ke-empat diterbitkan pada bulan Januari Tahun 2022. Tim Redaksi JEMPER telah menerima belasan artikel ilmiah dari para *author*, baik dari akademisi maupun praktisi.

Namun dalam proses review tidak semua artikel bisa dimuat sehingga pada edisi perdana ini hanya beberapa artikel yang layak diterbitkan yakni sebanyak 7 artikel ilmiah.



JEMPER (Jurnal Ekonomi
Manajemen Perbankan)
Volume 4
Nomor 1
Halaman 1 - 72
Bandung, Januari 2022

p-ISSN : 2655 – 2922
e-ISSN : 2656 – 632X

ALAMAT REDAKSI

*Program Studi S1 Manajemen & D3 Keuangan dan Perbankan
Fakultas Ekonomi
Universitas Sangga Buana YPKP Bandung
Gedung B Lantai 2
Jl.PHH Mustopa 68 Bandung 40125*

DAFTAR ISI

Anteseden Profitabilitas Bank BUMN di Indonesia
(1 – 9) **Andry Priharta, Darto, Nur Asni Gani dan Jaharuddin**

Model Daily Activities Report Pada Kinerja Karyawan
(10 – 19) **Siti Sa'adah dan Deny Feri Suharyanto**

Analisis Perbandingan Tingkat Efektivitas Penerapan Peraturan Pajak
UMKM di Indonesia, Malaysia, dan Filipina
(20 – 30) **Hetti Herawati , Yuli Nawangsasi dan Winna Pratiwi**

Analisis Perbandingan Penjualan Online dengan Penjualan *Non
Online* Terhadap *Net Profit Margin* pada PT. Shout Network
Indonesia Periode Januari-Desember 2015
(31 – 44) **Anita Syafariah**

*Optimization of Satisfaction and Loyalty Through Competitive
Advantages Supported by Marketing Strategies, Engagement and
Trust in PBPB BPJS Health West Java Province*
(45 – 54) **Welly Surjono dan Umi Narimawati**

Pengaruh Jumlah Investasi dan Non Investasi Terhadap Total Asset
Asuransi Kerugian Pada *Joint Venture Companies* di Indonesia
Wenti Frisca Septiani Putri , Welly Surjono dan Rizaldi
(55 – 62) **Suryawinangun Putra**

Pengembangan Perilaku Inovatif Melalui Iklim Organisasi dan
Motivasi Berprestasi Pada PT Pos Indonesia Bandung
(63 – 72) **Asep Jamaludin dan Iis Nurhayati**



**ANTESEDEN PROFITABILITAS BANK BUMN
DI INDONESIA**

Andry Priharta¹

Universitas Muhammadiyah Jakarta
andry.priharta@umj.ac.id

Darto²

Universitas Muhammadiyah Jakarta
darto@umj.ac.id

Nur Asni Gani³

Universitas Muhammadiyah Jakarta
n.asnigani@umj.ac.id

Jaharuddin⁴

jaharuddin@umj.ac.id
Universitas Muhammadiyah Jakarta

Abstract

The study was conducted to empirically examine the factors that influence profitability, which consist of CAR, NPL, LDR, NIM and company size with the object of research being state-owned banks listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). There are four banks, namely BBNI, BBRI, BBTN and BMRI, so the sample used is the entire population. The research period was carried out for the period 2011-2020. With the regression analysis of the selected panel data, namely the common effect model, it was found that the partial test results showed that CAR had a negative impact but had no significant effect on profitability. NPL affects profitability significantly negatively. The LDR variable has an insignificant negative effect on profitability, NIM has a significant positive effect on profitability, while the size of the company has no significant effect on profitability. Furthermore, the F test proves that all variables simultaneously affect profitability significantly. The R-square value of 0.9152 proves that the model is able to explain 91.52% of its effect on profitability, while the remaining 8.48% is determined by other variables outside the model.

Keywords: *Capital Adequacy Ratio, Non-Performing Loan, Loan to Deposit Ratio, Net Interest Margin, Firm Size, Profitability*

Abstrak

Penelitian dilakukan untuk menguji secara empirik faktor yang berpengaruh terhadap profitabilitas, yang terdiri dari CAR, NPL, LDR, NIM dan ukuran perusahaan dengan obyek penelitian Bank BUMN terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Terdapat empat Bank, yaitu BBNI, BBRI, BBTN dan BMRI, sehingga sampel yang digunakan adalah keseluruhan populasi. Periode penelitian dilakukan untuk kurun waktu 2011-2020. Dengan analisis regresi data panel yang terpilih yaitu *common effect model* diperoleh temuan bahwa uji secara parsial hasilnya menunjukkan CAR memiliki dampak negatif namun tidak signifikan pengaruhnya terhadap profitabilitas. NPL memengaruhi profitabilitas secara negatif signifikan. Variabel LDR memengaruhi profitabilitas secara negatif tidak signifikan, NIM positif signifikan pengaruhnya terhadap profitabilitas, sedangkan ukuran (size) perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Selanjutnya Uji F membuktikan bahwa seluruh variabel secara simultan memengaruhi profitabilitas secara signifikan. Nilai R-square 0.9152 membuktikan bahwa model mampu menjelaskan 91,52% pengaruhnya terhadap profitabilitas, sedangkan 8,48% sisanya ditentukan oleh variabel lainnya diluar model.

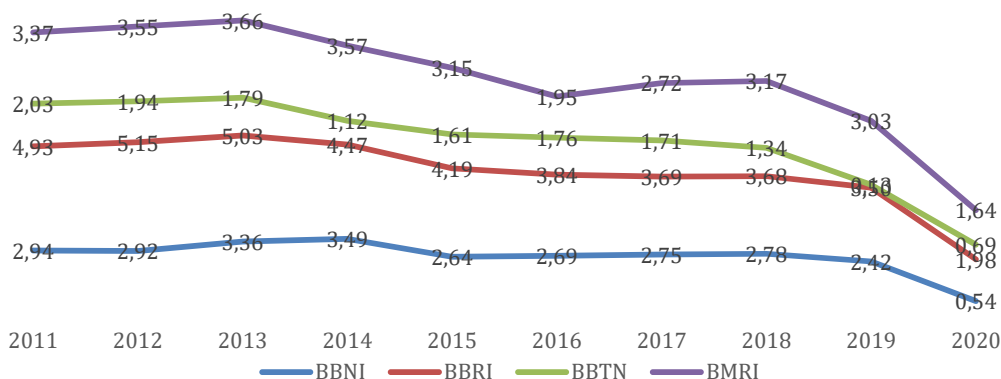
Kata kunci: *Capital Adequacy Ratio, Non-Performing Loan, Loan to Deposit Ratio, Net Interest Margin, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas*



PENDAHULUAN

Perekonomian suatu negara sangat dipengaruhi oleh industri perbankan. Sedemikian pentingnya peran perbankan maka kinerja bank yang baik menjadi faktor penting dalam menggerakkan perekonomian, dengan demikian bank perlu meningkatkan kinerjanya secara baik (Santoso, 2021). Dalam kegiatannya mengelola dana masyarakat baik *funding* maupun *lending* guna menunjang perekonomian negara, maka setiap bank wajib memperhatikan dan menjaga tingkat kesehatannya. Tujuan perbankan selain berperan membantu masyarakat dalam memenuhi kegiatan pendanaan adalah mendapatkan keuntungan yang maksimal, sebagai ukuran kinerja perbankan, agar tetap memberikan *return* yang baik untuk para investornya (Kasmir, 2016).

Berdasarkan Undang Undang Republik Indonesia No.19 tahun 2003, dinyatakan bahwa Badan Usaha Milik Negara yang selanjutnya disebut BUMN adalah badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya di miliki oleh negara melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan negara yang dipisahkan. Sejauh ini terdapat empat bank BUMN di Indonesia, yaitu Bank Negara Indonesia (BBNI), Bank Rakyat Indonesia (BBRI), Bank tabungan Negara (BBTN) dan Bank Mandiri (BMRI). Untuk memberikan gambaran pencapaian kinerja Bank BUMN di Indonesia, berikut disajikan perkembangan *return on asset* (ROA) sebagai proksi profitabilitas dan total aset selama tahun 2011-2020.



Grafik 1. Perkembangan Profitabilitas Bank BUMN Tahun 2011-2020

Sumber : Data diolah (2021)

Tabel 1. Nilai Aset Bank BUMN Tahun 2011-2020 (dalam jutaan)

No	TAHUN	EMITEN			
		BBNI	BBRI	BBTN	BMRI
1.	2011	Rp 299.058.161	Rp 469.899.284	Rp 89.121.459	Rp 551.891.704
2.	2012	Rp 333.303.506	Rp 551.336.790	Rp 111.748.593	Rp 635.618.708
3.	2013	Rp 386.654.815	Rp 626.182.926	Rp 131.169.730	Rp 733.099.762
4.	2014	Rp 416.573.708	Rp 801.984.190	Rp 144.582.353	Rp 855.039.673
5.	2015	Rp 508.595.288	Rp 878.426.312	Rp 171.807.592	Rp 910.063.409
6.	2016	Rp 603.031.880	Rp 1.003.644.426	Rp 214.168.479	Rp 1.038.706.009
7.	2017	Rp 709.330.084	Rp 1.127.447.489	Rp 261.365.267	Rp 1.124.700.847
8.	2018	Rp 808.572.011	Rp 1.296.898.292	Rp 306.436.194	Rp 1.202.252.094
9.	2019	Rp 845.605.209	Rp 1.416.758.841	Rp 311.776.829	Rp 1.318.246.335
10.	2020	Rp 891.337.425	Rp 1.511.804.628	Rp 361.208.406	Rp 1.429.334.484

Sumber : Data diolah (2021)

Data ROA selama tahun 2011-2020 Bank milik Pemerintah Indonesia (BUMN) dapat terlihat pada grafik 1. Selama tahun tersebut terlihat bahwa nilai ROA cenderung menurun

pada periode tersebut. Selanjutnya tabel 1 menunjukkan data perkembangan total aset Bank BUMN di Indonesia selama periode 2011-2020. Pada Bank Negara Indonesia (BBNI) cenderung mengalami peningkatan setiap tahun, begitu juga Bank Rakyat Indonesia (BBRI) pada periode yang sama cenderung selalu mengalami peningkatan. Hal ini juga terlihat pada Bank tabungan Negara (BBTN) dan Bank Mandiri (BMRI) yang mengalami keadaan yang sama, yaitu selalu meningkat total aset yang dimilikinya pada periode tersebut.

Penelitian terhadap profitabilitas bank sebelumnya sudah dilakukan, diantaranya Tenriola (2019), Pitasari & Baehaki (2017) yang menemukan bahwa variabel CAR memiliki pengaruh yang signifikan dan searah terhadap ROA. Santoso (2021) menemukan variabel CAR berpengaruh terhadap profitabilitas secara signifikan dengan arah negatif. Berbeda dengan Nurlita (2021) yang memperoleh hasil bahwa pengaruh CAR terhadap ROA adalah negatif namun tidak signifikan. Marwansyah & Setyaningsih (2018) dan Santoso (2021) menemukan hasil NPL (*Non-Performing Loan*) memengaruhi ROA dengan arah negatif signifikan. Sedangkan Pitasari & Baehaki (2017) membuktikan pengaruh NPL terhadap ROA adalah positif tidak signifikan. Kemudian hasil Aji & Manda (2021), Tenriola (2019) menemukan bahwa LDR (*Loan to Deposit Ratio*) memengaruhi ROA secara signifikan dengan arah negatif. Studi lainnya ditemukan Santoso (2021), yang menyimpulkan LDR ternyata pengaruhnya negatif tidak signifikan atas ROA. Santoso (2021) menemukan bahwa NIM (*Net Interest Margin*) pengaruhnya positif signifikan atas ROA. Berikutnya Dewi (2018) membuktikan faktor NIM memengaruhi ROA secara negatif dan tidak signifikan. Penelitian Hafiz et al., (2019), Adawiyah & Suprihhadi (2017) menemukan bahwa *size* memengaruhi signifikan atas ROA dengan arah positif. Temuan lainnya didapatkan oleh Prasanjaya & Ramantha (2013) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan pengaruhnya terhadap ROA adalah tidak signifikan dengan arah negatif.

Berdasarkan uraian tersebut selanjutnya riset ini dilakukan guna membuktikan dan menguatkan kembali bagaimana anteseden profitabilitas yang terdiri dari CAR, NPL, LDR, NIM serta ukuran perusahaan memengaruhi profitabilitas yang diukur dengan ROA, dengan obyek yang diteliti adalah Bank Badan Usaha Milik Negara Pemerintah Republik Indonesia yang secara konsisten *listing* pada Bursa Efek Indonesia sejak 2011 hingga 2020.

LITERATUR Profitabilitas

Kasmir (2012) menyatakan profitabilitas bank dapat digunakan sebagai ukuran melakukan analisis guna menilai pencapaian keuntungan yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan. Lebih lanjut Kasmir (2016) berpendapat bahwa ROA merupakan alat ukur yang menilai kemampuan sebuah perusahaan dalam memperoleh laba atas pemanfaatan aset organisasi. Pengelolaan aset bank yang efektif dan rendahnya prediksi bank dalam kondisi bermasalah ditunjukkan oleh nilai ROA yang tinggi. Untuk mengetahui sejauh mana pengembalian atau keuntungan atas investasi yang ditanamkan dapat digunakan nilai ROA (Fahmi, 2017). Selanjutnya untuk menentukan ROA dapat dilakukan dengan perhitungan berikut ini.

$$ROA = [\text{laba bersih}] / [\text{total aset}] \times 100\%$$

Capital Adequacy Ratio

Rasio kecukupan modal yang lazim disebut CAR menurut Fahmi (2015) adalah kemampuan suatu bank dalam membiayai aktivitas operasional melalui modalnya yang dimiliki. Sehingga rasio ini akan menunjukkan hasil terkait pengukuran kecukupan modal guna menunjang aset berisiko, misalnya sejumlah dana yang disalurkan dalam bentuk kredit yang diberikan. CAR juga diartikan sebagai cadangan modal dengan batas tertentu yang

ditetapkan sesuai peraturan berlaku yang harus tersedia pada suatu bank. Ketangguhan bank untuk menerima risiko terhadap aset produktifnya atau kredit yang diberikan akan terlihat dari pengukuran rasio yang tinggi. Berikut adalah pengukuran untuk menghitung rasio kecukupan modal atau CAR..

$$CAR = [\text{Modal} / \text{ATMR}] \times 100\%$$

Non-Performing Loan

Non-Performing Loan adalah rasio yang menunjukkan suatu jumlah atau kondisi ketika nasabah dinilai tidak memiliki kemampuan untuk memenuhi pembayaran atas kewajibannya, atau lazimnya disebut juga sebagai kredit bermasalah. Pendapat Fahmi (2014) bahwa *credit risk* adalah suatu keadaan dimana nasabah perusahaan atau nasabah pribadi berada pada situasi yang tidak mampu memenuhi kewajiban atau utangnya ketika jatuh waktu. Selanjutnya Kasmir (2014) menyatakan bahwa NPL yang tinggi menunjukkan besarnya kredit bank dengan kualitas buruk yang berpotensi merugikan dan menggerus keuntungan yang diraih bank. Adapun kalkulasi untuk menghitungnya dapat digunakan dengan formula dibawah ini :

$$NPL = [\text{total kredit yang bermasalah}] / [\text{total kredit yang diberikan}] \times 100\%$$

Loan to Deposit Ratio

Loan to Deposit Ratio didefinisikan oleh Aini (2013) sebagai perbandingan antara kredit yang disalurkan (*lending*) terhadap simpanan masyarakat (*funding*). Perbandingan ini menggambarkan tingkat likuiditas dan ketersediaan dana yang dihimpun guna menjalankan perannya sebagai *financial intermediary*. Formula atau rumus yang digunakan untuk menghitungnya adalah sebagai berikut:

$$LDR = [\text{jumlah kredit tersalurkan}] / [\text{dana simpanan masyarakat}] \times 100\%$$

Net Interest Margin

Veithzal dkk. (2003) berpendapat bahwa *net interest margin* menjelaskan seberapa besar pendapatan bunga yang dihasilkan atas penggunaan *earning asset* yang dimiliki. Rasio ini sekaligus sebagai alat ukur kinerja manajemen terkait kemampuannya mendapatkan pendapatan bersih atas bunga terkait pengelolaan aset dalam bentuk kredit atau lainnya. Rasio ini dapat dihitung melalui formula berikut ini:

$$NIM = [\text{penghasilan bunga bersih}] / [\text{aset produktif}] \times 100\%$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat dihitung dari rata-rata total pendapatan bersih (Brigham & Houston, 2006). Pendapat lain, Riyanto (2013) menyatakan bahwa besarnya penjualan, jumlah aset, atau jumlah ekuitas lazim digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan. Dalam pembahasan ini, untuk menilai besarnya perusahaan akan dihitung menggunakan persamaan berikut :

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln} [\text{Jumlah Aset}]$$

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Pendekatan kuantitatif digunakan dalam riset ini. Obyek penelitian adalah Bank BUMN yang telah *listing* di BEI sejak tahun 2011 hingga 2020. Berdasarkan kriteria maka terdapat empat Bank BUMN di Indonesia, yaitu BBNI, BBRI, BBTN dan BMRI, sehingga sampel yang digunakan adalah keseluruhan populasi. Dengan periode pengamatan sejak 2011 hingga 2020 maka diperoleh jumlah data sebanyak 40 yang diperoleh dari jumlah bank yang diteliti dikalikan dengan tahun laporan keuangan (4 bank x 10 tahun).

Variabel Penelitian

Variabel terikat adalah profitabilitas dengan proksi ROA, dengan anteseden variabel bebas meliputi CAR, NPL, LDR, NIM, dan ukuran perusahaan.

Teknik Analisa Data

Data diolah menggunakan analisis regresi dengan data panel. Persamaan selanjutnya menggunakan model sebagai berikut:

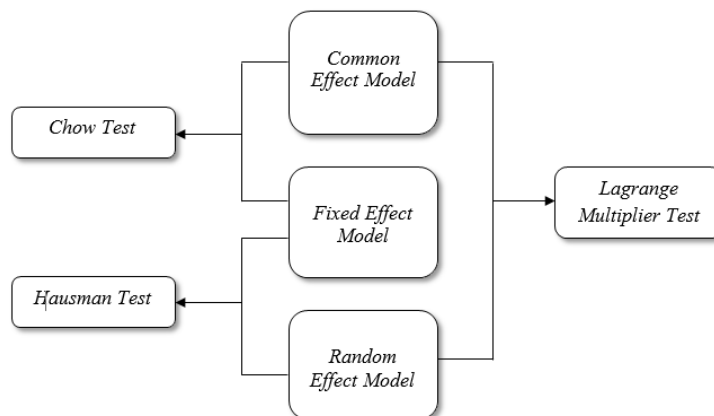
Persamaan regresi

$$ROA_{it} = \alpha + \beta_1 CAR_{it} + \beta_2 NPL_{it} + \beta_3 LDR_{it} + \beta_4 NIM_{it} + \beta_5 SIZE_{it} + \epsilon_{it}$$

Dimana:

- ROA : Profitabilitas
- α : Konstanta
- CAR : Kecukupan modal
- NPL : Risiko kredit bermasalah
- LDR : Rasio penyaluran kredit
- NIM : Marjin bunga bersih
- SIZE : Besarnya bank
- e : error term;
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$: koefisien regresi.

Pemilihan metode estimasi regresi terbaik memerlukan beberapa tahapan uji, yang akan dilakukan dengan prosedur seperti terlihat pada gambar 1 berikut ini.



ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data Statistik

Ringkasan statistik deskriptif semua variabel terlihat melalui tabel 2 berikut ini, dimana terdapat empat Bank BUMN sebagai obyek penelitian.

Tabel 2. Deskripsi Data Statistik

Variabel	Mean	Min	Max	Std. Dev.
ROA	2.773	0.13	5.15	1.207
CAR	18.407	14.64	22.96	2.427
NPL	2.732	1.55	4.78	0.869
LDR	89.905	70.37	113.5	10.199
NIM	5.987	3.06	9.58	1.445
SIZE	33.93	32.12	34.95	0.759

Sumber : Data diolah (2021)

Berdasarkan tabel 2 terlihat nilai untuk ROA sebesar 2.773. Sedangkan nilai minimum dan maksimum terdapat pada rentang nilai 0.13 hingga 5.15, selanjutnya standar deviasi sebesar 1.207 untuk variabel ROA. Untuk variabel CAR memiliki rata-rata nilai sebesar 18.407, dengan minimum dan maksimum terletak antara nilai 14.64 hingga 22.96, selanjutnya deviasi standar pada 2.427. Selanjutnya NPL memiliki rata-rata nilai 2.732, dengan nilai minimum dan maksimumnya masing-masing dalam rentang antara 1.55 hingga 4.78. Untuk standar deviasi nilainya 0.869 untuk variabel NPL. Berikutnya LDR memiliki 89.905 nilai rata-rata, batasan minimum hingga maksimum diantara rentang 70.37 hingga 113.5. Standar deviasi NPL yaitu 10.199. Untuk NIM, nilai rata-rata 5.987, dengan minimum hingga maksimum antara rentang nilai 3.06 hingga 9.58, dengan standar deviasi yaitu 1.445. Nilai rata-rata SIZE adalah 33.93, dan rentang minimum hingga maksimum diantara nilai 32.12 hingga 34.95, dengan standar deviasi sebesar 0.759.

Tabel 3. Pemilihan Model Estimasi Terbaik

Pengujian	Prob.	Kesimpulan
Uji Chow	0.0236	<i>Fixed Effect Model</i>
Uji Hausman	0.4229	<i>Random Effect Model</i>
Uji Lagrange Multiplier (LM)	1.0000	<i>Common Effect Model</i>

Sumber : Data diolah (2021)

Seperti disajikan dalam tabel 3, dilakukan pengujian secara berpasangan atas ketiga model untuk menentukan regresi yang dinilai lebih tepat untuk menganalisis data. Berdasarkan pengujian diperoleh hasil bahwa model yang tepat digunakan untuk mengestimasi faktor yang memengaruhi profitabilitas adalah *common effect model* (CEM). Hasil pengujian selanjutnya dapat diikhtisarkan seperti terlihat melalui tabel 4.

Tabel 4. Hasil Pengujian

Variabel	Koefisien	p-value
INTERSEP	2.2406	0.641
CAR	-0.0358	0.328
NPL	-0.5766	0.000
LDR	-0.0161	0.060
NIM	0.4679	0.000
SIZE	0.0416	0.759

N	40
R ²	0.9260
Adjusted R ²	0.9152
F-stat	85.14
Prob (F-stat)	0.0000

Sumber: Data diolah (2021)

Persamaan yang dihasilkan berdasarkan pengujian dengan analisis regresi adalah sebagai berikut :

$$ROA = 2.2406 - 0.0358CAR - 0.5766NPL - 0.0161LDR + 0.4679NIM + 0.0416SIZE + \varepsilon$$

Pengaruh terhadap profitabilitas untuk setiap variabel bebas dapat diuraikan berikut ini.

Capital Adequacy Ratio dan Profitabilitas

Temuan menyimpulkan ternyata CAR terhadap profitabilitas berpengaruh negatif serta tidak signifikan. Rasio kecukupan modal yang tinggi ternyata tidak berpengaruh terhadap pencapaian profit bank. Modal yang besar tidak diiringi oleh penempatan dana kedalam aktivitas investasi yang memberikan tingkat pengembalian atau *return* yang besar. Hasil penelitian ini menguatkan temuan Nurlita (2021) dengan kesimpulan CAR berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap profitabilitas. Hasil ini berbeda dengan Santoso (2021) dengan kesimpulan CAR berpengaruh negatif signifikan dengan ROA. Hasil penelitian yang diperoleh tidak sejalan dengan temuan Tenriola (2019), Pitasari & Baehaki (2017) yang menyatakan bahwa terhadap ROA, CAR memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.

Non-Performing Loan dan Profitabilitas

Hasil menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan antara NPL dengan profitabilitas. Kredit bermasalah akan berdampak merugikan pada tingkat profitabilitas atau keuntungan yang diterima suatu bank, karena dianggap gagal dalam memulihkan dana yang dialokasikan pada pendapatan bunga. Apabila kredit macet semakin tinggi, maka akan berdampak tidak baik pada profitabilitas atau keuntungan bank. Temuan penelitian yang diperoleh sejalan dengan Marwansyah & Setyaningsih (2018) serta Santoso (2021) dengan hasil menunjukkan NPL berpengaruh negatif signifikan atas profitabilitas, dalam hal ini ROA.

Loan to Deposit Ratio dan Profitabilitas

Hasil menyimpulkan pengaruh LDR terhadap profitabilitas signifikan dengan arah negatif. Semakin tinggi LDR ternyata tidak mampu meningkatkan profitabilitas. Keadaan ini terjadi karena kredit yang telah disalurkan ternyata bermasalah, karena nasabah debitur tidak mampu membayar pokok dan bunga. Hasil penelitian ini menguatkan temuan Santoso (2021) yang membuktikan pengaruh negatif LDR terhadap ROA. Berikutnya Aji & Manda (2021) serta Tenriola (2019) menemukan hasil pengaruh LDR terhadap ROA yang signifikan dengan arah negatif.

Net Interest Margin dan Profitabilitas

Pengaruh NIM terhadap profitabilitas menunjukkan arah yang positif dan signifikan. Apabila pendapatan bunga bersih meningkat maka akan meningkatkan perolehan profitabilitas. Dapat dintayakan bahwa peningkatan pada NIM akan berdampak pada semakin tinggi pendapatan bunga bank yang akan diterima. Temuan ini mendukung penelitian Santoso (2021), menemukan pengaruh yang positif serta signifikan antara NIM

dengan ROA. Sedangkan hasil ini bertentangan dengan temuan Dewi (2018) bahwa NIM tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA dengan arah koefisien negatif.

Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas

Ukuran perusahaan ternyata tidak berpengaruh signifikan dengan arah positif, terhadap profitabilitas. Nilai aset sebagai ukuran besarnya bank, ternyata belum tentu berdampak pada perolehan profitabilitas yang juga tinggi. Hasil penelitian tidak sejalan dengan Hafiz (2019) serta Adawiyah & Suprihhadi, (2017), dengan hasil ukuran perusahaan memengaruhi profitabilitas secara positif dan signifikan.

SIMPULAN

Berdasarkan pengujian dapat disimpulkan bahwa variabel CAR serta LDR memengaruhi ROA secara negatif namun tidak signifikan. Berikutnya NPL memengaruhi profitabilitas secara negatif dan signifikan. Variabel NIM pengaruhnya signifikan dan positif atas ROA, berikutnya pengaruh ukuran perusahaan adalah tidak signifikan dengan arah positif atas ROA.

Koefisien determinasi menunjukkan R-square senilai 0.9152. Hasil ini menunjukkan sebanyak 91,52% variabel terikat atau profitabilitas yang diukur dengan ROA, mampu dijelaskan pengaruhnya dengan variabel bebas CAR, NPL, LDR, NIM serta ukuran perusahaan. Sedangkan 8,48% akan dipengaruhi oleh faktor diluar model dalam penelitian ini.

REFERENCES

- Adawiyah, A. Z., & Suprihhadi, H. (2017). Pengaruh Modal, Aset dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Perbankan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6 (1), 1–15.
- Aji, I. K., & Manda, G. S. (2021). Pengaruh Risiko Kredit dan Risiko Likuiditas Terhadap Profitabilitas Bank. *JAD: Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan Dewantara*, 4(1), 36–45. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v6i3.294>
- Bank Indonesia. (1998). *Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas UU No. 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan*. Jakarta.
- Dewi, A. S. (2018). Pengaruh CAR, BOPO, NPL, NIM, dan LDR terhadap ROA pada Perusahaan di Sektor Perbankan yang Terdaftar di BEI Periode 2012-2016. *Jurnal Pundi*, 1(3), 223–236. <https://doi.org/10.31575/jp.v1i3.55>
- Fahmi, I. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. Alfabeta.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafiz, M. S., Radiman, R., Sari, M., & Jufrizen, J. (2019). Analisis Faktor Determinan Return on Asset pada Bank BUMN yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(2), 107–122. <https://doi.org/10.33059/jmk.v8i2.1681>
- Kasmir. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. PT Raja Grafindo Persada Jakarta.
- Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. PT Raja Grafindo Persada Jakarta.
- Marwansyah, S., & Setyaningsih, E. D. (2018). Pengaruh Kinerja Perbankan Terhadap Rasio Profitabilitas Pada Bank Bumn. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 6(1), 11–18. <https://doi.org/10.35141/jraj.v1i1.375>
- Munawir, S. (2010). *Analisa Laporan Keuangan Edisi Keempat*. Yogyakarta: Liberty.
- Nurlita, A. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Profitabilitas Bank Bumn Syariah Di Indonesia Periode 2015-2018. *Al-Amwal*, 9 (2), 110–125. <https://doi.org/10.36341/al-amwal.v9i2.168>
- Pitasari, D. N., & Baehaki, I. (2017). Kesehatan Keuangan Bank Terhadap Profitabilitas Dan

- Nilai Perusahaan Bank BumN Di Bei 2015-2019. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Prasanjaya, A. A. Y., & Ramantha, I. W. (2013). Analisis Pengaruh Rasio CAR, BOPO, LDR dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Bank Yang Terdaftar Di BEI. *E-Jurnal Akuntansi*, 4(1), 230–245.
- Pratama, I. G. B. A., & Wiksuana, I. G. B. (2016). Pengaruh Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, Vo. 5, No.(5), 3028. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i05.p16>
- Santoso, B. (2021). Determinan Profitabilitas Bank Badan Usaha Milik Negara Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 26 (1), 14–29. <https://doi.org/10.35760/eb.2021.v26i1.3289>
- Tenriola, A. (2019). Anteseden Return on Asset (ROA) pada Bank BUMN Indonesia. *Bongaya Journal for Research in Management (BJRM)*, 2 (1), 68–78. <https://doi.org/10.37888/bjrm.v2i1.158>

Website:

www.idx.co.id
www.bankmandiri.co.id
www.bni.co.id
www.bri.co.id
www.btn.co.id

MODEL DAILY ACTIVITIES REPORT PADA KINERJA KARYAWAN

Siti Sa'adah ¹

Universitas Sangga Buana
siti21siti@gmail.com

Deny Feri Suharyanto ²

Universitas Wiraraja Madura
Deny.ikom@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is to identify and analyze employee performance appraisals using the Daily Activities Report (DAR) model which can be used by agencies to evaluate employee performance appraisals and as input to decision makers for determining achievements and sanctions against employees, minimizing the occurrence of appraisals. Which is subjective. Research data were collected from primary sources (research informants) using interview techniques, conducting expert judgment on experts, both practitioners and academics. Determination of key informants in the study using purposive sampling method with the criteria of having knowledge about employee performance, having competence in HR or IT. The collected data were validated by triangulation. The results of the research in the form of a performance appraisal model using the Daily Activities Report (DAR) model can be accepted and used.

Keywords: Model, Performance Appraisal, Employee, DAR

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis penilaian kinerja karyawan dengan menggunakan model Daily Activities Report (DAR) yang dapat digunakan oleh instansi untuk melakukan evaluasi pada penilaian kinerja karyawan dan sebagai masukan kepada para pengambil keputusan untuk penentuan prestasi dan sanksi terhadap karyawan, meminimalisir terjadinya penilaian yang bersifat subjektif. Data penelitian dikumpulkan dari sumber primer (informan penelitian) dengan teknik wawancara, melakukan expert judgment pada para ahli baik praktisi maupun akademisi. Penentuan key informan dalam penelitian menggunakan metode purposive sampling dengan kriteria memiliki pengetahuan mengenai kinerja karyawan, memiliki kompetensi dalam hal SDM atau IT. Data terkumpul divalidasi dengan triangulasi. Hasil dari penelitian berupa model penilaian kinerja dengan menggunakan model Daily Activities Report (DAR) dapat diterima dan dipergunakan.

Kata kunci: Model, Penilaian Kinerja, Karyawan, DAR



JEMPER (Jurnal Ekonomi
Manajemen Perbankan)
Volume 4
Nomor 1
Halaman 10 - 19
Bandung, Januari 2022

p-ISSN : 2655 – 2922
e-ISSN: 2656 - 632X

Tang gal Masuk :
11 Desember 2021
Tang gal Revisi :
25 Maret 2022
Tang gal Diterima :
5 April 2022

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi pada saat ini mempunyai peranan sangat penting dalam kehidupan masyarakat. Pemanfaatannya menjadi salah satu bukti konkret keberadaan yang dapat memberikan banyak kemudahan bagi pengguna. Penggunaannya tidak hanya sebagai proses otomatisasi tetapi juga menciptakan akurasi, kecepatan, transparansi dan kelengkapan data dari sebuah sistem, karena tidak dipungkiri kecepatan dan keakuratan data menjadi modal penting suatu perusahaan untuk bersaing di dunia industri yang sudah berkembang pesat.

Peranan Sumber Daya Manusia (SDM) sangat penting dalam organisasi, salah satu kegiatan yang *continue* adalah penilaian kinerja terhadap karyawan. Dengan adanya penilaian kinerja karyawan akan memberikan informasi pada organisasi tentang perilaku karyawan yang berkaitan dengan pekerjaannya. Penilaian kinerja karyawan menjadi penting untuk merencanakan pengembangan karir karyawan, kinerja karyawan dapat berpengaruh terhadap upaya perusahaan/ instansi untuk mencapai tujuan. Oleh karena itu, perusahaan berusaha mempekerjakan karyawan yang memiliki kinerja yang baik.

Penilaian kinerja merupakan hal yang esensial bagi perguruan tinggi dan mempunyai peran penting dalam mencapai tujuan pendidikan tinggi. Proses penilaian tersebut dapat memberikan dampak positif sesuai yang diharapkan instansi dan ada pula hasil yang tidak diharapkan oleh instansi dengan terjadinya penurunan kinerja karyawan. Tingkat keterbukaan akan berpengaruh terhadap kinerja karyawan, sehingga keterbukaan masih menjadi suatu masalah dalam proses penilaian kinerja karyawan, baik di perusahaan ataupun instansi lainnya. Jika proses penilaiannya dilakukan secara terbuka, maka karyawan akan merasa lebih diperhatikan dan termotivasi untuk memberikan kinerja terbaiknya pada institusi.

Permasalahan yang terjadi pada SDM dalam hal ini karyawan adalah belum tersedianya sistem pencatatan aktivitas penilaian kinerja karyawan yang terkomputerisasi (otomatisasi). Hal ini membuat karyawan cenderung tidak mengisi bahkan menjadi malas dalam melakukan pencatatan kinerjanya. Sehingga pada proses monitoring dan evaluasi kinerja karyawan membutuhkan waktu yang lama dalam hal penyebarannya, penggunaan kertas yang banyak, kemungkinan terjadi human error, hasil dari lembar jawaban kinerja yang telah diisi terkadang bisa tercecer bahkan hilang dan tidak tersipkan dengan baik, keakuratan data yang belum terjamin. Pada tahap penghitungan lembar jawaban kinerja juga sangat rentan terjadi kesalahan input data, kesalahan yang terjadi dapat berpengaruh pada penilaian kinerja karyawan.

Berkaitan dengan hal di atas, Universitas Sangga Buana (USB) memerlukan sebuah model dalam hal ini sistem penilaian kinerja karyawan yang terintegrasi dan terotomatisasi serta keamanan yang terjaga untuk pengelolaan penilaian kinerja karyawan. Model ini dinamakan Daily Activity Report (DAR).

Model DAR ini harus bisa memberikan rekomendasi kepada para atasan/decision maker yang dapat digunakan sebagai dasar untuk pemberian reward dan punishment pada karyawan. Sehingga dengan adanya model DAR ini diharapkan dapat membuat proses penilaian kinerja karyawan di menjadi lebih cepat, transparan, serta mempunyai kredibilitas yang tinggi.

LITERATUR

Penilaian Kinerja Karyawan

Penilaian kinerja karyawan merupakan proses dimana instansi berupaya memperoleh informasi yang akurat tentang kinerja karyawannya (Ferdian Sudarnico, 2017). Penilaian kinerja diartikan sebagai suatu proses penilaian suatu prestasi atau evaluasi yang sistematis

terhadap kinerja dari karyawan yang bertujuan untuk meningkatkan produktivitas kerja karyawan (Fransiska Ardela, 2020).

Evaluasi kinerja karyawan itu penting yang nantinya hasil dari penilaian ini akan menjadi dasar perusahaan dalam memberikan umpan balik terkait prestasi karyawan, pelaksanaan kegiatan, hingga membantu penyusunan kebijakan perusahaan pada masa mendatang. Karena sebagai wujud penghargaan terhadap kinerja karyawan, mengetahui aspek mana yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan, mengidentifikasi kebutuhan pengembangan dan pelatihan karyawan, Instrumen penting dalam upaya perlindungan hukum untuk perusahaan.

Sementara indikator dari penilaian kinerja karyawan diantaranya mengukur produktivitas kerja karyawan, kehadiran karyawan, kerjasama, efektif dan efisien penggunaan sumber daya

Fungsi Penilaian Kinerja

Salah satu fungsi dari penilaian kinerja adalah pembuatan dan pengambilan keputusan secara administratif tentang promosi karyawan, pemberhentian kerja (pemutusan hubungan kerja) dan peningkatan upah bagi karyawan (Taufik, dkk. 2014).

Daily Activity Report

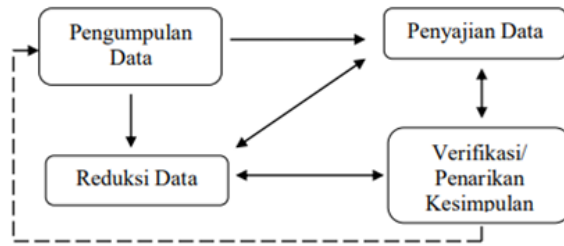
Daily Activity Report (DAR) adalah laporan harian karyawan mengenai pekerjaan apa saja yang dilakukan oleh karyawan dalam 1 (satu) hari kerja (Novi, 2019). Sementara DAR sendiri merupakan bagian dari penilaian diri sendiri yang berisi kegiatan atau rutinitas yang biasa dilakukan oleh karyawan sehari-hari mulai dari datang sampai pulang, maka tak heran jika DAR seseorang kegiatan yang dilakukan hampir sama (Roni, 2020).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2013:2). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan proses penelitian yang bertujuan memahami suatu masalah kemanusiaan yang didasarkan pada penyusunan suatu gambaran yang kompleks dan menyeluruh menurut pandangan yang rinci dari para informan serta dilaksanakan di tengah setting alamiah. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan dengan wawancara secara mendalam menggunakan teknik triangulasi (Hennink et al., 2020).

Jenis Penelitian ini adalah penelitian deskriptif, penelitian deskriptif adalah salah satu jenis penelitian yang memberikan gambaran dan analisis tentang suatu gejala tertentu pada saat sekarang, berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya, tidak untuk mencari atau menerangkan keterkaitan antar penelitian (Sanjaya, 2014:59-60). Selain itu peneliti melakukan wawancara mendalam pada informan yang terkait.

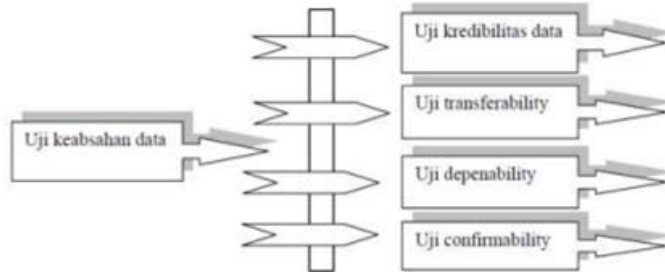
Proses analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah menggunakan model Milles dan Huberman (Sugiyono, 2010:91). Model interaktif dalam analisis data kualitatif dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1

Model Proses Analisis Penelitian Kualitatif
Sumber: Milles dan Huberman (Sugiyono, 2010:91)

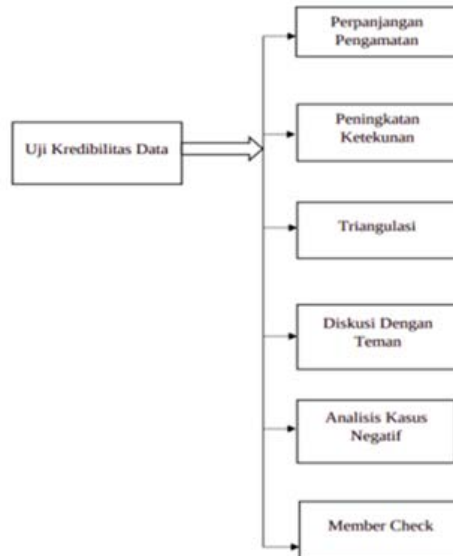
Sementara uji keabsahan pada penelitian ini dapat ditunjukkan pada gambar 2.



Gambar 2

Uji Keabsahan Data dalam Penelitian Kualitatif
Sumber: Sugiyono, 2012:366

Uji kredibilitas pada penelitian kualitatif dapat terlihat pada gambar 3.



Gambar 3

Uji Kredibilitas Data dalam Penelitian Kualitatif
Sumber: Sugiyono, 2012:366

Peneliti telah menentukan informan awal yang dijelaskan pada tabel 1:

Tabel 1
Informan Penelitian

Nama	Jabatan	Instansi
Dr. H. Asep Effendi R., SE., M.Si.,	Rektor	USB YPKP
Memmi Sulaksmi, SE., M.Si.	Wakil Rektor II	USB YPKP
Dian Ekawati, SH.	HRD	USB YPKP
Nina Lestari, ST., MT.	IT	USB YPKP
Karyawan USB YPKP	Rekan Sejawat	USB YPKP
Dosen USB YPKP	Pakar SDM	USB YPKP
Dosen dan Karyawan	Pihak Luar	Universitas Telkom dan Universitas Pasundan
M. Isonrijaya	Pihak Luar	Pengguna

Sumber: Peneliti, 2020

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desain Model Daily Activities Report Penilaian Kinerja

Kegiatan penilaian terhadap kinerja karyawan menjadi penting untuk dilakukan yang bertujuan untuk mengetahui dan mengukur kualitas kinerja karyawan. Dengan adanya penilaian kinerja karyawan akan meningkatkan motivasi dan kreativitas karyawan.

Sistem penilaian kinerja karyawan di Universitas Sangga Buana dilakukan satu tahun sekali dengan melakukan penilaian sendiri (self assessment) dengan menggunakan model Daily Activities Report (DAR) dan penilaian oleh atasan.

Penilaian diri sendiri dengan metode DAR adalah salah satu cara karyawan mengevaluasi dan menilai kinerjanya agar dapat terukur, menumbuhkan kejujuran, meningkatkan kreativitas dalam bekerja, perencanaan pekerjaan yang lebih matang. Model DAR ini berguna untuk pengembangan diri karyawan serta membutuhkan kematangan diri karyawan sehingga dapat menilai dirinya sendiri secara objektif dan dapat mempertanggung jawabkan kinerjanya kepada atasan. Penilaian oleh atasan dilakukan dengan cara menilai dan mengevaluasi kinerja karyawan selama 1 (satu) tahun terakhir.

Verifikasi dan Validasi

Hasil verifikasi melalui wawancara dengan informan menyatakan bahwa ada beberapa hal yang menjadi penilaian terhadap model DAR dalam penilaian kinerja ini, antara lain:

1. Penilaian dengan model DAR memerlukan waktu yang lebih lama dalam menilai karyawan, karena harus melakukan perencanaan pekerjaan yang sedang di kerjakan, akan dikerjakan dan belum selesai dikerjakan.
2. Proses penilaiannya di rasa lebih tepat untuk dilakukan karyawan, sehingga akan tepat sasaran pada karyawan untuk lebih kreativitas, melatih kejujuran karyawan.

Validasi dilakukan melalui pengujian pada model DAR yang dapat dianggap untuk memvalidasi model DAR pada penilaian kinerja karyawan.

Hasil wawancara yang dilakukan kepada expert, bahwa model DAR untuk penilaian kinerja karyawan dapat diterima oleh para expert. Model ini dapat mereview prestasi kerja karyawan, selain itu bisa memberikan rekomendasi kepada para atasan/decision maker yang dapat digunakan sebagai dasar untuk pemberian reward dan punishment pada karyawan. Sehingga dengan adanya model DAR ini diharapkan dapat membuat proses penilaian kinerja karyawan di menjadi lebih cepat, transparan, serta mempunyai kredibilitas yang tinggi, model ini juga menghasilkan feedback untuk memperbaiki diri sendiri.

Masukannya dengan adanya model DAR ini harus jelas jumlah jam standarnya, karena sangat penting jadi harus ditetapkan jam kerjanya agar efektif dan efisien pada kegiatan WFH ini karena tidak ada supervisi yang mengontrol langsung pekerjaan karyawannya. Tim IT harus memperhatikan tingkat keamanan data yang harus dijaga kerahasiaannya, diusahakan menggunakan vendor untuk server dengan biaya yang lumayan, tapi kalau dari tim IT nya sudah cepat tanggap apabila terjadi permasalahan pada server maka tidak perlu vendor server. Kemudian perhatikan juga manajemen risikonya jika terdapat gangguan pada model yang sedang berjalan dan harus memikirkan solusi untuk mencegah gangguan tersebut. (Sumber: Isoni, Informan Peneliti)

Diperkuat lagi dari salah satu karyawan Universitas Sangga Buana (USB) yang menyatakan bahwa "Sistem penilaian yang telah dibuat sudah bisa digunakan, karena dapat membuat sistem penilaian kinerja di USB YPKP menjadi lebih sistematis dan terstruktur, serta memudahkan proses penilaian dan membuat proses penilaian kinerja di USB YPKP lebih objektif dan transparan karena keseluruhan prosesnya melibatkan beberapa pihak dan keseluruhan proses mulai dari awal sampai akhir, namun masih perlu pengembangan di beberapa bagian agar sistem bisa lebih baik lagi (Sumber: Noviani, Informan Peneliti).

Selain DAR harus disesuaikan juga dengan target kerja bulanan, dalam KPI output saja dinilai maka prosesnya pun harus dinilai, tidak semua orang terbiasa untuk membuat jurnal harian (DAR), orang yang terbiasa membuat jurnal harian saja masih mengeluh contoh halnya ASN (Sumber: Nina Lestari, Informan Peneliti).

Pada dasarnya setuju untuk diterapkannya Model DAR ini di Universitas Sangga Buana YPKP, untuk awal model ini sudah mumpuni, tools yang diminta sudah ada. Sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan di USB. Semoga model DAR ini segera di implementasikan agar karyawan bisa mengakses dengan sistem yang sudah terintegrasi agar terlihat transparansi untuk laporan kinerja karyawannya (Sumber: Dian Ekawati, Informan Peneliti).

Menurut saya yang difahami tentang Daily Activities Report (DAR) adalah setiap pekerjaan harus ada laporan, baik laporan secara kasat mata maupun planning atas pekerjaan yang dilakukan dan memberikan komitmen dalam dirinya sendiri sebagai laporan. Expert judgment terhadap model yang telah dibuat sangat perlu dan harus segera di implementasikan, terus melakukan update, kedepannya pasti ada kendala-kendala yang harus bisa diselesaikan (Sumber: Sumeidi Kadarisman, Informan Peneliti).

Pada menu karyawan, didalamnya ada menu DAR, karyawan dapat mengisi sendiri mengenai pekerjaan yang telah dikerjakan, terdapat juga tingkat penyelesaian dari pekerjaan yang telah kerjakan serta bisa mengukur sendiri pekerjaannya, selain itu ada menu rencana pekerjaan untuk kemudian hari. Karyawan dapat mengisi agenda dari pekerjaan yang telah dikerjakan dengan jujur. Input dari menu DAR akan terlihat oleh SDM dan karyawan itu sendiri dan tidak akan berpengaruh pada penilaian kinerja karyawan secara umum.

Hasil dari DAR tersebut dapat digunakan karyawan sebagai evaluasi mandiri untuk melakukan perbaikan atau mengembangkan kinerjanya. Semua jawaban dari karyawan dalam DAR akan tersimpan pada sistem yang aman. Jadi DAR akan lebih sistematis, rapi dan terintegrasi.

Penjelasan detail mengenai skenario Mengisi Daily Activity Report (DAR) dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2
Skenario Mengisi Daily Activity Report (DAR)

Nama	: Mengisi <i>Daily Activity Report</i>	
Aktor	: Karyawan	
Deskripsi	: Merupakan menu/halaman untuk menginput <i>Daily Activity Report</i> , yang merupakan dasar dalam proses penilaian diri sendiri	
Skenario		
	Aksi Aktor	Reaksi Sistem
Skenario Normal		
	Klik menu Input DAR	Tampil Form Input DAR
	Mengisi Form Input DAR	Menampilkan pesan data berhasil disimpan
	Menekan tombol "Save"	
Skenario Alternatif		
	Klik menu Input DAR	Tampil Form Input DAR
	Mengisi Form Input DAR	Menampilkan pesan <i>Input</i> tidak valid
	Menekan tombol "Save"	
	Mengisi kembali Form Input Data	Menampilkan pesan data berhasil disimpan
	Menekan tombol "Save"	

Sumber: Data diolah (2020)

Model DAR

1. Menu Login



Gambar 4
Menu Login Penilaian Kinerja Karyawan

Berikut ini keterangan Hasil Implementasi untuk halaman Login dapat terlihat pada tabel 4.

Tabel 3
Keterangan Implementasi Halaman Login

Keterangan	Fungsi
Username	Untuk menampilkan inputan username atau email
Password	Untuk menampilkan inputan password

Keterangan	Fungsi
“Login”	Untuk masuk ke halaman user sesuai dengan role yang dimiliki

Sumber: Data diolah, 2021

2. Home – Karyawan



Gambar 5
Model Halaman Home Karyawan

Berikut ini keterangan Hasil Implementasi untuk halaman Karyawan dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4
Keterangan Implementasi Halaman Karyawan

Pengujian	Fungsi
Klik Menu Dashboard	Untuk menampilkan data dari <i>user/karyawan</i> yang <i>login</i> pada halaman tersebut

3. Karyawan – Mengisi DAR

Gambar 6
Model Halaman Karyawan - Mengisi DAR

Berikut ini keterangan Hasil Implementasi untuk halaman DAR dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5
Keterangan Implementasi Halaman DAR

Pengujian	Fungsi
Klik Menu Input DAR	Untuk menampilkan list data DAR yang telah ada
Klik <i>button</i> Edit	Untuk menampilkan form edit sesuai data yang dipilih
Klik <i>button Delete</i>	Untuk menghapus data
Klik <i>button Search</i>	Untuk menampilkan data sesuai dengan kata kunci yang diinputkan
Klik <i>button Create</i>	Untuk menampilkan form isian untuk menambah data DAR baru
Klik <i>button Save</i> pada form isian	Untuk menyimpan data inputan ke dalam database, dan ditambahkan serta dimunculkan di dalam list data DAR
Klik <i>button Reset</i> pada form isian	Untuk membuat form isian menjadi kosong kembali
Klik <i>button Back</i>	Untuk kembali ke halaman awal atau untuk kembali menampilkan list data DAR yang telah ada

Hasil akhir dari model penelitian ini berbentuk sebuah sistem mendapatkan respon yang baik bagi karyawan dan SDM.

SIMPULAN

Dari hasil pembahasan tentang model DAR, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam pembuatan laporan penilaian kinerja karyawan yang dirancang sekarang ini berpedoman pada laporan penilaian kinerja karyawan yang ada saat ini. Dimana laporan penilaian kinerja karyawan sebelumnya masih dikelola secara sederhana. Maka dengan adanya model berbasis aplikasi ini semua permasalahan akan dapat teratasi dan informasi dapat diakses kapan saja, proses pengolahan data dapat dilakukan dengan cepat dan akurat, mudah dan lebih baik dari masa sekarang ini.
2. Pengolahan data pegawai akan memudahkan pegawai dan atasan sehingga dapat meningkatkan kinerja.
3. Berdasarkan hasil wawancara dengan para experts, model DAR ini dapat diimplementasikan di Universitas Sangga Buana, akan tetapi memerlukan waktu dibandingkan model penilaian penilaian oleh atasan yang selama ini dijalankan

DAFTAR PUSTAKA

- Chukwuma, E.M., & Obiefuna, O, (2014). *Effect of Motivation on Employee Productivity: A Study of Manufacturing Companies in Nnewi. Journal of Managerial Studies and Research* Vol. 2 No. 7: 137-147.
- Creswell, John W, 2012. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Penerbit: Pustaka Pelajar.
- Dewi, Noviani, (2020). *Perancangan Sistem Pendukung Keputusan Penilaian Kinerja Karyawan Berbasis 360 Degree Feedback dan Simple Multi-Attribute Rating Technique (Studi Kasus di Universitas Sangga Buana YPKP)*. 14th TSSA 2020.

- Ferdian Sudarnico (2017). Aplikasi Sistem Penilaian Kinerja Karyawan pada PT. Bangun Jaya Cemerlang Perkasa Tangerang. Skripsi: Sekolah Tinggi Manajemen Dan Ilmu Komputer (STMIK) Raharja.
- Haryati, Mimin, 2010. *Model dan Teknik Penilaian pada Tingkat Satuan Pendidikan*. Penerbit: Gaung Persada Pers.
- Hennink, Monique M. (2014). Focus Group Discussion: Understanding Qualitative Research. United State of America: Oxford Press University.
- <https://www.dqlab.id/teknik-triangulasi-dalam-pengolahan-data-kualitatif>
- <https://cohive.space/blogs/penilaian-kinerja/>
- <https://www.sodexo.co.id/alasan-kenapa-evaluasi-kinerja-karyawan-itu-penting/>
- <https://www.sodexo.co.id/indikator-kinerja-karyawan-yang-bisa-diperhatikan/>
- Nela, Susfayetti, dan Rita Friyani, (2012). *Pengaruh Teknologi Sistem Informasi Baru Terhadap Kinerja Individu*, Vol. 14. No.2: 19-24.
- Rizky Soetam, 2011. *Konsep Dasar Rekaya Perangkat Lunak (Software Reengineering)*, Penerbit: Pertasi Pustaka. Diperoleh dari http://repository.machung.ac.id/350/1/51._Soetam_BUKU_AJAR_konsep_dasar_rpl.pdf
- Ratih, Hurriyati, 2010. *Belajar Microsoft Office*. Penerbit: Alfabeta. Diperoleh dari <https://media.neliti.com/media/publications/337383-implementasi-model-prototipe-pada-peranc-2ef03793.pdf>
- Sabitah, Nadiyah Muhana, (2017). *Implementasi Metode Penilaian Kinerja 360 Degree Feedback Untuk Mengukur Soft Competence Karyawan (Studi pada PT Petrokimia Gresik)* Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 47 No.1: 56-62.
- Sugiyono, 2012, *Memahami Penelitian Kualitatif*. Penerbit: Alfabeta.
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Penerbit: Alfabeta
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Penerbit: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Penerbit: Alfabeta.
- Sutabri, Tata, 2012. *Analisis Sistem Informasi*. Penerbit: Andi. Diperoleh dari <https://repository.atmaluhur.ac.id/bitstream/handle/123456789/1077/DAFTAR%20PUSTAKA.pdf?sequence=7&isAllowed=y>
- Taufik, dkk. 2014. Perancangan Aplikasi Sistem Penilaian Kinerja Karyawan Dengan Metode Mbo Dan Bars (Studi Kasus PLTA Maninjau).Jurnal Optimasi Sistem Industri Vol. 13 No. 2: 760-770.

**ANALISIS PERBANDINGAN TINGKAT EFEKTIVITAS
PENERAPAN PERATURAN PAJAK UMKM DI
INDONESIA, MALAYSIA, DAN FILIPINA**

Hetti Herawati¹

Universitas Sangga Buana
hetti.herawati@usbykp.ac.id

Yuli Nawangsasi²

Universitas Sangga Buana
yuli.nawangsasi@usbykp.ac.id

Winna Pratiwi³

Universitas Sangga Buana
winnapratiwi22@gmail.com

Abstract

The development of potential MSMEs and tax revenues in Indonesia, it is deemed necessary by comparing Indonesian tax regulations with several ASEAN countries in order to produce appropriate tax regulations, so that they can provide optimal contributions to the country. The purpose of this study is to compare the effectiveness level of the application of the MSMEs tax regulations in Indonesia, Malaysia and the Philippines. The object of this research is the application of MSMEs tax regulations in Indonesia, Malaysia and the Philippines. The method used in this research is descriptive comparative method. This study uses secondary data. The data analysis technique used is the One Way ANOVA test with the content analysis method. The results show that there are differences in the level of effectiveness of the application of tax regulations in Indonesia, Malaysia and the Philippines, namely in terms of criteria, in terms of the amount and application of tax rates and other policies that regulate the scope of MSMEs activities in the three countries.

Keywords: *Effectiveness Level, Micro Small and Medium Enterprise, Tax Regulations*

Abstrak

Pengembangan potensi UMKM dan penerimaan pajak di Indonesia dipandang perlu dengan membandingkan antara peraturan pajak Indonesia dengan beberapa negara Asean agar dapat menghasilkan peraturan perpajakan yang tepat, sehingga dapat memberikan kontribusi yang optimal bagi negara. Tujuan penelitian ini, untuk membandingkan tingkat efektivitas penerapan peraturan pajak UMKM di Indonesia, Malaysia, dan Filipina. Objek penelitian ini adalah Penerapan Peraturan pajak UMKM di Indonesia, Malaysia dan Filipina. Metode penelitian menggunakan metode deskriptif komparatif, dengan data sekunder. Teknik analisis data yang digunakan yaitu Uji One Way ANOVA dengan metode content analysis Hasil penelitian menunjukkan terdapat perbedaan tingkat efektivitas penerapan peraturan pajak di Indonesia, Malaysia dan Filipina, yaitu dari segi kriteria, dari segi besaran dan penerapan tarif pajak serta kebijakan lainnya yang mengatur cakupan kegiatan UMKM di ketiga negara.

Kata kunci: *Peraturan Pajak, Tingkat Efektivitas, UMKM*

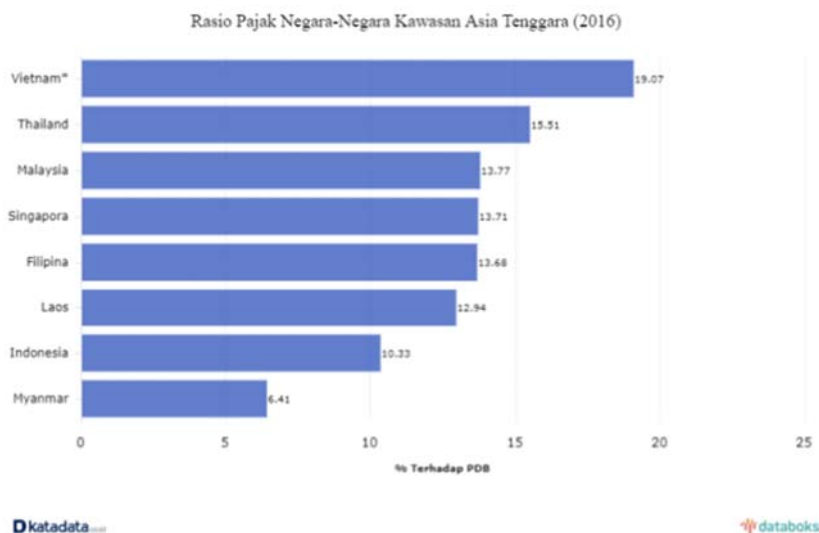


PENDAHULUAN

Sebagai tulang punggung perekonomian di Indonesia dengan jumlah usaha mencapai 64,19 juta unit (99%), dan mampu menyerap 116,97 juta tenaga kerja (Kementerian Koperasi dan UMKM:2018), serta memberi kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sekitar 60,34%, ditahun 2018, maka UMKM merupakan pelaku usaha yang dibidik pajak sebagai sumber penerimaan yang potensial. (Ikhsan Ingratubun; 2019). Demikian juga di negara Asean, UMKM merupakan tulang punggung bagi perekonomian (Media Indonesia, Januari 2021). Berkembangnya sektor UMKM, menjadi angin segar bagi pemerintah, karena UMKM diharapkan mampu memberi kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Sepanjang tahun 2019, kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) diproyeksi tumbuh sebesar 5%, dengan total kontribusi mencapai 65% atau sekitar Rp. 2.394,5 triliun. (Ikhsan Ingratubun;2019). (jawapos.com/ekonomi/16/01/2020).

Pada tahun 2020, kontribusi UMKM Indonesia pada ekspor mencapai 14,5%, kontribusi UMKM di Malaysia terhadap ekspor sebesar 20 %, Thailand 35 %, Jepang 55 %, Korea Selatan 60 %, dan China 70 %.(Cyprianus Anto Saptowalyono; 2020) Melihat potensi tersebut, seluruh negara Asean terus berupaya untuk mengembangkan usaha UMKM dengan cara menerbitkan peraturan khusus tentang UMKM termasuk aturan tentang pajak penghasilan bagi UMKM. Kehadiran UMKM ini diharapkan akan meningkatkan penerimaan pajak. Tax Ratio merupakan angka perbandingan antara penerimaan pajak yang dihimpun oleh suatu negara dan Produk Domestik Bruto, yakni akumulasi nilai tambah atau penghasilan seluruh penduduk suatu negara (Adinur Prasetyo; 2016).

Ratio penerimaan pajak Indonesia di tahun 2016 sangatlah rendah, bila dibandingkan dengan negara – negara di Asia Tenggara lainnya, hal ini menjadi pertanyaan besar yang harus segera terjawab.



Gambar 1. Rasio Pajak se Asia Tenggara (2016)

Sumber : databoks.katadata.co.id (2020)

Persentase penerimaan pajak di Indonesia berada di bawah negara – negara Asean lainnya, seperti : Laos berada di angka 12,94%, Filipina diangka 13,68%, Singapura 13,71% sedangkan Malaysia diangka 13,77%.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa tingkat penerimaan pajak Indonesia masih

kurang efektif bila dibandingkan dengan negara – negara lainnya. Hal ini menggambarkan bahwa kinerja penerimaan pajak belum sejalan dengan peningkatan perekonomian. Malaysia dan Filipina merupakan dua negara Asean yang secara geografis memiliki kemiripan dengan Indonesia dan sektor UMKM memiliki andil yang cukup besar pada perkembangan perekonomian di ketiga negara tersebut.

Di samping itu , sistem perpajakan dari ketiga negara tersebut memiliki kesamaan, yaitu self assesment system. Jika dilihat dari ratio penerimaan pajak, Indonesia mempunyai ratio yang rendah dibandingkan dengan kedua negara tersebut, tetapi bila dilihat dari segi kontribusi penerimaan GDP di sector UMKM, Indonesia berada di peringkat kedua setelah Filipina, seperti tergambar pada table 1.

Tabel 1. Kontribusi GDP UMKM

Negara	GDP (%)			Rata -Rata GDP
	2014	2015	2016	
Indonesia	60,34%	61,41%	59,84%	60,53%
Malaysia	35,90%	36,30%	36,60%	36,27%
Filipina	61,74%	60,77%	60,27%	60,93%

Sumber : data yang diolah (2020)

Fenomena tersebut, telah memotivasi penulis untuk mengetahui lebih jauh, faktor faktor yang menyebabkan perbedaan ratio penerimaan pajak antara Indonesia dengan negara Asean lainnya, yaitu dengan melakukan penelitian terkait perbandingan tingkat efektivitas penerapan peraturan pajak UMKM di Indonesia dan di beberapa negara yang berada di kawasan Asia Tenggara, diantaranya Malaysia dan Filipina. Dengan demikian peneliti dapat mengetahui dan mendeskripsikan efektivitas perbedaan penerapan peraturan pajak UMKM di Indonesia, Malaysia dan Filipina. Pada dasarnya konsep perpajakan di Indonesia, Malaysia, serta Filipina memiliki kesamaan, yaitu menggunakan self assesment system dalam pemungutan pajaknya. Selain itu penerapan pajak di ketiga negara tersebutpun sama, yang memberlakukan pajak nasional dan lokal, di Indonesia dikenal dengan pajak pusat dan pajak daerah. Disamping itu, antara Indonesia dan Malaysia ada kemiripan dalam hal perlakuan terhadap pembayaran zakat dan pajak. Bagi umat muslim yang telah membayar zakat pada lembaga yang diperkenankan secara Undang Undang, maka zakat akan menjadi pengurang dari nilai pajak yang terhutang. Penerapan peraturan pajak di masing – masing negara berbeda – beda. Di Indonesia peraturan perpajakan UMKM diatur dalam PP No 23 Tahun 2018, sebagai pengganti PP No 46 Tahun 2013 tentang perubahan tarif final dari 1% menjadi 0,5%, yang mana peneanaan tariff tersebut dikenakan kepada UMKM dengan peredaran bruto dibawah 4,8 M.

Di Malaysia peraturan pajak UMKM berada dibawah naungan Inland Revenue Board of Malaysia (IRBM), dimana peraturan pajak UMKM mengacu pada Income Tax 1967. UMKM di Malaysia dikenakan tarif pajak sebesar 17% bila memiliki pendapatan RM 500.000 (Rp 1,5 M) sementara untuk pendapatan > RM 500.000 (1,5M) dikenakan tarif pajak sebesar 24% sama seperti perusahaan normal. Di Filipina peraturan pajak UMKM berada dibawah The Republic Act 9501 Magna Carta for UMKM tax. Dimana UMKM di Filipina memiliki ketentuan istimewa dengan adanya bebas pajak (Tax Holiday) atas penghasilan bagi UMKM selama 4 hingga 8 tahun. Dalam kurun waktu bebas pajak yang sudah ditetapkan, UMKM dilihat progressnya oleh pemerinntah, sehingga UMKM di Filipina tidak diberatkan oleh pembayaran pajak. Sementara penerapan tarif pajak UMKM di Filipina sebesar 5% dari pendapatan kotor.

LITERATUR

UMKM merupakan salah satu bentuk usaha yang memiliki kewajiban membayar pajak, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di tiap negara. Di Indonesia masalah UMKM diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 dengan gambaran sebagai berikut :

1. Usaha Mikro merupakan usaha produktif milik perseorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang – Undang ini.
2. Usaha Kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang – Undang ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang – Undang ini

Melihat potensi UMKM yang kian berkembang di Indonesia, pemerintah segera menetapkan aturan pengenaan pajak bagi UMKM. Mardiasmo (2018:4-5) menyatakan bahwa dalam menetapkan aturan pajak, agar pemungutan pajak tidak menimbulkan hambatan atau perlawanan, pemungutan pajak harus memenuhi syarat sebagai berikut :

- a. Pemungutan harus adil (Syarat Adil),
- b. Pemungutan Pajak Harus Berdasarkan Undang – Undang (Syarat Yuridis),
- c. Tidak mengganggu Perekonomian (Syarat Ekonomi),
- d. Pemungutan Pajak Harus Efisien (Syarat Finansial) ,
- e. System Pemungutan Pajak Harus Sederhana.

Diawali dengan menerbitkan **PP'46 tahun 2013** mengenai pengenaan pajak bagi UMKM, yang memberlakukan tarif 1% dari omzet. Karena tarif tersebut masih dirasa memberatkan oleh pihak UMKM, maka pada tahun 2018, PP'46 dihapuskan dan diganti dengan **PP '23 tahun 2018** tentang pemotongan pajak bagi UMKM sebesar 0,5% dari Omzet. Pengelolaan UMKM di Malaysia berada di bawah Kementerian Pengembangan Pengusaha Malaysia (MED), yang dalam pelaksanaannya bekerjasama dengan SME Corporation Malaysia (SME Corp Malaysia) sebagai lembaga koordinasi pusat (CCA) yang mengoordinasikan pelaksanaan program pengembangan untuk usaha kecil dan menengah (UKM) di semua Kementerian dan lembaga terkait. Lembaga tersebut bertugas melakukan penelitian dan penyebaran data tentang UKM dan pengusaha, serta menyediakan layanan konsultasi bisnis untuk UKM dan pengusaha di seluruh negeri. Dalam upaya mencapai target kontribusi PDB oleh UKM, ada delapan (8) langkah yang dilakukan,:

1. Mengintensifkan digitalisasi UKM
2. Meningkatkan integrasi UKM dalam rantai pasokan
3. Meningkatkan dukungan lebih pada UKM melalui pemberian insentif yang relevan
4. Meningkatkan kesiapan dan daya saing UKM dalam penerapan teknologi dan model bisnis
5. Memfasilitasi pembiayaan alternatif untuk UKM
6. Memulihkan rantai nilai UKM eksternal ke negara tersebut
7. Mendorong pertumbuhan, perkuat penyerapan dan promosikan ekspor gateway pembayaran buatan sendiri dan fintech oleh UKM dan

8. Meningkatkan partisipasi UKM dalam industri pariwisata Berlandaskan pada Kerangka Kewirausahaan Nasional (NEF).

Sebagai lembaga utama yang bertanggung jawab mengumpulkan pendapatan untuk Kementerian Keuangan, *Inland Revenue Board of Malaysia* (IRBM) berkewajiban untuk mengambil bagian di dalam atau di luar Malaysia dalam semua hal yang berkaitan dengan masalah perpajakan. Untuk memotivasi para UMKM, kementerian keuangan menetapkan kebijakan penurunan tarif pajak bagi UMKM yang penghasilan sampai dengan RM500.000 atau setara dengan Rp 1,5 Milyar, yang pada tahun 2017 bertarif 19%, maka di tahun 2018 turun menjadi 18%. Di Filipina definisi UKM menurut *National Statistics Office and Small and Medium Enterprise Development Council* (SMEDC) dilihat dari Kriteria UMKM, yaitu diukur dari total aset, jumlah karyawan, dan ukuran modal. Peraturan pajak di Filipina tertuang dalam *The Republic Act 9501 Magna Carta for MSME* Tahun 2018, yang membagi sistem perpajakan bagi UKM menjadi 2 insentif pajak, yakni: Insentif Pajak Langsung dan Insentif Pajak Tidak Langsung.

Insentif Pajak Langsung merupakan insentif pajak yang ditujukan khusus bagi importir dan eksportir, yaitu perihal kredit pajak atas pembelian bahan baku dan atau barang modal untuk ekspor dengan kredit pajak sebesar 25% dari bea atas pembelian bahan baku dan peralatan modal dan / atau suku cadang. Insentif pajak juga tersedia untuk perusahaan yang terdaftar di Otoritas Zona Ekonomi Filipina (PEZA) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Adanya *Tax Holiday* atas penghasilan selama 4 hingga 8 tahun dan tarif pajak sebesar 5% untuk pendapatan kotor yang dimodifikasi dan dikenakan setelah *Tax Holiday* berakhir,
- b. Adanya pembebasan pajak dan bea atas peralatan modal dan bahan baku impor.
- c. Adanya pembebasan pajak nasional dan local.
- d. Adanya potongan pajak atas pembelian barang modal domestic.

Insentif Pajak Tidak Langsung berdasarkan Rencana Prioritas Investasi (IIP), mengatur perihal tentang hak UKM atas insentif pajak sebagai berikut:

- a. Adanya Pembebasan dari bea pelabuhan (*wharfage*) dan pajak ekspor, bea masuk dan biaya lainnya.
- b. Adanya pengurangan tambahan untuk biaya tenaga kerja (ADLE).
- c. Adanya pengurangan tambahan untuk pekerjaan infrastruktur dan d Adanya pengkreditan pajak, atas pajak cukai dan atas barang – barang ekspor yang diproduksi atau diproduksi secara lokal.

Kriteria UMKM

Setiap negara memiliki kriteria UMKM tersendiri. Kriteria UMKM di Indonesia tertuang dalam UU No: 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil Menengah. Menurut Undang-Undang tersebut, kriteria UMKM bisa dibedakan dari jumlah aset dan total omzet penjualan selama satu tahun. Sedangkan menurut Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah karyawan juga menjadi variabel penentu kriteria UMKM.

Dari beberapa ketentuan di atas, maka kriteria UMKM di Indonesia tergambar pada table 2.

Table 2. Kriteria UMKM Indonesia

No	Uraian	Kriteria		
		Omzet (Juta)	Aset (Juta)	Σ pekerja (Orang)
1	Mikro	Sd 300	Sd 50	≤ 4
2	Kecil	>300-2,5M	>50-500	5 - 19
3	Menengah	>2,5M-50M	>500-10M	20 - 99

Sumber : data yang diolah (2020).

Di Malaysia, kriteria dari UMKM itu sendiri terbagi menjadi dua sektor yaitu Manufaktur dan jasa, yang mana dari kedua sektor tersebut, terbagi dalam dua kriteria, yaitu : Omzet penjualan dan jumlah pekerja, seperti tergambar pada tabel 3.

**Tabel 3. Kriteria UMKM Malaysia
(In RM-000)**

Sektor	Kriteria	Mikro	Kecil	Menengah
Manufaktur	Omzet	< 250	250-≤ 10.000	10.000-≤ 25.000
	ΣPekerja	< 5	5-50	51-150
Jasa	Omzet	< 200	200-≤ 1.000	1.000-≤ 5.000
	ΣPekerja	< 5	5-19	20-50

Sumber : data yang diolah (2020).

Sedangkan kriteria UMKM di Filipina tergambar pada tabel 4.

Tabel 4. Kriteria UMKM Filipina

No	Uraian	Aset (Juta-Peso)	Σ pekerja (Orang)
1	Mikro	Sd 3	≤ 4
2	Kecil	> 3-15	5 - 19
3	Menengah	> 15- 100	20 - 99

Sumber : data yang diolah (2020).

Perbedaan kriteria tersebut, merupakan kebijakan dari masing masing negara. Untuk mengukur seberapa efektif penerapan pajak yang di buat oleh pemerintah yaitu, dengan melihat hasil tax ratio (*% of GDP*) dan membandingkannya dengan jumlah UMKM yang ada. Ravianto (2014:11) menyatakan bahwa efektivitas ialah seberapa baik pekerjaan yang dilakukan, sejauh mana orang menghasilkan keluaran sesuai dengan yang diharapkan, artinya apabila suatu pekerjaan dapat diselesaikan sesuai dengan perencanaan, baik dalam waktu, biaya, maupun mutunya maka dapat dikatakan efektif. Tingkat efektivitas memiliki 4 aspek yaitu, aspek peraturan/ketentuan, aspek fungsi/tugas, aspek rencana/program, dan aspek tujuan/kondisi ideal. Dari ke 4 aspek tersebut peneliti hanya menggunakan aspek tujuan//kondisi ideal yang menjadi factor untuk menilai tingkat efektivitas pada penerapan peraturan pajak UMKM di Indonesia, Malaysia, dan Filipina.

Konsep Perpajakan

Mardiasmo (2018:4) menyatakan bahwa pajak sangat berperan dalam kehidupan bernegara, khususnya dalam pembangunan, karena pajak merupakan sumber pendapatan bagi negara untuk membiayai semua pengeluaran termasuk untuk pengeluaran pembangunan. Konsep perpajakan Indonesia, Malaysia dan Filipina memiliki kesamaan, yaitu sama sama menerapkan *self assesment system* dalam pemungutan pajaknya. Di samping itu, penerapan pajak ketiga negara tersebutpun sama, pajak dikenakan secara nasional dan lokal atau pajak pusat dan pajak daerah.

Indonesia dan Malaysia memiliki kesamaan dalam hal pengurangan pembayaran pajak dalam kaitannya dengan pembayaran zakat. Di Malaysia hal tersebut termuat dalam peraturan pajak *Income Tax Act 53 1967* seksyen 6A (3) yaitu Rabat akan diberikan selama satu tahun penilaian untuk setiap zakat, fitrah atau pembayaran iuran agama Islam lainnya

yang wajib dan yang dibayarkan pada tahun dasar untuk tahun penilaian tersebut, dan dibuktikan dengan tanda terima yang dikeluarkan oleh, otoritas keagamaan yang tepat yang didirikan berdasarkan hukum tertulis apa pun. Sedangkan di Indonesia hal tersebut tertuang dalam UU No. 36 Tahun 2008 Perubahan Keempat atas UU Nomor 7 tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan, pasal 4 ayat (3) huruf a (1) menyatakan bahwa yang bukan objek pajak adalah bantuan atau sumbangan, termasuk zakat yang diterima oleh badan amil zakat atau lembaga amil zakat yang dibentuk atau disahkan oleh pemerintah dan yang diterima oleh penerima zakat yang berhak atau sumbangan keagamaan yang sifatnya wajib bagi pemeluk agama yang diakui di Indonesia, yang diterima oleh lembaga keagamaan yang dibentuk dan disahkan oleh pemerintah dan yang diterima oleh penerima sumbangan yang berhak, yang ketentuannya diatur dengan atau berdasarkan Peraturan Pemerintah.

Tax Ratio

Adinur Prasetyo (2016) menyatakan bahwa *Tax ratio* adalah ukuran kinerja penerimaan pajak di suatu negara. *Tax ratio* dijadikan sebagai salah satu indikator dalam mengukur kinerja, namun *tax ratio* bukan satu satunya indikator untuk mengukur kinerja pajak

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif komparatif. Metode deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau menganalisis hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Sedangkan metode komparatif adalah penelitian yang membandingkan keadaan satu atau lebih sampel yang berbeda, atau dua waktu yang berbeda. (Sugiyono 2012). Jenis data penelitian ini menggunakan data *time series*. Data yang digunakan merupakan data sekunder, yang bersumber dari pihak atau lembaga yang pernah menggunakan atau mempublikasikan, sehingga peneliti tidak perlu untuk menguji validitas dan reliabilitasnya. (Chandrarini ;2017). Jika ada kesalahan atau ketidakakuratan, maka peneliti tidak bertanggung jawab (maka tanggung jawab berada pada pihak yang menerbitkannya).

Data dianalisis dengan menggunakan metode *content analysis* dengan teknik analisis data yang digunakan yaitu Uji *One Way ANOVA*. Dengan rumus sebagai berikut :

$$F = \frac{RJKa}{RJKi}$$

RJKa : Variansi antar kelompok (rerata jumlah kuadrat antar)

RJKi : Variansi antar kelompok (rerata jumlah kuadrat antar)

Variabel dalam penelitian ini hanya variabel X tentang : Tingkat Efektivitas Peraturan pajak UMKM di tiga negara, Indonesia, Malaysia dan Filipina. Indikator dari tingkat efektivitas adalah *Tax ratio* yaitu perbandingan antara total penerimaan pajak dengan Produk Domestik Bruto (PDB).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan dengan mendeskripsikan dan menggambarkan perbandingan peraturan pajak UMKM yang ada di Indonesia, Malaysia, dan Filipina. Untuk mendapatkan gambaran yang lebih mendalam atas perbedaan efektivitas penerapan peraturan pajak UMKM di tiga negara tersebut, digunakan *content analysis* dengan uraian sebagai berikut :

Tabel 5. UU Tentang UMKM

Negara	Keterangan
Indonesia	Mengacu pada PP 23 Tahun 2018
Malaysia	Act 53 Income Tax Act 1967
Filipina	Mengacu pada Republic Act No. 9501 Tahun 2018.

Sumber: data yang diolah (2020)

Table 5 menunjukkan adanya perbedaan undang – undang yang mengatur UMKM di Indonesia, Malaysia dan Filipina. UMKM di Indonesia dan Filipina memiliki undang – undang khusus yang menaungi UMKM, sementara di Malaysia UMKM tidak memiliki undang – undang khusus yang menaungi UMKM melainkan undang – undang pajak UMKM mengacu pada satu undang – undang yang berlaku secara umum yaitu *Act 53 Income Tax Act 1967*.

Tabel 6. Kriteria UMKM

Negara	Aset	Omzet	Pekerja
Indonesia	√	√	√
Malaysia	-	√	√
Filipina	√	-	√

Sumber : data yang diolah (2020).

Tabel 6 memperlihatkan adanya kesamaan dalam kriteria UMKM di ketiga negara, yang menetapkan aset, omzet dan jumlah pekerja sebagai unsur penting dalam penetapan kriteria. Dari tiga unsur tersebut, jumlah pekerja merupakan unsur yang ada di ketiga negara. Ini menunjukkan bahwa penyerapan tenaga kerja di UMKM sangatlah penting, karena dengan adanya penyerapan tenaga kerja maka akan mengurangi pengangguran serta akan meningkatkan taraf hidup masyarakat, pertumbuhan ekonomi meningkat dan PDB negarapun meningkat. Hal ini sejalan dengan penelitian Sudaryanto (2011) yang menyatakan bahwa kemampuan UMKM dalam menyerap tenaga kerja, memberi peluang bagi UMKM untuk berkembang dan bersaing dengan perusahaan bermodal besar (*capital intensive*).

Di samping itu dengan mengacu pada tabel- 3 sd 5 mengenai kriteria UMKM ,dapat diketahui bahwa ketiga negara tersebut memiliki kesamaan dengan membagi UMKM kedalam skala mikro ,kecil dan menengah, tetapi besaran nilai aset, omzet dan jumlah pekerja dimasing masing negara berbeda. Indonesia berada di urutan terbawah setelah Filipina.

Tabel 7. Pajak UMKM

Negara	Indonesia	Malaysia	Filipina
Objek	Peredaran Bruto (PB)	Penghasilan Terhutang (PT)	Pendapatan Kotor (PK)
Tarif	0,5%	17% dan 24%	1. Tax Holiday 4-8 th 2. 5%
DPP	PKP	Pjk.Pendapatan	Pjk.Penghasilan

Sumber : data yang diolah (2020).

Tabel 7 menunjukkan adanya perbedaan kebijakan pemerintah dalam menetapkan Objek, Tarif dan Dasar Pengenaan Pajak. Pengenaan pajak UMKM Indonesia didasarkan pada omzet perbulan dengan tidak melihat kondisi untung atau rugi , dan tarif yang dikenakan sebesar 0,5% merupakan revisi atas tarif sebelumnya sebesar 1%. Tarif pajak UMKM di

Indonesia terendah bila dibanding Malaysia dan Filipina. Sementara Filipina menetapkan adanya *Tax Holiday* bagi UMKM yang baru berdiri hingga 4 sd 8 tahun dengan tujuan agar perusahaan lebih termotivasi untuk mengembangkan usaha dengan tanpa dibebani pajak. Bila sudah melewati periode waktu tersebut, maka UMKM akan dikenakan pajak sebesar 5% dari Penghasilan. Malaysia merupakan negara yang menetapkan tarif pajak paling tinggi bila dibandingkan dengan Indonesia dan Filipina, yaitu dikisaran 17% sd 24% dari Pendapatan. Perbedaan tersebut sangat tergantung pada kebijakan masing masing negara, sesuai dengan kondisi sosial ekonomi masing masing negara, dan kebijakan pemerintah mempunyai peranan yang sangat penting dalam mendorong perkembangan usaha UMKM. Seiring dengan penelitian Indra Cahyadi (2015), bahwa kebijakan dan dukungan pemerintah, berperan penting bagi pertumbuhan UKM. Demikian pula penelitian ini mendukung penelitian Raviyanto (2014) yang menyatakan bahwa efektivitas adalah tingkat keberhasilan atau pencapaian suatu tujuan yang diukur dengan kualitas, kuantitas, dan waktu, sesuai dengan yang telah direncanakan sebelumnya. Tingkat efektivitas diukur berdasarkan hasil akhir dari suatu tujuan yang hendak dicapai. Adanya perbedaan penerapan peraturan pajak UMKM di Indonesia, Malaysia, dan Filipina, ternyata sangat berpengaruh terhadap perbedaan tingkat efektivitas di masing – masing negara yang mengacu pada rata – rata *tax ratio* (% of GDP). Berikut ini disajikan hasil analisis deskriptif dengan menggunakan *content analysis* pada UMKM di Indonesia, Malaysia, dan Filipina.

Tabel 8. Tax Ratio

Tahun	Tax Ratio (%)		
	Indonesia	Malaysia	Filipina
2014	10,84	14,84	13,60
2015	10,75	10,75	14,06
2016	10,34	10,55	13,68
2017	9,88	12,95	14,24
2018	10,40	12,03	14,72
Rata Rata	10,44	13,49	13,97

Sumber : worldbank.org diolah kembali (2020).

Adinur Prasetyo (2016) meyakini bahwa *tax ratio* merupakan perbandingan antara total penerimaan pajak terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan *tax ratio* ini adalah ukuran kinerja penerimaan pajak di suatu negara. Tabel 8 menunjukkan bahwa *Tax ratio* Indonesia dan Malaysia sejak tahun 2014 cenderung menurun, sedangkan *tax ratio* Filipina menunjukkan tren yang meningkat, walaupun di tahun 2016 sempat mengalami penurunan. Tapi bila dibandingkan dengan Indonesia dan Malaysia *tax ratio* Filipina masih lebih baik. Demikian juga bila dilihat dari rata rata *tax ratio* Indonesia senilai 10,44% , sementara *tax ratio* Malaysia dan Filipina rata rata berada di posisi 13,49% dan 13,97%. Kondisi ini menunjukkan bahwa kinerja penerimaan pajak Indonesia berada di posisi terbawah bila dibandingkan dengan Malaysia dan Filipina. Rendahnya nilai *tax ratio* Indonesia dibandingkan dua negara lainnya, tentunya berkaitan dengan kebijakan yang diterapkan di Indonesia, diantaranya : Pengukuran rasio pajak di Indonesia, hanya memperhitungkan unsur pajak pusat yang dihimpun oleh Direktorat Jenderal Pajak (DJP). Sementara di Malaysia dan Filipina, memasukkan seluruh unsur penerimaan pajak baik pajak pusat maupun pajak daerah seperti : SDA (Sumber Daya Alam), migas, pajak daerah, dan PDB, sehingga nilai total penerimaan pajak menjadi lebih besar, Tarif pajak di Malaysia dan Filipina jauh lebih besar bila dibandingkan dengan Indonesia yang hanya 0,5% . Sejalan dengan penelitian Indra Cahyadi (2015), yang mengatakan bahwa kebijakan pemerintah yang mendukung, sangat penting dan signifikan bagi pertumbuhan UKM. Namun demikian

dalam tabel 1 terlihat bahwa PDB Indonesia masih jauh lebih baik dari Malaysia dan berada diposisi ke dua dari Filipina. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Indra Cahyadi(2015) yang menyatakan bahwa UKM tidak hanya sangat penting dalam kegiatan ekonomi di Asia, khususnya dalam penyediaan lapangan kerja, tapi juga berperan penting dalam perolehan PDB.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

Ho : Tidak terdapat perbedaan tingkat efektivitas penerapan peraturan pajak UMKM di Indonesia, Malaysia, dan Filipina.

Ha : Terdapat perbedaan tingkat efektivitas penerapan peraturan pajak UMKM di Indonesia, Malaysia, dan Filipina.

Tabel Hasil Uji Hipotesis Uji One Way ANOVA

ANOVA	Sum of Square	df	Mean square	F	Sig
Persentase	36.632	2	18.316	35,871	,000
Rata Rata Tax	6.127	12	.511		
Rasio	42.759	14			

Dalam penelitian ini, data memiliki varian yang sama (*equal variances*), sehingga taraf signifikansinya adalah 0,000 lebih kecil dari 0,05, dengan demikian maka Ho ditolak, artinya terdapat perbedaan dalam tingkat efektivitas penerapan peraturan pajak UMKM di Indonesia, Malaysia, dan Filipina. Hasil uji sesuai dengan analisis deskriptif yang telah dipaparkan di atas.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan tingkat efektivitas penerapan peraturan pajak UMKM di Indonesia , Malaysia dan Filipina yaitu mulai dari payung hukum yang mengatur UMKM di masing masing negara, Kriteria UMKM dan Peraturan Pajak mengenai ketentuan tarif, serta dasar pengenaan pajak. Hal tersebut ditunjukkan oleh tax ratio masing-masing negara dalam lima tahun terakhir serta ketercapaian realisasi penerimaan pajak dibandingkan dengan target yang telah ditetapkan. Kondisi tersebut sangat ditentukan oleh kebijakan yang telah ditetapkan pemerintah yang tentunya akan sangat berdampak terhadap penerimaan pajak.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinur Prasetyo.(2016). Rasio Pajak. Penerbit PT Elex Media Koputindo. Jakarta.
- Agus Widarjono,Ph.D(2015). Statistik Terapan Dengan Excel & SPSS. (Cetakan ke-1). Penerbit UPP STIM YKPN. Yogyakarta.
- Chandrarin, Grahitia. 2017. Metode Riset Akuntansi. Salemba Empat. Jakarta (Cyprianus Anto Saptowalyono; 2020)
- (Ikhsan Ingratubun; 2019).
- Mardiasmo.(2018). Perpajakan. (Cetakan ke-25). Penerbit C.V ANDI OFFSET. Yogyakarta.
- Ravianto.(2014;11) <https://www.maxmanroe.com/> Pengertian EFEKTIVITAS, (maxmanroe.com)
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Bisnis. (Cetakan Ke-16). Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. (Cetakan ke26). Penerbit Alfabeta. Bandung.

Jurnal

Indra Cahyadi (2015), Tantangan Internasionalisasi UKM di Indonesia dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN
<http://jurnal.dpr.go.id/index.php/kajian/article/view/574>

Mohammad Fikri Sya'ban, (2017) Peningkatan Daya Saing Umkm Pasca Diberlakukan Mea 2015 Pengaruhnya Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja.
<http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/28257>

Sudaryanto . (2011) Strategi Pemberdayaan UMKM Menghadapi Pasar Bebas Asean
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/54915212/Strategi_Pemberdayaan_UMKM.pdf?1509850586=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DStrategi_Pemberdayaan

Undang Undang

Indonesia (2018) . Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2018 Tentang Pajak Penghasilan Dari Usaha Yang Diterima Atau Diperoleh Wajib Pajak Yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Indonesia (2008). Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Perubahan Keempat Atas Undang – Undang Nomor 7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan.

Malaysia (2008). Laws Of Malaysia Act 53 Income Tax Act 1967 Tentang Pajak Penghasilan. Republik Act No. 9501 23 Mei 2008 " Magna Carta Untuk Usaha Kecil".

Filipina Republik Act No. 8424 "An Act Changing The Name Of Baranghaypugs-Os In The Municipality Of Sinait, Province Of Ilocos Sur, To Baranghay Dean Leopoldo Yabes.
<https://mediaindonesia.com/ekonomi/344858/jadi-tulang-punggung-perekonomian-nasional-umkm-perlu-perhatian>

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20190109/12/876943/kontribusi-umkm-terhadap-pdb-2019>

<https://www.jawapos.com/ekonomi/16/01/2020>

<https://kompas.id/baca/ekonomi/2020/02/24/meningkatkan-kontribusi-umkm>

**ANALISIS PERBANDINGAN PENJUALAN ONLINE
DENGAN PENJUALAN NON ONLINE TERHADAP NET
PROFIT MARGIN PADA PT. SHOUT NETWORK
INDONESIA**

Anita Syafariah¹
Universitas Sangga Buana
anita.syafariah@usbykpk.ac.id

Abstract

Shout Network Indonesia company, which is a company that sells accessories in the form of hats that are sold online through the website and sold offline. The profit generated by the company so far at PT. Shout Network Indonesia experienced fluctuating developments from January to December 2015. The highest profit was in October 2015 which was Rp. 53,731,969,- and the lowest profit was in September 2015 which was - Rp. 39,177,186,-. The method used in this research is descriptive method and verification method. The descriptive method used to determine the amount of Net Profit Margin and sales at PT. Shout Network Indonesia for the period January-December 2015. The verification method is used to determine the effect or casual form of Net Profit Margin and sales of PT. Shout Network Indonesia for the period January-December 2015.

From the results of the hypothesis testing that has been done, the level of significance shown in the column Sig. (2-tailed) in table 1.10 exceeds 0.050 (0.164>0.050). It can be said that profitability based on the Net Profit Margin indicator does not have a significant difference between online sales and non-online sales.

Keywords: Sales, Net Profit Margin.

Abstrak

Perusahaan Shout Network Indonesia, yaitu perusahaan yang menjual barang accessories yang berupa topi yang dijual secara online melalui website dan dijual secara offline. Profit yang dihasilkan perusahaan selama ini di PT. Shout Network Indonesia mengalami perkembangan secara fluktuatif pada bulan Januari hingga bulan Desember 2015. Profit tertinggi berada pada bulan Oktober 2015 yaitu sebesar Rp. 53.731.969,- dan profit terendah berada pada bulan September 2015 yaitu sebesar - Rp. 39.177.186,-

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan metode verifikatif. Metode deskriptif digunakan untuk mengetahui besarnya Net Profit Margin dan penjualan pada PT. Shout Network Indonesia periode Januari-Desember 2015. Metode verifikatif digunakan untuk mengetahui pengaruh atau bentuk casual Net Profit Margin dan penjualan PT. Shout Network Indonesia periode Januari-Desember 2015.

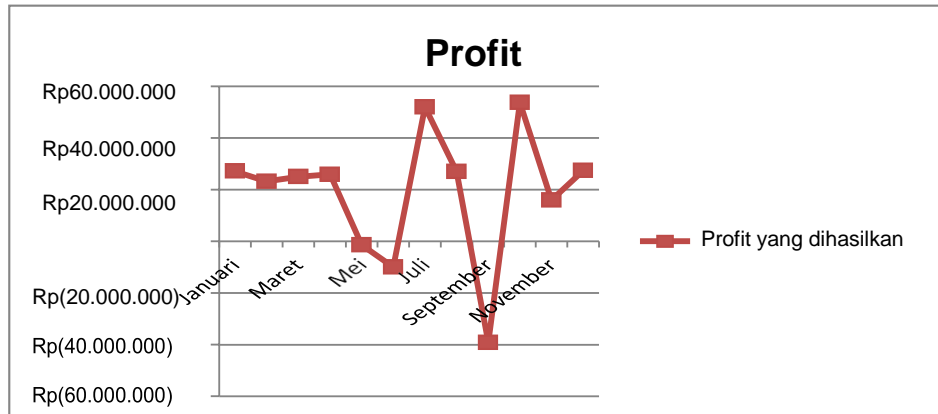
Dari hasil uji hipotesis yang sudah dilakukan, Tingkat signifikansi yang ditunjukkan pada kolom Sig. (2-tailed) pada tabel 1.10 melebihi 0,050 (0,164>0,050). Dapat dikatakan bahwa profitabilitas berdasarkan indicator Net Profit Margin tidak memiliki perbedaan yang signifikan antara penjualan online dengan penjualan non online.

Kata kunci : Penjualan, Net Profit Margin.



PENDAHULUAN

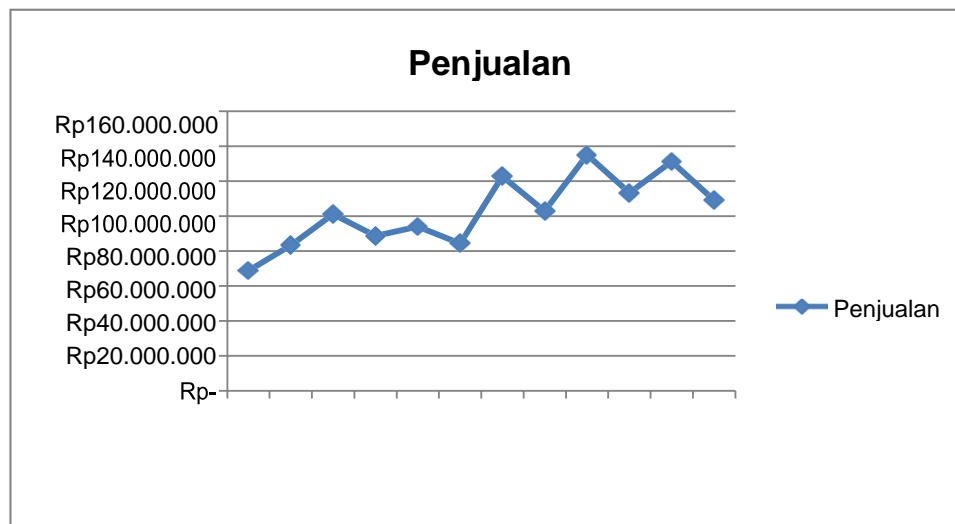
Perusahaan Shout Network Indonesia, yaitu perusahaan yang menjual barang accesories yang berupa topi yang dijual secara online melalui website dan dijual secara offline. Profit yang dihasilkan perusahaan selama ini di PT. Shout Network Indonesia mengalami perkembangan secara fluktuatif pada bulan Januari hingga bulan Desember 2015. Profit tertinggi berada pada bulan Oktober 2015 yaitu sebesar Rp. 53.731.969,- dan profit terendah berada pada bulan September 2015 yaitu sebesar - Rp. 39.177.186,-.



Grafik 1.1

Profit PT. Shout Network Indonesia periode Januari – Desember 2015

Sumber : Laporan Laba Rugi PT. Shout Network Indonesia tahun 2015

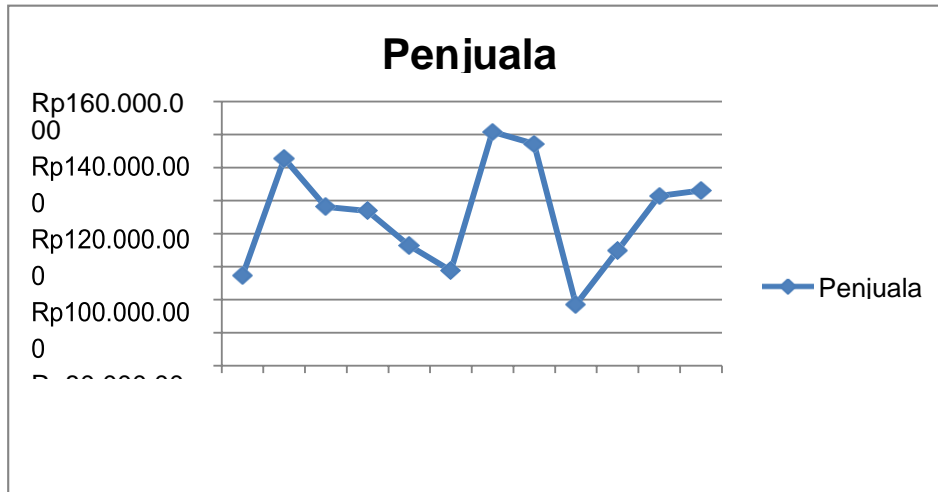


Grafik 1.2

Penjualan Online PT. Shout Network Indonesia periode Januari-Desember 2015

Sumber : Laporan Laba Rugi PT. Shout Network Indonesia tahun 2015

Berdasarkan data grafik diatas dapat dilihat penjualan secara online oleh PT. Shout Network Indonesia dari bulan Januari hingga bulan Desember 2015 setiap bulannya mengalami perkembangan yang berfluktuatif. Penjualan tertinggi berada pada bulan September 2015 yaitu sebesar Rp. 134.894.550,-, dan profit terendah berada pada bulan Januari 2015 yaitu sebesar Rp. 68.792.750,-.

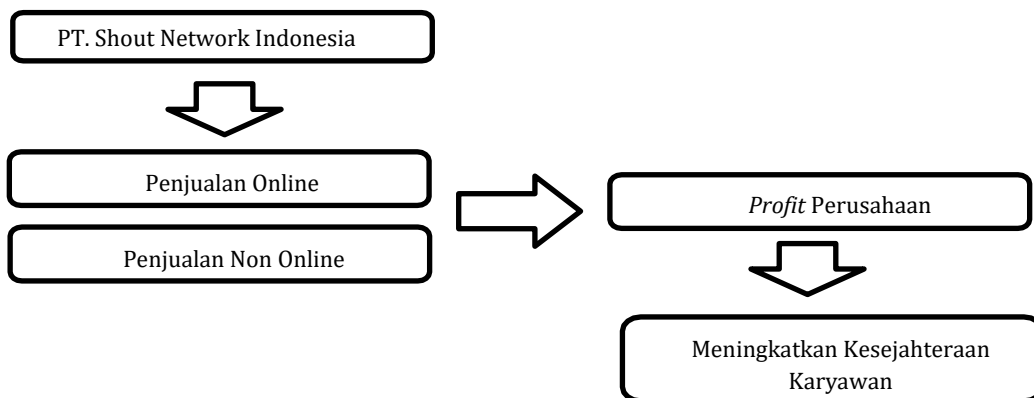


Grafik 1.3

Penjualan Non Online PT. Shout Network Indonesia periode Januari-Desember 2015

Sumber : Laporan Laba Rugi PT. Shout Network Indonesia tahun 2015

Berdasarkan data grafik diatas dapat dilihat penjualan secara non online oleh PT. Shout Network Indonesia dari bulan Januari hingga bulan Desember 2015 setiap bulannya mengalami perkembangan yang berfluktuatif. Penjualan tertinggi berada pada bulan Juli 2015 yaitu sebesar Rp. 141.428.000,-, dan profit terendah berada pada bulan September 2015 yaitu sebesar Rp. 36.902.000,-. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa perbandingan Penjualan Online dengan Penjualan Non Online terhadap Net Profit Margin perusahaan. dibawah ini merupakan gambar dari alur penelitian.



Gambar 1.4 Alur Penelitian

Menurut (S.Harahap, 2015)kinerja keuangan adalah hasil yang dicapai atas berbagai aktivitas yang dilakukan dalam mendayagunakan sumber keuangan. Menurut Jumingan, (2015) rasio dalam analisis laporan keuangan adalah angka yang menunjukkan hubungan antara suatu unsur dengan unsur lainnya dalam laporan keuangan. Menurut Dwi & Juliaty, (2010) mengatakan bahwa analisis keuangan adalah suatu proses yang penuh pertimbangan dalam rangka membantu mengevaluasi posisi keuangan dan hasil operasi perusahaan pada masa sekarang dan masa lalu, dengan tujuan utama untuk menentukan estimasi dan prediksi yang paling mengenai kondisi dan kinerja perusahaan pada masa mendatang. Berdasarkan

pengertian para ahli terkait dengan perbandingan rasio keuangan yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada pendapat Kasmir (2014) yang meliputi (1) perbandingan horizontal merupakan perbandingan yang dilakukan dengan membandingkan laporan keuangan dari beberapa periode, menggambarkan informasi perusahaan yang sama tetapi untuk periode waktu yang berbeda. (2) perbandingan vertikal merupakan perbandingan yang dilakukan hanya satu periode laporan keuangan saja, menggambarkan hubungan pos pos laporan keuangan atau kondisi untuk satu periode saja sehingga tidak dapat mengetahui perkembangan kondisi perusahaan dari periode yang satu ke periode berikutnya. Dalam analisis perbandingan vertikal menggunakan analisis laporan keuangan.

Rasio Net profit margin di sebut juga dengan rasio penjualan. Beberapa pengertian net profit margin menurut para ahli diantaranya, mengenai profit margin ini Shim et al., (2020) mengatakan margin laba bersih sama dengan laba bersih dibagi dengan penjualan bersih (Fahmi, 2014) Ini menunjukkan kestabilan kesatuan untuk menghasilkan perolehan pada tingkat penjualan khusus. Dengan memeriksa margin laba dan norma industri sebuah perusahaan pada tahun-tahun sebelumnya, kita dapat menilai efisiensi operasi dan strategi penetapan harga serta status persaingan perusahaan dengan perusahaan lain dalam industri tersebut. Sebuah perusahaan akan di anggap baik apabila net profit marginya tinggi atau mendekati nilai penjualan yang mereka targetkan. Di samping itu menurut Kasmir (2012) net profit margin adalah ukuran keuntungan dengan membandingkan antara laba setelah bunga dan pajak dan pejualan. Menurut (S.Harahap, 2015) menyatakan net profit margin menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari tingkat volume usaha tertentu sebagai tingkat efisiensi yang ada di perusahaan.

LITERATUR

Laporan Keuangan

Menurut Kasmir, (2017) laporan yang menunjukkan kondisi keuangan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu. Sedangkan menurut Harahap (2011) laporan keuangan adalah laporan keuangan yang menggambarkan kondisi keuangan dan hasil usaha suatu perusahaan pada saat tertentu atau jangka waktu tertentu. Dengan melihat laporan keuangan suatu perusahaan akan tergambar didalamnya aktivitas perusahaan tersebut. Laporan keuangan perusahaan merupakan hasil dari suatu proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat untuk komunikasi dan juga digunakan sebagai alat pengukur kinerja perusahaan. Menurut Wijarnarto & Nurhidayati, (2016) menyatakan bahwa laporan keuangan pada dasarnya hasil dari proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat ukur mengkomunikasikan data keuangan atau aktivitas perusahaan kepada pihak pihak yang berkepentingan. Laporan keuangan dijadikan sebagai salah satu alat pengambilan keputusan yang andal dan bermanfaat, sebuah laporan keuangan haruslah memiliki kandungan informasi yang bernilai tinggi bagi penggunaanya (Wintoro, 2008).

Analisis Laporan Keuangan

Menurut Harmono (2009) analisis laporan keuangan merupakan alat analisis bagi manajemen keuangan perusahaan yang bersifat menyeluruh, dapat digunakan untuk mendeteksi atau mendiagnosis kondisi keuangan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu. Menurut (S.Harahap, 2015) menyatakan bahwa analisis laporan keuangan menguraikan pos pos laporan keuangan menjadi unit informasi yang lebih kecil dan melihat hubungannya yang bersifat signifikan yang mempunyai makna antar satu dengan yang lain baik antara data kondisi keuangan maupun non keuangan yang bertujuan untuk mengetahui kondisi keuangan lebih dalam dan sangat penting dalam proses menghasilkan keputusan yang tepat.

Rasio Keuangan

Rasio keuangan adalah membandingkan angka-angka yang ada dalam laporan keuangan untuk mengetahui posisi keuangan suatu perusahaan serta menilai kinerja manajemen dalam suatu periode tertentu. Menurut Van Horne & Wachowicz Jr, (2012) definisi rasio keuangan merupakan indeks yang menghubungkan dua angka akuntansi dan diperoleh dengan membagi satu angka dengan angka lainnya. Rasio keuangan digunakan untuk mengevaluasi kondisi keuangan dan kinerja perusahaan. Menurut Harahap (2013) Rasio keuangan adalah angka yang diperoleh dari hasil perbandingan dari suatu pos laporan keuangan dengan pos lainnya yang mempunyai hubungan yang relevan dan signifikan. Kemudian angka yang diperbandingkan dapat berupa angka-angka dalam satu periode maupun beberapa periode. Rasio keuangan sangat penting dalam melakukan analisis terhadap kondisi keuangan perusahaan.

METODE PENELITIAN

Hasil Penelitian secara Deskriptif

Metode deskriptif yang dilakukan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui kondisi Penjualan pada PT. Shout Network Indonesia pada tahun 2015 dan perkembangan laba yang dihasilkan dilihat dari Profitabilitas tahun 2015.

Berikut ini adalah tabel Penjualan secara menyeluruh baik penjualan online maupun penjualan non online PT. Shout Network Indonesia periode Januari-Desember 2015 ;

Tabel 1.1
Laporan Penjualan Online dan Non Online
PT. Shout Network Indonesia Tahun 2015

No	Bulan	Penjualan	Laba setelah Pajak	NPM	%
1	Januari	123,303,750.00	27,069,218.56	0.219532809	22%
2	Februari	208,548,750.00	23,163,960.78	0.111072163	11%
3	Maret	197,076,250.00	24,970,761.20	0.126706091	13%
4	April	182,147,500.00	25,890,876.33	0.142142364	14%
5	Mei	166,352,100.00	-1,422,905.84	0.008553579	-1%
6	Juni	141,706,500.00	-9,971,403.98	0.070366596	-7%
7	Juli	264,043,750.00	51,949,214.85	0.196744725	20%
8	Agustus	236,896,050.00	26,944,516.22	0.113739829	11%
9	September	171,796,550.00	-39,177,185.66	0.228044077	23%
10	Oktober	182,673,500.00	53,731,969.13	0.129347918	13%
11	November	233,670,250.00	15,892,257.77	0.068011472	7%
12	Desember	214,928,500.00	27,367,513.09	0.127333104	13%
		2,323,143,450.00	199,464,276.23	0.927666224	93%

Sumber : Laporan Laba Rugi pada PT. Shout Network Indonesia tahun 2015.

Dari tabel 1.1 diatas menunjukkan pendapatan penjualan dan Net Profit Margin secara keseluruhan selama periode Januari - Desember 2015. Adapun pendapatan penjualan tersebut terbagi dalam 2 (dua) kelompok system penjualan yaitu penjualan secara online dan penjualan secara non online. *Perkembangan Penjualan Online Periode Januari-Desember 2015, Berikut adalah tabel Penjualan Online pada PT. Shout Network Indonesia, yaitu :*

Tabel 1.2
Laporan Penjualan Online PT. Shout Network Indonesia Tahun 2015

No	Bulan	Penjualan	Perkembangan
1	Januari	Rp 68.792.750	
2	Februari	Rp 83.251.500	Rp 14.458.750
3	Maret	Rp 101.025.250	Rp 17.773.750
4	April	Rp 88.592.000	Rp (12.433.250)
5	Mei	Rp 93.826.000	Rp 5.234.000
6	Juni	Rp 84.341.000	Rp (9.485.000)
7	Juli	Rp 122.615.750	Rp 38.274.750
8	Agustus	Rp 102.757.550	Rp (19.858.200)
9	September	Rp 134.894.550	Rp 32.137.000
10	Oktober	Rp 113.123.000	Rp (21.771.550)
11	November	Rp 130.975.250	Rp 17.852.250
12	Desember	Rp 109.050.500	Rp (21.924.750)
	Tertinggi	Rp 134.894.550	Rp 38.274.750
	Terendah	Rp 68.792.750	Rp (21.924.750)
	Rata - rata	Rp 102.770.425	Rp 3.659.795

Sumber : Laporan Laba Rugi Penjualan Online pada PT. Shout Network Indonesia tahun 2015

Tabel 1.2 menunjukkan data perkembangan Penjualan Online pada PT. Shout Network Indonesia selama tahun 2015. Penjelasan mengenai perkembangan penjualan pada tabel tersebut adalah sebagai berikut :

1. Penjualan tertinggi terjadi pada bulan September 2015 yaitu sebesar Rp. 134.894.550,- dengan perkembangan penjualan sebesar Rp. 38.274.750,- . Ini terjadi karena pada bulan Juli 2015 strategi pemasaran yang digunakan adalah membuat program games yang hadiahnya mendapatkan voucher potongan harga untuk pembelian topi, dan ada event kolaborasi yang diselenggarakan oleh sebuah EO yang mengakibatkan pembelian topi dan merchandise yang lain dalam jumlah yang banyak.
2. Penjualan terendah terjadi pada bulan Januari 2015 yaitu sebesar Rp. 68.792.750,-, dengan perkembangan penjualan terendah terjadi pada bulan Desember yaitu sebesar - Rp. 21.924.750,-. Ini disebabkan oleh banyak nya kompetitor topi yang sama yang menawarkan harga lebih murah dengan kualitas produk yang berbeda dan tidak terlaksananya sebagian program games yang sudah dibuat untuk menarik minat konsumen karena batas waktu games yang sudah berakhir pada bulan tersebut.
3. Rata-rata penjualan online pada tahun 2015 sebesar Rp. 102.770.425,-, dengan perkembangan penjualan rata-rata online pada tahun 2015 adalah sebesar Rp. 3.659.795,-

Perkembangan Net Profit Margin Online Periode Januari-Desember 2015

Berikut adalah tabel Penjualan Online pada PT. Shout Network Indonesia, yaitu :

Tabel 1.3
Net Profit Margin online pada PT. Shout Network Indonesia pada tahun 2015

No	Bulan	Net Profit Margin	Perkembangan
1	Januari	0,062930705	
2	Februari	0,130011438	0,07
3	Maret	0,250696112	0,12
4	April	0,235764956	-0,01
5	Mei	0,106751048	-0,13

No	Bulan	Net Profit Margin	Perkembangan
6	Juni	0,076692629	-0,03
7	Juli	0,210569777	0,13
8	Agustus	0,254566498	0,04
9	September	0,110352895	-0,14
10	Oktober	0,133056639	0,02
11	November	0,251714722	0,12
12	Desember	0,129786442	-0,12
	Tertinggi	0,25	0,13
	Terendah	0,06	-0,14
	Rata - rata	0,16	0,01

Sumber : Laporan Laba Rugi Penjualan Online pada PT. Shout Network Indonesia selama tahun 2015

Tabel 1.3 menunjukkan data perkembangan Profitabilitas pada PT. Shout Network Indonesia selama tahun 2015. Penjelasan mengenai perkembangan Net Profit Margin pada tabel tersebut adalah sebagai berikut:

1. Net profit Margin tertinggi terjadi pada bulan Agustus yaitu sebesar 0,25457 atau 25%, dengan perkembangan Net profit Margin sebesar 0,13 atau 13%. Ini terjadi karena penjualan lebih banyak dari biasanya dan biaya-biaya yang dikeluarkan pada bulan tersebut lebih sedikit, karena untuk PO order bahan yang digunakan sudah dikeluarkan pada bulan sebelumnya.
2. Net Profit Margin terendah terjadi pada bulan Januari yaitu sebesar 0,06293 atau 6%, dengan perkembangan Net Profit Margin sebesar - 0,14 atau 14%. Ini terjadi karena penjualan yang lebih kecil dari bulan- bulan yang lain.
3. Rata-rata Net Profit Margin pada tahun 2015 sebesar 0,16274 atau 16%, dengan perkembangan rata-rata Net Profit Margin adalah sebesar 0,01 atau 1%.

Jatmiko, (2018) dalam penelitiannya membuktikan bahwa net profit margin (NPM) berpengaruh terhadap pertumbuhan laba. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang memiliki rasio Net Profit Margin (NPM) yang tinggi cenderung memiliki pertumbuhan laba yang lebih tinggi pula dan sebaliknya. baik buruknya manajemen tetangga dalam melaksanakan pengendalian biaya atau pengelolaan harta miliknya. Pengaruh Pendapatan Net Profit Margin (NPM) Terhadap Pertumbuhan Net Profit Margin (NPM) yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu meningkatkan usahanya melalui pencapaian laba operasi pada periode tersebut. Dengan tercapainya laba tersebut, investor akan mendapatkan gambaran yang positif tentang kinerja perusahaan sehingga investor dapat mengharapkan return yang tinggi atas ekuitasnya. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pertumbuhan laba juga akan meningkat. Perkembangan Penjualan Non Online Periode Januari – Desember 2015. Berikut adalah tabel Penjualan non online pada PT. Shout Network Indonesia, yaitu

Tabel 1.4
Penjualan non online pada PT. Shout Network Indonesia pada tahun 2015

No	Bulan	Penjualan	Perkembangan
1	Januari	Rp 54.511.000	
2	Februari	Rp 125.297.250	Rp 70.786.250
3	Maret	Rp 96.051.000	Rp (29.246.250)
4	April	Rp 93.555.500	Rp (2.495.500)
5	Mei	Rp 72.526.100	Rp (21.029.400)
6	Juni	Rp 57.365.500	Rp (15.160.600)
7	Juli	Rp 141.428.000	Rp 84.062.500
8	Agustus	Rp 134.138.500	Rp (7.289.500)
9	September	Rp 36.902.000	Rp (97.236.500)
10	Oktober	Rp 69.550.500	Rp 32.648.500
11	November	Rp 102.695.000	Rp 33.144.500

No	Bulan	Penjualan	Perkembangan
12	Desember	Rp 105.878.000	Rp 3.183.000
	Tertinggi	Rp 141.428.000	Rp 84.062.500
	Terendah	Rp 36.902.000	Rp (97.236.500)
	Rata – rata	Rp 90.824.863	Rp 4.669.727

Sumber : Laporan Laba Rugi Penjualan Non Online pada PT. Shout Network Indonesia tahun 2015

Tabel 1.4 menunjukkan data perkembangan Penjualan Online pada PT. Shout Network Indonesia selama tahun 2015. Penjelasan mengenai perkembangan penjualan pada tabel tersebut adalah sebagai berikut:

1. Penjualan tertinggi terjadi pada bulan Juli yaitu sebesar Rp. 141.428.000,-, dengan perkembangan penjualan sebesar Rp. 84.062.500,-. Ini terjadi karena pada bulan sebelumnya marketing memperkenalkan produknya kepada brand-brand baru, sehingga pada bulan tersebut brand baru langsung meminta dibuatkan sample dan pada akhirnya langsung memesan yang mengakibatkan penjualan pada bulan Juli meningkat.
2. Penjualan terendah terjadi pada bulan September yaitu sebesar Rp. 36.902.000,-, dengan perkembangan penjualan sebesar Rp. (97.236.500). Ini diakibatkan oleh pemesanan topi yang sedikit karena marketing cukup sulit memperkenalkan produk dan brand yang sudah ada masih mempunyai persediaan topi yang mereka beli pada bulan Juli 2015.
3. Rata-rata penjualan non online pada tahun 2015 adalah sebesar Rp. 90.824.863,- dengan rata-rata perkembangan penjualan sebesar Rp. 4.669.727,-.

Perkembangan Net Profit Margin Non Online Periode Januari–Desember 2015

Berikut adalah tabel Net Profit Margin non online pada PT. Shout Network Indonesia, yaitu:

Tabel 1.5

Net Profit Margin non online pada PT. Shout Network Indonesia,

No	Bulan	Net Profit Margin	Perkembangan
1	Januari	0,417164289	
2	Februari	0,098488305	-0,32
3	Maret	-0,003705071	-0,10
4	April	0,053486832	0,06
5	Mei	-0,157721563	-0,21
6	Juni	-0,286578814	-0,13
7	Juli	0,184758632	0,47
8	Agustus	0,005858767	-0,18
9	September	-1,465047685	-1,47
10	Oktober	0,556145576	2,02
11	November	-0,166280162	-0,72
12	Desember	0,124806259	0,29
	Tertinggi	0,56	2,02
	Terendah	-1,47	-1,47
	Rata – rata	-0,05	-0,03

Sumber: Laporan Laba Rugi Penjualan Non Online pada PT. Shout Network Indonesia selama tahun 2015

Tabel 1.5 menunjukkan data perkembangan Net Profit Margin pada PT. Shout Network Indonesia selama tahun 2015. Penjelasan mengenai perkembangan Net Profit Margin pada tabel tersebut adalah sebagai berikut:

1. Net Profit Margin tertinggi terjadi pada bulan Oktober yaitu sebesar 0,55615 atau 56%, dengan perkembangan Net Profit Margin sebesar 2,02 atau 202%. Ini terjadi karena penjualan pada bulan Oktober cukup banyak dan biaya-biaya yang dikeluarkan pada bulan Oktober lebih sedikit dibandingkan pada bulan-bulan lain pada tahun 2015 di PT. Shout Network Indonesia.
2. Net Profit Margin terendah terjadi pada bulan September yaitu sebesar - 1,465 atau - 147%. Ini terjadi karena penjualan pada bulan September lebih kecil dari bulan-bulan lain

pada tahun 2015. Biaya yang dikeluarkan pada bulan September cukup besar, biaya yang dikeluarkan adalah untuk PO bahan yang dibutuhkan produksi untuk penjualan bulan berikutnya.

3. Rata-rata Net Profit Margin pada tahun 2015 sebesar -0,0532 atau -5%, dengan rata-rata perkembangan Net Profit Margin sebesar -0,03 atau -3%.

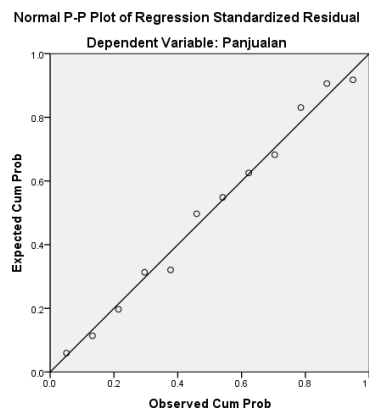
Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, nilai residual mempunyai distribusi normal atau tidak. Model yang baik adalah model yang memberikan nilai residual yang memenuhi asumsi normalitas yaitu nilai $\text{sig} > \alpha$ (taraf signifikansi = 0,05). Berikut adalah uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan SPSS 22.0 for windows pada one sample Kolmogorov-Smirnov :

Table 1.6
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		12
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	30164195.81
		334719
Most Extreme Differences	Absolute	.104
	Positive	.104
	Negative	-.092
Test Statistic		.104
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Berdasarkan tabel 1.6 Dapat dilihat bahwa nilai variabel profitabilitas dan Unstandardized Residual dalam asymp.sig.(2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari nilai signifikansi 0,05 ($0,200 > 0,05$), variabel penjualan dalam asymp.sig. (2-tailed) sebesar 0,104 lebih besar dari nilai signifikansi 0,05 ($0,104 > 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa data sampel berdistribusi normal. Selain dengan menggunakan tabel uji Kolmogorov-Smirnov uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan grafik histogram dan grafik normal p-p plot of regression standardized residual, berikut hasil uji menggunakan grafik :



Grafik 1.1 Grafik Normal P-P Plot of regression

Sumber : SPSS 20.00 for windows

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis histogram menuju pola distribusi normal, maka dapat dikatakan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi asumsi normalitas.

Uji Korelasi

Berdasarkan hasil analisis perbedaan yang telah dijelaskan sebelumnya, telah diketahui bahwa PT. Shout Network Indonesia mengalami penurunan Net Profit Margin setelah melakukan penjualan non online. Tetapi belum diketahui secara pasti apakah penjualan online dan non online memiliki korelasi terhadap penurunan Net Profit Margin PT. Shout Network Indonesia. Pengujian korelasi dilakukan untuk mengetahui hal tersebut. Berikut hasil analisisnya ;

1. Uji korelasi penjualan online terhadap NPM :

Tabel 1.7 Correlations

		Online	NPM
Online	Pearson Correlation	1	.382
	Sig. (2-tailed)		.221
	N	12	12
NPM	Pearson Correlation	.382	1
	Sig. (2-tailed)	.221	
	N	12	12

Sumber : Output SPSS V22, 2017

Korelasi atau hubungan antara penjualan online dengan tingkat Net Profit Margin PT. Shout Network Indonesia pada tabel 1.7 ditunjukkan pada kolom yang mempertemukan Net Profit Margin dengan penjualan online. Dapat dilihat bahwa koefisien korelasi penerapan penjualan online terhadap Net Profit Margin adalah 0,382. Berdasarkan klasifikasi interpretasi korelasi menurut Sugiyono dalam Priyatno (2014:123), koefisien tersebut berada pada kisaran 0,200 s/d 0,399. Kisaran tersebut diinterpretasikan sebagai korelasi positif yang lemah. Jadi dapat disimpulkan bahwa penjualan online memiliki korelasi positif yang lemah terhadap Net Profit Margin PT. Shout Network Indonesia.

2. Uji Korelasi penjualan non online terhadap NPM :

Tabel 1.8 Correlations

		Nononline	NPM
Nononline	Pearson Correlation	1	.421
	Sig. (2-tailed)		.173
	N	12	12
NPM	Pearson Correlation	.421	1
	Sig. (2-tailed)	.173	
	N	12	12

Sumber : Output SPSS V22, 2017

Korelasi atau hubungan antara penjualan non online dengan tingkat Net Profit Margin PT. Shout Network Indoensia pada tabel 1.8 ditunjukkan pada kolom yang mempertemukan Net Profit Margin dengan penjualan non online. Dapat dilihat bahwa koefisien korelasi penerapan penjualan non online terhadap Net Profit Margin adalah 0,421. Berdasarkan klasifikasi intepretasi korelasi menurut Sugiyono, (2012), koefisien tersebut berada pada kisaran 0,400 s/d 0,599. Kisaran tersebut diintepretasikan sebagai korelasi positif yang sedang. Jadi dapat disimpulkan bahwa penjualan non online memiliki korelasi positif yang sedang terhadap Net Profit Margin PT. Shout Network Indonesia.

Uji Hipotesis

Perbandingan tingkat profitabilitas PT. Shout Network Indonesia pada penjualan online dan non online dianalisis dengan menggunakan paired samples t test. Analisis ini merupakan jenis teknik analisis komparatif (uji beda) yang relevan digunakan untuk mengetahui perbedaan profitabilitas Net Profit Margin pada penjualan online dan non online. Analisis ini dengan membandingkan rata-rata Net Profit Margin, kemudian menganalisis lebih jauh perbedaan tersebut dengan menguji signifikansi perbedaanya. Berikut hasil analisisnya.

Tabel 1.9
Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Online	.1627	12	.07261	.02096
	Nononline	-.0532	12	.50386	.14545

Sumber : Output SPSS V22, 2017

Tabel 1.9 diuraikan mengenai rata-rata Net Profit Margin PT. Shout Network Indonesia pada penjualan online dan non online dengan periode ukur januari 2015 sampai dengan Desember 2015. Dapat dilihat pada tabel tersebut, rata-rata Net Profit Margin pada penjualan online periode Januari 2015 sampai dengan Desember 2015 adalah 0,1627 atau 16,3%, sedangkan pada penjualan non online pada periode Januari-Desember 2015 memiliki rata-rata Net Profit Margin sebesar -0,0532 atau -5,3%. Angka tersebut memiliki selisih yang dapat dikatakan sangat besar. Uraian mengenai hasil analisis atas selisih rata-rata tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1.10
Paired Samples Test

		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference		t	df	Sig. (2-tailed)
					Lower	Upper			
Pair 1	Online - Nononline	.21596	.50135	.14473	-.10258	.53450	1.492	11	.164

Sumber : Output SPSS V22, 2017

Dari tabel 1.10 dapat dilihat Net Profit Margin pada penjualan online dan non online memiliki selisih rata-rata sebesar 0,216 atau sebesar 21,6%. Artinya PT. Shout Network Indonesia mengalami penurunan Net Profit Margin dengan rata-rata penurunan sebesar 21,6%. Net Profit Margin PT. Shout Network Indonesia dikatakan tidak memiliki perbedaan karena tingkat signifikansinya atau p-value melebihi 0,050. Tingkat signifikansi yang ditunjukkan pada kolom Sig. (2-tailed) diatas melebihi 0,050 ($0,164 > 0,050$) sehingga H_0 ditolak. Dapat dikatakan bahwa profitabilitas berdasarkan indicator Net Profit Margin tidak memiliki perbedaan yang signifikan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas PT. Shout Network Indonesia tidak mengalami penurunan yang signifikan apabila menerapkan penjualan non online.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Net Profit Margin online PT. Shout Network Indonesia pada tahun 2015 bergerak secara fluktuatif. Net Profit Margin pada bulan Januari 2015 sebesar 6% kemudian terus naik hingga mencapai tertinggi yakni 25% pada bulan Maret 2015 kemudian turun pada bulan September sebesar 11% dan naik lagi hingga bulan November 2015 kemudian turun lagi di bulan Desember 2015. Tetapi secara keseluruhan Net Profit Margin PT. Shout Network Indonesia dari bulan Januari hingga Desember 2015 memiliki tren positif.

Net Profit Margin non online PT. Shout Network bergerak secara fluktuatif. NPM pada bulan Januari 2015 sebesar 42% kemudian turun sampai 0% pada bulan April 2015, pada bulan Mei naik sebesar 5% dan terus turun sampai dengan -29% pada bulan Juni 2015. Pada bulan Juli naik menjadi 18% kemudian turun sampai dengan -147% pada bulan September 2015, kemudian naik sebesar 56% yang merupakan NPM tertinggi selama tahun 2015 pada bulan Oktober 2015 dan turun kembali pada bulan November 2015 sebesar -17% dan naik kembali pada bulan Desember 2015 sebesar 12%. Secara keseluruhan pada penjualan non online pada PT. Shout Network Indonesia ini mengalami tren negatif.

Dari hasil uji hipotesis yang sudah dilakukan, Tingkat signifikansi yang ditunjukkan pada kolom Sig. (2-tailed) pada tabel 4.10 melebihi 0,050 ($0,164 > 0,050$). Dapat dikatakan bahwa profitabilitas berdasarkan indicator Net Profit Margin tidak memiliki perbedaan yang signifikan antara penjualan online dengan penjualan non online. Jadi, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas PT. Shout Network Indonesia tidak akan mengalami kenaikan yang signifikan dengan menerapkan penjualan online ataupun penjualan non online.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis Perbandingan Profitabilitas Perusahaan pada Penjualan Online dengan Penjualan non Online pada PT Shout Network Indonesia periode Januari – Desember 2015, maka pada akhir penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Net Profit Margin penjualan online pada PT. Shout Network Indonesia pada tahun 2015 bergerak secara fluktuatif. Net Profit Margin pada bulan Januari 2015 sebesar 6% kemudian terus naik hingga mencapai tertinggi yakni 25% pada bulan Maret 2015 kemudian turun pada bulan September sebesar 11% dan naik lagi hingga bulan November 2015 kemudian turun lagi di bulan Desember 2015. Tetapi secara keseluruhan Net Profit Margin PT. Shout Network Indonesia dari bulan Januari hingga Desember 2015 memiliki tren positif.
2. Net Profit Margin penjualan non online PT. Shout Network bergerak secara fluktuatif. Net Profit Margin pada bulan Januari 2015 sebesar 42% kemudian turun sampai 0% pada bulan April 2015, pada bulan Mei naik sebesar 5% dan terus turun sampai dengan -29% pada bulan Juni 2015. Pada bulan Juli naik

menjadi 18% kemudian turun sampai dengan -147% pada bulan September 2015, kemudian naik sebesar 56% yang merupakan Net Profit Margin tertinggi selama tahun 2015 pada bulan Oktober 2015 dan turun kembali pada bulan November 2015 sebesar -17% dan naik kembali pada bulan Desember 2015 sebesar 12%. Secara keseluruhan pada penjualan non online pada PT. Shout Network Indonesia ini mengalami tren negatif.

3. Hasil pengujian hipotesis mengenai Analisis Perbandingan Profitabilitas Perusahaan pada Penjualan Online dengan Penjualan non Online pada PT. Shout Network Indonesia periode Januari – Desember 2015 bahwa NPM pada penjualan online dan non online memiliki selisih rata-rata sebesar 0,216 atau sebesar 21,6%. Artinya PT. Shout Network Indonesia mengalami penurunan Net Profit Margin dengan rata-rata penurunan sebesar 21,6%. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa Net Profit Margin PT. Shout Network Indonesia dikatakan tidak memiliki perbedaan karena tingkat signifikansinya atau p-value melebihi 0,050. Tingkat signifikansi yang ditunjukkan pada kolom Sig. (2-tailed) diatas melebihi 0,050 (0,164>0,050). Dapat dikatakan bahwa profitabilitas berdasarkan indicator Net Profit Margin tidak memiliki perbedaan yang signifikan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas PT. Shout Network Indonesia tidak akan mengalami kenaikan yang signifikan dengan menerapkan penjualan online ataupun penjualan non online.

DAFTAR PUSTAKA

- Dwi, P., & Juliaty, R. (2010). *Analisis Laporan Keuangan: Konsep dan Aplikasi (Edisi Kedua)*.
- Fahmi, I. (2014). Pengantar Manajemen Keuangan: Teori dan Soal Jawab. In *Alfabeta*.
- Harmono. (2009). Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis. In *Manajemen Keuangan*.
- Jatmiko, L. (2018). PENGARUH TINGKAT KESEHATAN KEUANGAN TERHADAP LABA PERUSAHAAN ASURANSI (Studi Kasus Pada Perusahaan Asuransi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016). *Skripsi Thesis, Universitas Mercu Buana Yogyakarta*.
- Jumingan. (2015). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensitas Perencanaan Strategik dan Kinerja Finansial pada Bank Perkreditan Rakyat Di Jawa Tengah. *Faktor Yang Mempengaruhi Perencanaan*.
- Kasmir. (2014). Analisis Laporan Keuangan, Edisi Satu, Cetakan Ketujuh. *Raja Grafindo Persada*.
- Kasmir. (2017). Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Edisi Revisi. *PERANAN LAPORAN KEUANGAN DALAM KEBIJAKSANAAN PEMBERIAN KREDIT KEPADA CALON NASABAH PADA PT. BPR BATANG KAPAS*.
- Marzuki, C., Arikunto, S., & Nazir, M. (2009). Metode penelitian. *Statistik Deskriptif*.
- S.Harahap. (2015). Analisis Kritis atas Laporan Keuangan Jakarta PT. Raja Grafindo Persada. *The Indonesian Accounting Review*.
- Shim, J. K., Qureshi, A. A., Siegel, J. G., & Siegel, R. M. (2020). —Taxation of E-Commerce. In *The International Handbook of Electronic Commerce*. <https://doi.org/10.4324/9781315063218-18>

- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.
Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D. Bandung: Alfabeta.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Van Horne, J. C., & Wachowicz Jr, J. M. (2012). Prinsip- Prinsip Manajemen Keuangan, Fundamental of Financial Management. In *Salemba 4*.
- Wijarnarto, H., & Nurhidayati, A. (2016). Pengaruh Rasio Keuangan.....(Hery & Anik) 117. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Wintoro, D. (2008). Dampak Inovasi Pemasaran Terhadap Struktur Modal Dan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*.

**OPTIMIZATION OF SATISFACTION AND LOYALTY
THROUGH COMPETITIVE ADVANTAGES
SUPPORTED BY MARKETING STRATEGIES,
ENGAGEMENT AND TRUST IN PBPU BPJS HEALTH
WEST JAVA PROVINCE**

Welly Surjono ¹

Universitas Sangga Buana
wellykoe_66@yahoo.com

Umi Narimawati ²

Pasundan University Bandung
umiitask@gmail.com

Abstract

Health is a basic human need that will affect the quality of human life itself which in turn has an impact on the human development index of a country, therefore the Indonesian Government launched the National Health Insurance program by establishing an institution or agency that manages the National Health Insurance, namely BPJS Health. The government through BPJS Health has a target market of all Indonesian people to participate in the JKN program, so BPJS Health can provide satisfaction to participants and create participant loyalty through its competitive advantages compared to other similar insurances. Competitive advantage will be created through marketing strategies, PBPU engagement and PBPU's trust in this health insurance program. This study aims to provide more information about optimizing satisfaction and loyalty through competitive advantage supported by marketing strategies, engagement and PBPU trust. The research method used is descriptive with data collection using triangulation techniques

Keywords: PBPU, Satisfaction, Loyalty, Competitive Advantage, Marketing Strategy, Involvement, Trust.

Abstrak

Kesehatan merupakan kebutuhan dasar manusia yang akan mempengaruhi kualitas hidup manusia itu sendiri yang pada gilirannya berdampak pada indeks pembangunan manusia suatu negara, oleh karena itu Pemerintah Indonesia mencanangkan program Jaminan Kesehatan Nasional dengan membentuk suatu lembaga atau badan yang menyelenggarakan program Jaminan Kesehatan Nasional. Jaminan Kesehatan yaitu BPJS Kesehatan. Pemerintah melalui BPJS Kesehatan memiliki target pasar seluruh masyarakat Indonesia untuk mengikuti program JKN, sehingga BPJS Kesehatan dapat memberikan kepuasan kepada peserta dan menciptakan loyalitas peserta melalui keunggulan kompetitifnya dibandingkan dengan asuransi sejenis lainnya. Keunggulan bersaing akan tercipta melalui strategi pemasaran, keterlibatan PBPU dan kepercayaan PBPU terhadap program jaminan kesehatan ini. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi lebih lanjut tentang optimalisasi kepuasan dan loyalitas melalui keunggulan bersaing yang didukung oleh strategi pemasaran, keterlibatan dan kepercayaan PBPU. Penelitian Metode yang digunakan adalah deskriptif dengan pengumpulan data menggunakan teknik triangulasi.

Kata kunci : PBPU, Kepuasan, Loyalitas, Keunggulan Kompetitif, Strategi Pemasaran, Keterlibatan, Kepercayaan.



PENDAHULUAN

Measurement of human development can be achieved by taking into account three important aspects such as a long and healthy life, knowledge, and a decent standard of living. The indicator used to see development progress in the long term is the HDI and there are two aspects to see the progress of human development, namely speed and status of achievement. The Human Development Index (HDI) obtained by the Province of West Java in 2019 was 72.03, the HDI in 2020 increased to 72.09 or grew by 0.08%, and the HDI in 2021 increased again to 72.45 or experienced a growth of 0.08%, so that West Java has a high HDI ($70 \leq IPM < 80$). As is known, one of the components of the HDI measurement is the Life Expectancy Rate (UHH) which describes the dimensions of longevity and healthy life which continues to increase from year to year. West Java Province has a Life Expectancy at Birth (UHH) in 2019 of 73.04 years, decreased in 2020 to 72.85 years or decreased by 0.26% and increased in 2021 by 73.23 years or experienced growth by 0.52%. The empirical and theoretical conditions above can show that BPJS Kesehatan West Java Province has not yet reached 100% UHC (Universal Health Coverage) and has only reached 77.39%.

In order to increase the HDI, the government launched the National Health Insurance program managed by BPJS Health which is expected to create superior value from the program so that BPJS Health can win the competition with other private insurance agencies, can provide satisfaction to participants and can make participants loyal. This participant satisfaction and loyalty can be achieved if it is supported by the implementation of the established marketing strategy and the engagement of participants and gain the trust of BPJS Health participants. BPJS Health has implemented a modern marketing strategy in accordance with what was stated by Kotler and Armstrong (2015) like:

1. Segmentation

Participant segmentation is listed in Chapter 1 Article 1 BPJS Health Regulation Number 6 of 2018 concerning the Implementation of Health Insurance Program Participation. BPJS Health membership data in 2021 in West Java Province is 38,646,607 people consisting of 746,795 Non-Workers (BP) (1.9%), Non-Wage Recipient Workers (PBPB) 6,555,651 people (17.0%), Wage Recipient Workers (PPU) as many as 9,352,246 people (24.2%), Regional Contribution Assistance Recipients (PBI) as many as 4,960,308 people (12.8%) and Central PBI as many as 17,031,607 people (44.1%)., can choose the benefits of classroom treatment: a) Class I; b) Class II; or c) Class III. The contribution segmentation for each membership status varies according to the desired service class

2. Targeting

Targeting BPJS Health is everyone, including foreigners who work for a minimum of 6 (months) in Indonesia, who have paid contributions (Law No. 40 of 2004) and are in line with Law No. 24 of 2011 and Presidential Regulation No. 64 2020 that reads Every citizen of Indonesia is obliged to participate in the Health Insurance program and the Regional Government is required to support the implementation of the Health Insurance program through increasing the achievement of participation in its territory by issuing regulations that require participation in the Health Insurance program in obtaining public services, compliance with payment of contributions through the implementation of payment of Contributions in the right amount and on time, improving health services through the availability of health facilities, meeting minimum service standards, and improving the quality of health services and other support through contributions from cigarette taxes for the rights of each province/district/city. The number of BPJS Kesehatan participants in West Java Province is 38.646.607 people or 80.15% of the total population of West Java as many as 48.220.094 people in 2021.

3. Positioning

- The National Health Insurance Program that must be followed by the whole community
- Varied choice of participant fees and cheaper compared to competitors
- Choice of various service classes
- Health workers in 2020 in West Java are 18,125 doctors, 52,335 nurses, 23,235 midwives, 7,226 pharmacists, 2,020 nutritionists
- Partnerships with FKTP and FKRTL in 2021 totaled 3,456 (FKTP=3,057, FKRTL=399), an increase of 3.65% from 2020 of 3,334 (FKTP=2,981, FKRTL=353), Pharmacies FKRTL as many as 528 or an increase of 9.54% compared to 2020 as many as 482, FKRTL Optics in 2021 as many as 113 or an increase of 3.67% compared to 2020 as many as 109.
- The condition of PBPB in 2021 at BPJS Health is of 6,555,651 people, it is known that 2,690,565 active PBPBs (41.0%) decreased compared to 2020 of 43.0% and inactive PBPBs of 3,865,086 people (59.0%) increased compared to 2020 by 57.0%
- Extensive National Health Insurance Benefits

4. Product/Service

Products or services include:

- First-rate health service
- First Level Outpatient (RJTP)
- First Level Inpatient (RITP)
- Advanced referral health services
- Advanced Outpatient (RJTL)
- Advanced Hospitalization (RITL)

5. Price

Table 1
Contribution Amount

Participant	Contribution Form	Contribution Amount	Information
PBI	Nominal Value (Per Person)	Starting January 2021 42,000 IDR	Class 3 perawatan treatment room the government
PPU (PNS/ TNI/ Polri/ State officials/government non-civil servants/retired civil servants)	5% of Salary/Wage	4% of employers participants	Class 1 treatment room
		1% of participants	Class 2 treatment room
PPU (BUMN/BUMD/Private)	5% of Salary/Wage	4% of Employers Participants	Class 1 treatment room
Additional PPU (4th child and so on/father/mother/in-law	1% of Salary/Wage	Participant	Class 1 treatment room

			Class 2 treatment room
Other relatives of PPU (siblings/in-laws/household etc.);PBPB & BP	Nominal Value (Per Person)	Starting January 2021: 1.Rp.42,000 (Rp.35,000 from Participants and Rp.7,000 from the Government) 2.Rp.100.000 3.Rp.150.000	Class 3 perawatan treatment room Class 2 treatment room Class 1 treatment room
Veterans/Independence Pioneers/widows/widowers/orphans of Veterans/Independence Pioneers	5% of 45%	45% of the basic salary of civil servants goals. room III/a with a working period of 14 (fourteen) years per month, paid for by the Government.	Class 1 treatment room

Source: Government Regulation No. 64 of 2020

7. Place

BPJS Health in West Java Province already exists in 18 regencies and 9 cities with the status of Branch Offices, KLOK (District Operational Service Offices) and LO (Liasion Offices) and establish cooperation or partnership with First Level Health Facilities (FKTP) and Advanced Referral Health Facilities (FKRTL).

8. Process

- a. The registration process for PBPB participants can be done through BPJS Health Office, BPJS Health Website, Registration through Care Center 1500400, Third Party (Bank), Third Party (Credit Card), Registration via Mobile JKN, Registration through District Office, Registration via Payment Point Online Bank and other Partner Agents.
- b. The process of health services for BPJS Health participants must go through stages.
- c. The process of implementing a national social security system based on the principles of humanity, benefit, social justice for all Indonesian people and based on the principles of mutual cooperation, non-profit, openness, prudence
- d. Payment system
Payment of claims based on INA-CBG (Indonesia Case Base Groups) rates and non-INA-CBG rates

9. People

The human resources owned by BPJS Health continue to be improved both in terms of ability and competence at all managerial levels from top management to lower management

10. Physical Evidence

BPJS Health always tries to improve facilities, both facilities and infrastructure so as to create comfort and cleanliness.

This research has to find out, examine and analyze:

1. Marketing strategy, participant involvement, participant trust, competitive advantage, participant loyalty and participant satisfaction of non-wage workers
2. Marketing strategy, BPJS Health involvement and BPJS Health trust support the simultaneous occurrence of competitive advantage in BPJS Health in West Java Province
3. Marketing strategy supports the occurrence of competitive advantage at BPJS Health in West Java Province
4. The involvement of BPJS Health supports the occurrence of competitive advantage in BPJS Health in West Java Province
5. BPJS Health's trust supports the occurrence of competitive advantage in BPJS Health in West Java Province
6. Competitive advantage supports BPJS Health satisfaction with BPJS Health in West Java Province
7. Competitive advantage supports BPJS Health loyalty to BPJS Health in West Java Province
8. BPJS Health satisfaction creates BPJS Health loyalty to BPJS Health in West Java Province

LITERATUR

Marketing strategy

Strategy is an organizational adjustment action (plan) as a determination of the company's long-term goals and objectives as a reaction to certain environmental situations (new and distinctive), which is important. goals that have been set. (S. Supriyanto and Ernawaty, 2010; 35) (Chandler in Kuncoro, 2020: 1) (Bittel in Alma, 2018:201)

Assauri (2015:168) says marketing strategy is a comprehensive, integrated and unified plan in the field of marketing, which provides guidance on the activities to be carried out to achieve the marketing objectives of a company. Kotler and Armstrong (2015) suggest that modern marketing strategy generally consists of three stages, namely market segmentation, targeting target market and market positioning. After knowing the market segment, target market and market position, a marketing mix strategy can be drawn up consisting of product, price, distribution/distribution and promotion, process, people and physical form.

Participant Engagement

Customer engagement according to Jaakkola and Alexander (2014: 248) is a behavior that allows consumers to make voluntary contributions (voluntary contributions) for a company's brand, where the contribution is not only limited to the transaction (purchase) process.

Van Tonder (2018) suggests that customer service consists of Identification, Enthusiasm, Attention, *Absorption* and Interaction

Customer Trust

According to Leef H. Dierks in Kasmad (2018: 8) suggests consumer trust is "*Trust can be interpreted as a plausible strategy to reduce consumers' uncertainty in the context of decision making*"

McKnight, Kacmar, and Choudry in Adji & Samuel (2014) state that consumer trust consists of a) Trusting Belief (virtue, integrity, competence), b) Trusting Intention (willingness to depend and subjective possibility of dependence).

Competitive Advantage

Competitive advantage is the advantage or dominance of a particular party when the other party does not have what the dominant party has which is achieved by a particular organization when the organization can acquire or develop certain attributes that allow the company to show better performance than other organizations. Munandar (2016: 111). Overall cost advantage, Differentiation and Focus is a strategic approach that can outperform the forces of competition. (Porter, 2012: 31)

Li, Liu in Elmira (2016) provide the dimensions of competitive advantage consisting of quality, flexibility, response time and cost (efficiency). Kotler in Tapera & Gororo (2013) further suggests that companies can build competitive advantages from various sources such as superiority in quality, speed, safety, service, design and reliability.

Satisfaction

Customer satisfaction is the level of one's feelings after comparing the performance (or results) that he feels compared to his expectations as a post-purchase evaluation. (Kotler & Keller, Oliver in Tjiptono, 2019:378-379)(Thamrin (2019:38), while Kotler & Armstrong (2015:7) say that customer satisfaction is the customer's conscious evaluation of a product or service feature or of the product or service itself.

The occurrence of customer satisfaction will lead to an evaluation or overall attitude towards service quality over time (Bitner, 1990; Oliver 1981, Parasuraman et al, 1988 in Fandy Tjiptono, 2016). Parasuraman, Zeithaml and Berry in Fandy Tjiptono (2016:136) through a series of studies on various service industries succeeded in identifying the main dimensions of service quality, namely reliability, responsiveness, assurance, empathy, physical evidence.

The attachment of competitive advantage from the cost leadership dimension was proposed by P, Oktaviana V.; Widiastuti, T; S. Suhaji (2021) that the price advantage offered is more affordable, competitive, and according to the benefits received, it has a positive and significant effect on customer satisfaction.

Loyalty

Oliver in his book Hurriyati (2020:128) says customer loyalty is deeply held commitment to rebuy or repatronize a preferred product or service consistently in the future, despite situational influences and marketing efforts having the potential to cause switching behavior. Meanwhile, according to Griffin in Hurriyati (2020:129) said that Loyalty is defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit.

According to Griffin in Hurriyati (2020:130), loyal customers have the characteristics of making regular purchases, buying outside the product/service line, recommending other products, showing immunity from the attractiveness of similar products from competitors.

Minta, Youba (2018) revealed that there is a positive relationship between satisfaction and attitude loyalty for the insurance industry.

conceptual framework

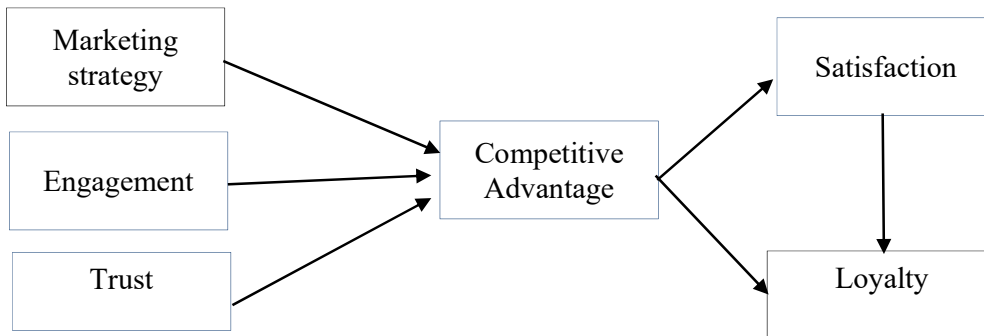


Figure 1 Conceptual Framework

Proposition :

- H1 : Simultaneously marketing strategy, participant involvement and participant trust support the occurrence of competitive advantage
- H2 : Marketing strategy supports the occurrence of competitive advantage.
- H3 : The involvement of PBPU supports the occurrence of competitive advantage.
- H4 : PBPU trust supports competitive advantage
- H5 : Competitive advantage can create PBPU satisfaction
- H6 : Competitive advantage can create PBPU loyalty.
- H7 : PBPU satisfaction can create PBPU loyalty.

METODE PENELITIAN

This study uses an exploratory survey method with a qualitative approach with a descriptive research nature, this approach was taken because the researcher wanted to know the optimization of PBPU satisfaction and PBPU loyalty through competitive advantage supported by marketing strategies, PBPU involvement and PBPU trust.

Research design

The research procedure was carried out by conveying permission to informants such as the Head of BPJS Kesehatan, Deputy for West Java Region, 1 person for PBPU class 1 participants, 1 PBPU class 2 participants and 1 class 3 PBPU participants, inactive PBPU participants, expert judgment, BPJS Health observer. The researcher also provides various kinds of open and closed questions according to predetermined parameters and carries out a group discussion forum (FGD) with triangulation data collection techniques. The unit of analysis in this study was PBPU participants at BPJS Kesehatan in West Java Province.

PBPU satisfaction parameters with dimensions reliability, responsiveness, assurance, empathy, physical evidence. PBPU loyalty parameter with dimensions regular purchases, buying outside the product/service line, recommending other products, showing immunity from the attraction of similar products from competitors. Parameters of competitive advantage with the dimensions of cost leadership, differentiation, focus, speed, flexibility, design. Marketing strategy parameters with dimensions of segmentation, targeting, positioning, product, price, promotion, place, people (HR), process and physical evidence. PBPU engagement parameters with dimensions identification, enthusiasm, attention, absorption and interaction and PBPU trust parameters with the dimensions of trusting belief and trusting intention.

The research design quality test criteria used construct validity, internal validity, external validity and reliability.

Analysis Techniques

Testing the questionnaire instrument using validity and reliability testing, while data testing uses classical assumptions such as normality test, heteroscedasticity test, multicollinearity test and autocorrelation test. The analysis technique used is to answer all that is in the proposition.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Marketing strategy through customer-oriented marketing mix allows organizations to scan the internal & external environment, concentrate their resources on optimal opportunities and carry out their activities can have a significant and positive impact on increasing sales and achieving sustainable competitive advantage (Manafzadeh & Ramezani, 2016)(Tapera & Gororo, 2013) and with competitive advantages that are innovative and creative marketing can fulfill customer satisfaction which will increase the business of the insurance industry (Babita, A & Namrata.K, 2014).

Kumar V & Pansari, A (2015) said that customer engagement and employee engagement positively affect company performance. Competitive advantage through commitment is influenced by trust (Ismail MD Daud & Alam SS, 2017).

Higher customer value and lower associated costs are rooted in competitive advantage seen from the dimensions of skill advantage and resource advantage, which in turn, form two aspects of competitive advantage: customer satisfaction and loyalty (Huang, J, Hen, W., Zhou). C, 2013) (Bakti JPA, Rohman, F. Sunaryo, 2018) in line with the research of Ngari, Nelly K, Bichanga, J (2017) that two competitive strategies which include a market focus strategy and a differentiation strategy can increase customer satisfaction.

There is a significant relationship between service quality and perceived value, brand image, trust, management, communication and customer satisfaction and between customer satisfaction and customer loyalty (Nguyen, Ha Thu, et.al 2018) (Abtin, A & Pouramiri, M, 2016) (Wong, R., Tong, C. Wong, A, 2014).

Ul Hassan, SQ & Rehman CA (2016) stated that there was a significant relationship between CRM, competitive advantage and satisfaction with customer loyalty in general.

SIMPULAN

This study is intended to determine, examine the optimization of satisfaction and loyalty through competitive advantage supported by marketing strategies, engagement and PBPB trust. This study fills the literature gap by providing a basis for identifying a common set of perceptions or beliefs that can influence a person's attitudes and intentions towards satisfaction and loyalty. The results of this study provide several theoretical and practical contributions to professionals such as regulators, policy makers, BPJS Health managers and BPJS Health employees as well as academics and researchers who pursue this field of study.

DAFTAR PUSTAKA

I. Buku

- Abdullah, Thamrin dan Tantri, Francis. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan ke-7. Depok : PT. RajaGrafindo Persada
- Alma, Buchari. 2018. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Bandung : Alfabeta
- Assauri, Sofjan. 2015. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep & Strategi*. Edisi 1. Cetakan ke-14. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada
- Badan Pusat Statistik Jawa Barat. 2020. *Jawa Barat dalam Angka*. Badan Pusat Statistik, Bandung
- Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan. 2017. *Laporan Pengelolaan Program Dan Laporan Keuangan Jaminan Sosial Kesehatan*. Jakarta

- Hurriyati, Ratih.2020.*Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta
- Kasmad.2018. *Kepercayaan Konsumen*. Pamulang Barat: Asmoro Mediatama
- Kotler,Philip and Armstrong.Gary.2015.”Marketing”..Edisi 9. Australia : Pearson
- Kuncoro, Mudrajad.2020.*Strategi Meraih Keunggulan Kompetitif di Era Industri 4.0*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Munandar,Dadang.2016.”*Relationship Marketing; Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing*”.Yogyakarta : Ekuilibria
- Supriyanto,S.2010.”Pemasaran Industri Jasa Kesehatan”.Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy.2019.”*Pemasaran Jasa : Prinsip,Penerapan,Penelitian*”. Edisi Terbaru.Yogyakarta : Penerbit Andi
- ,2016.”Service Quality dan Satisfaction”.Edisi 4.Yogyakarta: Penerbit Andi

II. Jurnal

- Abtin, Abdolaziz, and Pouramiri, Mostafa,(2016). *The Impact of Relationship Marketing on Customer Loyalty Enhancement (Case study: Kerman Iran Insurance Company)*". *Marketing and Branding Research* Vol. 3,p.41-49. DOI:10.19237/MBR.2016.01.04.
- Adji, Jennifer ; Semuel Hatane,(2014).*Pengaruh Satisfaction dan Trust Terhadap Minat Beli Konsumen (Purchase Intention) di Starbucks The Square Surabaya*.*Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*.Vol.2.No.1.p 1-10.
- Alexander, M and Jaakkola, E, (2015). *Customer Engagement Behaviors and Value Co-Creation*". *Journal of Customer Engagement: Contemporary Issues and Challenges*. April Issues. p 3-20.
- Babita, Agarwai and Namrata Kapoor.2014.*Impact of Marketing Strategies on Customer Satisfaction in Insurance Sector*.*Pranjana The Journal Of Management Awareness*.Vol.17.Issue 1,p 37-46.DOI:10.5958/0974-0945.2014.
- Bakti,Junida Putra Ananta,Rohman,F, dan Sunaryo,(2018).*Peran Keunggulan Bersaing Sebagai Mediasi Pengaruh Inovasi dan Orientasi Pasar Terhadap Kepuasan Pelanggan*.*Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol.5. No.2,p 181-190.DOI:10.26905/jbm.v5i2.2665.
- Huang, J, Han, W, and Zhou C,(2013). *Assessing Competitive Advantage Based on Customer Satisfaction and Customer Value*. *10th International Conference on Service Systems and Service Management*. DOI: 10.1109/ICSSSM.2013.6602629.
- Kumar, V and Pansari, A,(2016).*Competitive Advantage Through Engagement*. *Journal of Marketing Research*.Vol.53.Issue 4,p 497-514. DOI: 10.1509/jmr.15.0044.
- Manafzadeh, Elmira. Ali Ramezani, (2016).*Identifying and Prioritizing The Effect of Marketing Mix From the Customer's Perspective (4C) on The Competitiveness of Insurance Companies Using DEMATEL Technique: A Case Study of Tehran Insurance Companies*. *Marketing and Branding Research* 3, p 86-96. DOI:10.33844/mbr.2016.60207.
- Minta, Youba,(2018).*Link Between Satisfaction and Customer Loyalty in the Insurance Industry: Moderating Effect of Trust and Commitment*.*Journal of Marketing Management* Vol. 6, No. 2, pp. 25-33. DOI: 10.15640/jmm.v6n2a3.
- Nguyen, Ha Thu, Hoang Nguyen, Nhan Duc Nguyen and Anh Chi Phan,(2018). *Determinants of Customer Satisfaction and Loyalty in Vietnamese Life-Insurance Setting*. *Sustainability* 10, 1151, p.1-16. DOI:10.3390/ su10041151
- Oktaviana, Vivi P, dan T.Widiastuti, S. Suhaji,(2021).*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah*. *Jurnal Ilmiah Aset*.Vol.23. Issue.1. p.53-62.DOI:10.37470/1.23.1.177

- Tapera, Julius and Gororo, Robert,(2013). *An Investigation into the Effectiveness of Marketing Strategies Employed By Zimbabwean Insurance Companies for Creating Competitive Advantage. Research Journal of Social Science & Management (RJSSM)*. Vol.03. No. 08.p.146-164.Corporus ID: 59333977
- Tonder, Van Estelle and Daniël Johannes Petzer,(2018).*The Interrelationships Between Relationship Marketing Constructs and Customer Engagement Dimensions.*The Service Industries Journal Vol.38, 2018 -Issues 13-14.p 1-38.DOI:10.1080/02642069.2018.1425398.
- Wong Raymond,Tong,Canon and Wong, Anthony .(2014).*Examine the Effects of Customer Satisfaction on Customer Loyalty: An Empirical Study in the Healthcare Insurance Industry in Hong Kong. British Journal Of Economics, Management & Trade*, Vol.4 No.3, p 372-399. DOI:10.9734/BJEMT/2014/6318

III. Peraturan-Peraturan

- Peraturan Menteri Kesehatan No.27 Thn 2014 Tentang Petunjuk Teknis Sistem Indonesian Case Base Groups (INA-CBGs)
- Peraturan Menteri Kesehatan No.28 Thn 2014 Tentang Pedoman Pelaksanaan Program Jaminan Kesehatan Nasional
- Peraturan Presiden RI No.64 Thn 2020 Tentang Perubahan kedua atas peraturan Presiden No.82 Tahun 2018 Tentang Jaminan Kesehatan
- Republik Indonesia.2014.Pemenkes No.28 Tahun 2014 Tentang Pedoman Pelaksanaan Program Jaminan Kesehatan Nasional.Jakarta:Kementrian Kesehatan
- Republik Indonesia.2020.Peraturan Presiden Republik Indonesia No.64 Tahun 2020 Tentang Perubahan kedua atas PP No.82 Tahun 2018 Tentang Jaminan Kesehatan. Jakarta:Menteri Hukum Dan Hak Asasi Manusia RI
- Republik Indonesia.2004.Undang-Undang No. 40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional.Jakarta: Sekretaris Negara RI
- Undang-Undang No.24 Tahun 2011 Tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial & Undang-Undang No.13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan. Bandung : Citra Umbara
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional

**PENGARUH JUMLAH INVESTASI DAN NON
INVESTASI TERHADAP *TOTAL ASSET* ASURANSI
KERUGIAN PADA *JOINT VENTURE COMPANIES* DI
INDONESIA (TAHUN 2009-2019)**

Wenti Frisca Septiani Putri¹

Universitas Sangga Buana
wenti.frisca@usbykp.ac.id

Welly Surjono²

Universitas Sangga Buana
wellysurjono66@gmail.com

Rizaldi Suryawinangun Putra³

Universitas Sangga Buana
rizaldisurya@gmail.com

Abstract

This study has the aim of knowing, analyzing and describing the amount of investment, the amount of non-investment and the total assets of the loss insurance business at joint venture companies in Indonesia. The population of the general insurance business at joint venture companies in Indonesia is 21 companies and the sample in this study is 13 companies (8 joint venture companies do not meet the specified requirements). This type of quantitative research uses panel regression analysis data analysis tools. The results of the tests carried out are that the amount of investment affects total assets, the amount of non-investment affects total assets, while simultaneously the amount of investment and non-investment affects total assets.

Keywords: *Total Asset, Total Investment, Total Non-Investment*

Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan mengetahui, menganalisis dan mengdeskripsikan jumlah investasi, jumlah non investasi dan total asset usaha asuransi kerugian pada joint venture companies di Indonesia. Populasi usaha asuransi kerugian pada joint venture companies di Indonesia adalah sebanyak 21 perusahaan dan yang dijadikan sampel pada penelitian ini yaitu 13 perusahaan (8 perusahaan joint venture companies tidak memenuhi syarat yang telah ditentukan). Jenis penelitian kuantitatif dengan alat analisis data panel regression analysis. Hasil dari pengujian yang dilakukan yaitu jumlah investasi berpengaruh terhadap total asset, jumlah non investasi berpengaruh terhadap total asset, sedangkan secara simultan jumlah investasi dan non investasi berpengaruh terhadap total asset

Kata kunci: *Total Asset, Jumlah Investasi, Jumlah Non Investasi*



JEMPER (Jurnal Ekonomi
Manajemen Perbankan)
Volume 4
Nomor 1
Halaman 55 - 62
Bandung, Januari 2022

p-ISSN : 2655 – 2922
e-ISSN: 2656 - 632X

Tang gal Masuk :
1 November 2021
Tang gal Revisi :
13 Januari 2022
Tang gal Diterima :
8 April 2022

PENDAHULUAN

Dalam menjalankan kehidupan setiap manusia selalu dihadapkan kepada timbulnya resiko ketidakpastian. Masyarakat bisa mengatasi resiko tersebut dengan cara *avoidance*, *prevention*, *transfer* dan menerima *assumption or retention*. Sifat dari resiko ini adalah *uncertainty* dan manusia terkadang tidak dapat mengantisipasinya, maka lebih baik mengalihkan resiko ini kepada lembaga asuransi baik itu *life insurance*, asuransi kerugian maupun reasuransi dalam bentuk pembayaran klaim asuransi, selain hak yang didapat dari perusahaan asuransi, masyarakat juga mempunyai kewajiban untuk membayar premi kepada lembaga asuransi sesuai dengan yang ada di dalam polis.

Premi dari nasabah akan digunakan perusahaan asuransi kerugian atau disalurkan ke dalam bentuk *time deposit/certificate of deposit*, *stock*, *medium term notes*, obligasi sertifikat Bank Indonesia, *mutual funds*, *participation*, *property*, pinjaman hipotik, pembiayaan murabahah, pembiayaan mudharabah. Pilihan penempatan investasi ini akan mendapatkan *return* yang dikendalikan oleh lembaga asuransi kerugian dan pembayaran klaim dari pemegang polis dan jangka waktu investasi ini biasanya bersifat jangka pendek sedangkan premi yang bersifat jangka panjang, sehingga pihak asuransi harus bisa memilih investasi secara tepat agar supaya tidak mengalami kerugian baik bagi perusahaan asuransi maupun klaim yang gagal kepada pemegang polis, selain itu juga premi tersebut akan digunakan untuk kepentingan non investasi lainnya.

Tabel 1
Investasi, Non Investasi dan Total Aktiva

Tahun	Investasi (Jutaan Rupiah)	Non Investasi (Jutaan Rupiah)	Total Asset (Jutaan Rupiah)
2009	2.789.292,00	1.667.979,00	4.457.271,00
2010	2.715.645,26	1.825.591,30	4.541.236,56
2011	3.189.765,60	1.757.831,90	4.947.597,50
2012	3.711.349,00	3.972.853,00	7.684.202,00
2013	5.338.237,00	6.712.215,00	12.050.452,00
2014	6.016.963,00	9.459.541,00	15.476.504,00
2015	6.911.456,67	10.595.324,20	17.506.780,87
2016	7.640.792,00	9.310.994,00	16.951.786,00
2017	9.166.463,00	9.139.972,00	18.306.435,00
2018	9.756.715,00	10.938.623,00	20.695.338,00
2019	10.335.988,00	11.596.228,00	21.932.216,00

Sumber : www.ojk.go.id, diolah

Pada tabel 1 dapat terlihat bahwa jumlah investasi usaha asuransi kerugian pada 13 *joint venture companies* di Indonesia pernah mengalami penurunan di tahun 2010 serta presentase peningkatan yang kecil tahun dari tahun 2011 s.d tahun 2019 yang disebabkan fluktuasinya *time deposit/certificate of deposit*, *stock*, *Medium Term Notes*, *Obligasi*, *Sertifikat Bank Indonesia*, *mutual funds*, *participation*, *property*, pinjaman hipotik, pembiayaan murabahah, pembiayaan mudharabah, dan investasi lainnya di tahun 2010 serta diikuti berfluktuasinya non investasi seperti kas & bank, premi, tagihan reasuransi, tagihan hasil investasi, *property*, *computer hardware*, *other fixed assets*, *other assets*, sehingga hal ini berdampak kepada penurunan atau peningkatan total asset.

LITERATUR

Asuransi

Asuransi merupakan perjanjian antara perusahaan asuransi dengan pemegang polis, yang menjadi dasar bagi penerimaan premi sebagai imbalan untuk memberikan penggantian kepada tertanggung atau pemegang polis karena kerugian, kerusakan, biaya yang timbul, kehilangan keuntungan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin diderita tertanggung atau pemegang polis karena terjadinya suatu peristiwa yang tidak pasti; atau memberikan pembayaran yang didasarkan pada meninggalnya tertanggung atau pembayaran yang didasarkan pada hidupnya tertanggung dengan manfaat yang besarnya telah ditetapkan dan/atau didasarkan pada hasil pengolahan dana. (UU No.40 Tahun 2014).

Sedangkan menurut Zian Farodis (2014:11) bahwa asuransi merupakan suatu sistem atau tindakan untuk melimpahkan, mengalihkan, atau mentransfer resiko yang ditanggung kepada pihak lain dengan syarat melakukan pembayaran premi dalam rentang waktu tertentu secara teratur sebagai ganti polis yang menjamin perlindungan terhadap resiko yang dimungkinkan terjadi di masa depan seiring dengan ketidakpastian itu sendiri.

Asuransi Kerugian

Asuransi kerugian ini masuk ke dalam asuransi umum (non jiwa) dimana menurut UU No.40 Tahun 2014 menyatakan bahwa usaha asuransi umum merupakan usaha jasa pertanggunganan risiko yang memberikan penggantian kepada tertanggung atau pemegang polis karena kerugian, kerusakan, biaya yang timbul, kehilangan keuntungan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin diderita tertanggung atau pemegang polis karena terjadinya suatu peristiwa yang tidak pasti. Sedangkan menurut Zian Frodis (2014:58) Asuransi kerugian merupakan salah satu bentuk usaha asuransi yang bergerak dalam bidang jasa penanggulangan resiko yang disebabkan oleh kerugian, kehilangan, manfaat maupun tanggung jawab hukum.

Joint Venture Companies

Perusahaan perasuransian hanya dapat dimiliki oleh WNI dan atau badan hukum Indonesia secara langsung atau tidak langsung sepenuhnya dimiliki oleh Warga Negara Indonesia, atau bersama-sama dengan WNA atau badan hukum asing yang harus merupakan Perusahaan Perasuransian yang memiliki usaha sejenis atau perusahaan induk yang salah satu anak perusahaannya bergerak di bidang Usaha Perasuransian yang sejenis. *Joint Venture Companies* merupakan badan hukum yang didirikan berdasarkan hukum Indonesia yang sebagian sahamnya dimiliki oleh Pihak Asing. (UU No.40 Tahun 2014 & Kepres Republik Indonesia No.40 Tahun 1988).

Laporan Keuangan

Laporan Keuangan untuk perusahaan asuransi kerugian disusun menurut pernyataan ini, disesuaikan dengan praktek akuntansi berdasarkan peraturan/perundangan yang berlaku, dalam rangka memenuhi kepentingan berbagai pihak (PSAK No.28 Tahun 2012).

a. Balance Sheet

- 1) Kelompok Aktiva
- 2) Kelompok Kewajiban

Perusahaan bidang asuransi dalam Neraca mempergunakan pendekatan *unclassified balance sheet* atau tidak dirinci atas kelompok lancar dan tidak lancar.

b. Income Statement

- 1) Pendapatan *Underwriting*
- 2) Beban *Underwriting*
- 3) Pendapatan Investasi
- 4) Pendapatan dan Beban *Non Underwriting*

c. Participation

Investasi merupakan penempatan sejumlah dana pada saat ini dengan harapan untuk memperoleh keuntungan, menjamin solvabilitas perusahaan, menunjang kegiatan operasional asuransi (Halim, 2015:13)

d. Account Receivable

- 1) Piutang *Underwriting*
 - a) Piutang Premi
 - b) Piutang Reasuransi
- 2) Piutang *Non Underwriting*

METODE PENELITIAN

Metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan assosiatif yang digunakan oleh peneliti. Sedangkan data *itme series* adalah jenis data yang digunakan oleh peneliti. Peneliti memperoleh data dari *library research*, literatur-literatur dan *financial report* perusahaan asuransi kerugian pada *joint venture companies* di Indonesia periode 2009-2019. Perusahaan yang dijadikan subyek penelitian merupakan perusahaan asuransi kerugian pada *joint venture companies* di Indonesia dari periode tahun 2009 sampai dengan tahun 2019, dengan kriteria sebagai berikut :

- 1. *Joint Venture Companies* dari tahun 2009 s.d tahun 2019
- 2. Perusahaan asuransi kerugian yang konsisten menjadi *joint venture companies* yang menyediakan data lengkap dari tahun 2009 s.d tahun 2019

Tabel 2
Penentuan Sampel Penelitian

No	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan asuransi kerugian pada <i>joint venture companies</i> tahun 2019	21
2	Perusahaan asuransi kerugian tidak konsisten menjadi <i>joint venture companies</i> dari tahun 2009 s.d tahun 2019	(8)
3	<i>Joint Venture Companies</i> yang menyajikan data lengkap dari tahun 2009 s.d 2019 (Sampel)	13

Pada tabel 2 menunjukkan bahwa jumlah perusahaan asuransi kerugian pada *joint venture companies* di Indonesia dengan data penelitian dari tahun 2009 s.d tahun 2019 sebanyak 13 perusahaan terpilih dengan perincian dibawah ini :

Tabel 3
Sampel Asuransi Kerugian pada Joint Venture Companies

NAMA PERUSAHAAN
PT Chubb General Insurance Indonesia
PT Asuransi Allianz Utama Indonesia
PT AIG Insurance Indonesia
PT China Taiping Insurance Indonesia
PT Meritz Korindo Insurance
PT KSK Insurance Indonesia
PT KB Insurance Indonesia
PT Asuransi MSIG Indonesia
PT Sampo Insurance Indonesia
PT Great Eastern General Insurance Indonesia
PT Asuransi Samsung Tugu
PT Asuransi Tokio Marine Indonesia
PT Zurich Insurance Indonesia

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penelitian dilakukan selama 11 tahun sehingga sampelnya berjumlah 13 x 11 tahun = 143. Pengukuran pengaruh variabel *antecedent* dengan variabel konsekuensi digunakan *data panel regression analysis*. Peneliti menggunakan alat analisis yaitu *Software Eviews 6* yang merupakan alat analisis yang sangat tepat sehingga akan membantu peneliti untuk menyelesaikan permasalahan dalam penelitian yang dilakukan.

Dalam memilih model yang tepat, ada beberapa uji yang harus dilakukan yaitu :

1. Uji *Chow (Pool vs Fixed Effect)*
 - a) Ho : Dipilih model CEM jika prob > $\alpha = 0,05$
 - b) Ha : Dipilih model FEM jika prob < $\alpha = 0,05$
2. Uji *Hausman*
 - a) Ho : Model REM yang dipilih (prob > $\alpha = 0,05$)
 - b) Ha : Model FEM yang dipilih (prob > $\alpha = 0,05$)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menggunakan analisis deskriptif diperoleh dari 13 *joint venture companies* di Indonesia sebagai berikut :

Tabel 4
Analisis Deskriptif Investasi, Non Investasi dan Total Asset

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Investasi	143	1739234.00	6822.00	1746056.00	472536.1296	4.39020E5
Non Investasi	143	2036945.00	31846.00	2068791.00	538301.7650	5.10090E5
Total Asset	143	3660191.00	49922.00	3710113.00	1.0108E6	9.12520E5
Valid N (listwise)	143					

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS, 2021

Jumlah investasi yang terbesar diperoleh PT. Asuransi Tokio Marine Indonesia sebesar Rp 1.746.056.000.000,00 pada tahun 2019 dan terendah diperoleh PT. Meritz Korindo Insurance pada tahun 2009 yang saat itu masih bernama PT. Asuransi Hanjin Korindo sebesar Rp 6.822.000.000,00.

Jumlah Non Investasi yang tersebar diperoleh PT. Asuransi MSIG Indonesia sebesar Rp 2.068.791.000.000,00 pada tahun 2018 dan terendah diperoleh PT. China Taiping Insurance Indonesia sebesar Rp 31.846.000.000,00 pada tahun 2009.

Perolehan Total Asset yang terbesar diperoleh PT. Sampo Insurance Indonesia sebesar Rp 3.710.113.000.000,00 pada tahun 2019 dan terendah diperoleh PT. Meritz Korindo Insurance sebesar Rp 49.922.000.000,00 pada tahun 2009 yang saat itu masih bernama PT. Asuransi Hanjin Korindo.

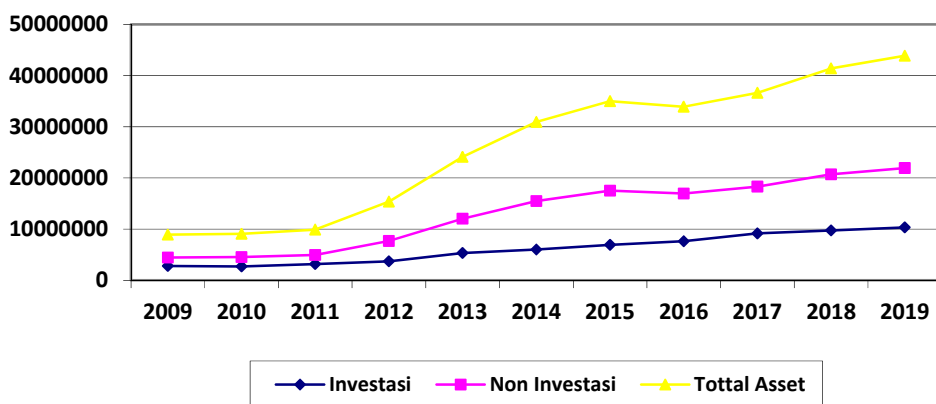
Rata-rata jumlah investasi pada 13 *Joint Venture Companies* di Indonesia selama tahun 2009 sampai dengan 2019 adalah sebesar Rp 472.536.129.600,00, Non Investasi sebesar Rp 538.301.765.000,00 dan Total Asset sebesar Rp 1.010.837.890.000,00

Tabel 5
Kontribusi Jumlah Investasi dan Jumlah Non Investasi Terhadap Total Asset

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Jumlah Investasi	143	.6872	.0883	.7755	.479268	.1556362
Jumlah Non Investasi	143	.6872	.2245	.9117	.520732	.1556362
Valid N (listwise)	143					

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS, 2021

Kontribusi jumlah investasi terhadap total asset yang tersebar diperoleh PT Asuransi MSIG Indonesia sebesar 77,55% pada tahun 2009 dan terendah diperoleh PT China Taiping Insurance Indonesia pada tahun 2016 sebesar 8,83%. Kontribusi jumlah non investasi terhadap total asset yang terbesar diperoleh PT. China Taiping Insurance Indonesia pada tahun 2016 sebesar 91,17% dan terendah diperoleh PT Asuransi MSIG Indonesia sebesar 22,45% pada tahun 2009.



Grafik 1
Grafik Investasi, Non Investasi dan Total Asset

Dalam analisis assosiatif diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 6
Hasil Data Panel Regression Analysis

Model	Prob. F-Statistic	Kesimpulan	Pengujian Model	Ketentuan	Keputusan
CEM	0.000	Jumlah Investasi dan Non Investasi berpengaruh Terhadap Total Asset	Uji Chow Prob.0.000	Ho, Diterima, maka pilih CEM Ha Diterima	Prob.0.000 < $\alpha = 0,05$, Lanjut Uji Hausman
FEM	0.000	Jumlah Investasi dan Non Investasi berpengaruh Terhadap Total Asset	Uji Hausman Prob.0.000	Ho, Diterima, pilih REM Ha Diterima pilih FEM	Prob.0.000 < $\alpha = 0,05$, Pilih FEM

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2021

Hasil Data Panel Regression Analysis menggambarkan bahwa model yang dipilih adalah FEM sehingga dapat terlihat sebagai berikut :

Tabel 7
FEM

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.280283	0.105120	12.17930	0.0000
X1	0.396389	0.012770	31.03961	0.0000
X2	0.561027	0.009619	58.32508	0.0000

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2021

Pengujian secara parsial diperoleh hasil jumlah investasi (X₁) dengan prob. $0.0000 < \alpha = 0,05$, sehingga hal ini berarti jumlah investasi berpengaruh terhadap total asset dan non investasi berpengaruh terhadap total asset.

Hasil ini sama dengan penelitian Rustamunadi & Aas Asmawati (2019) yaitu pertumbuhan investasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan aset dan non investasi tersebut merupakan komponen total aktiva. Sastrodiharjo (2015) mengatakan adanya pengaruh signifikan antara return dengan pertumbuhan aset perusahaan asuransi.

Hasil pengujian secara simultan dengan diperoleh bahwa jumlah investasi dan non investasi dengan prob. (*F-Statistic*) $0.0000 < \alpha = 0,05$, sehingga berarti jumlah investasi dan non investasi berpengaruh terhadap total asset.

Koefisien determinan diperoleh adalah sebesar 0.996508 artinya jumlah investasi dan non investasi berkontribusi terhadap total asset sebesar 99,65% dan sisanya sebesar 0,35% dipengaruhi faktor lain.

Purnawati (2019) menyatakan risiko berbasis modal, underwriting, dan pengembalian investasi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap laba asuransi, sedangkan rasio biaya klaim memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap laba asuransi.

SIMPULAN

Jumlah investasi berpengaruh terhadap total asset, jumlah non investasi berpengaruh terhadap total asset, begitu juga secara simultan jumlah investasi dan non investasi berpengaruh terhadap total asset.

Rata-rata kontribusi jumlah investasi terhadap total asset asuransi kerugian pada *joint venture companies* di Indonesia sebesar 46,75% dalam kurun waktu 2009 s/d 2019 dan rata-rata kontribusi non investasi terhadap total asset asuransi kerugian pada *joint venture companies* di Indonesia sebesar 46,75% kurun waktu 2009 s/d 2019 sebesar 53,25% dalam kurun waktu 2009 s/d 2019, sehingga diharapkan asuransi kerugian pada *joint venture companies* di Indonesia menyalurkan premi yang diterimanya kedalam sumber investasi sehingga akan memperoleh hasil investasi yang menguntungkan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Faradis.Z (2014). *Buku Pintar Asuransi; Mengenal dan Memilih Asuransi yang Menguntungkan Nasabah*. Yogyakarta: Safirah
- Halim,A. (2015). *Analisis Investasi di Aset Keuangan*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Otoritas Jasa Keuangan, *Statistik Perasuransian.2009-2019*.Indonesia
- Sugiyono (2016). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Wahyu, Winarno Wing.(2011). *Analisis Ekonometrika dan Statistika dengan Eviews*. Edisi Ketiga. Yogyakarta : Unit Penerbit dan Percetakan (UPP STIM YKPN)

Jurnal

- Purnamawati,Ayu I Gusti. (2019). he Nexus Between Risk and Investment Factorson Insurance Companies Profit in Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, Vol.7.No.2, pp 379-388
<https://doi.org/10.17509/jrak.v7i2>
- Rustamunadi & Asmawati,Aas (2019). Pengaruh Pertumbuhan Ujrah Dan Investasi Terhadap Pertumbuhan Aset Pada Perusahaan Asuransi Jiwa Di Indonesia. *Jurnal Syar'Insurance* Vol.5 No.1. Universitas Islam Negeri Banten.
<http://dx.doi.org/10.32678/sijas.v5i1.2925>
- Sastrodiharjo, I & Sutama Putu (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Aset Perusahaan Asuransi Jiwa Non Syariah Di Indonesia.*Jurnal Akuntabilitas*.Vol.VIII No. 1. pp 18-38
DOI:[10.15408/akt.v8i1.2759](https://doi.org/10.15408/akt.v8i1.2759)

Undang-Undang dan Peraturan

- Indonesia (1988) Keputusan Presiden Republik Indonesia No. 40 Tahun 1988 Tentang Usaha Di Bidang Asuransi Kerugian .Jakarta : Mensegneg
- Indonesia (2010) PSAK No.28 Tahun 2010 (Edisi Revisi 2010) tentang Akuntansi Asuransi kerugian IAI.Jakarta : IAI
- Indonesia (2014) Undang-Undang Republik Indonesia No.40 Tahun 2014 tentang Perasuransian.Jakarta : Kemenkumham

PENGEMBANGAN PERILAKU INOVATIF MELALUI IKLIM ORGANISASI DAN MOTIVASI BERPRESTASI PADA PT POS INDONESIA BANDUNG

Asep Jamaludin¹

Universitas Sangga Buana

Jml.asep@gmail.com

Iis Nurhayati²

Universitas Sangga Buana

iisnurhayati331@gmail.com

Abstract

Frontier group 2021 survey results show that PT.Pos Indonesia does not include 3 top brands. It means that PT. Pos Indonesia's competitiveness is still weak. Presurvey results show that employee innovative behavior is still low. Therefore, the purpose of this research is to reveal the organizational climate, achievement motivation, and innovative behavior, as well as how much influence the organizational climate and achievement motivation on innovative behavior. The methods used in this research are survey methods with a descriptive-verification approach, analytical instruments; correlation coefficient, multiple regression, coefficient of determination, F-test, t-test. The research results: organizational climate and achievement motivation have a significant influence on innovative behavior. another findings: 1) employee independence for taking a decision is still low, 2) employee feel obstacles in communication between boss and subordinate, 3) low employee consideration of work risks, 4) low employee confidence that their idea can increase positive value of innovation.

Keywords : *Organizational Climate, Achievement Motivation, Innovative Behavior.*

Abstrak

Hasil survei frontier group 2021 menunjukkan bahwa PT.Pos Indonesia tidak masuk dalam 3 top brand. Hal ini menunjukkan bahwa daya saing PT.Pos Indonesia masih rendah. Hasil prasurvei menunjukkan bahwa perilaku inovatif karyawan masih rendah. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah mengungkap kondisi iklim organisasi, motivasi berprestasi dan perilaku inovatif, serta seberapa besar pengaruh iklim organisasi dan motivasi berprestasi terhadap perilaku inovatif. Metode penelitian yang digunakan metode survei dengan pendekatan deskriptif – verifikatif, alat analisis; koefisien korelasi, regresi berganda, koefisien determinasi, uji F dan uji t. Hasil penelitian: iklim organisasi dan motivasi berprestasi berpengaruh signifikan terhadap perilaku inovatif.. Temukan lain: 1) masih rendahnya kemandirian karyawan dalam mengambil keputusan, 2) karyawan merasa adanya hambatan komunikasi antara atasan dan bawahan, 3) rendahnya pertimbangan karyawan terhadap risiko kerja, 4) masih rendahnya keyakinan karyawan bahwa idenya mampu meningkatkan nilai tambah dari inovasi.

Kata Kunci : *Iklim Organisasi, Motivasi Berprestasi, Perilaku Inovatif.*



JEMPER (Jurnal Ekonomi
Manajemen Perbankan)
Volume 4
Nomor 1
Halaman 63 - 72
Bandung, Januari 2022

p-ISSN : 2655 – 2922
e-ISSN: 2656 - 632X

Tang gal Masuk :
8 April 2022
Tang gal Revisi :
9 April 2022
Tang gal Diterima :
11 April 2022

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi digital telah mengakibatkan perubahan yang nyata pada berbagai aktivitas masyarakat. Masyarakat menjadi lebih modern dan segala aktivitas menjadi lebih modern, lebih mudah, dan lebih ringan. Diantara aktivitas tersebut adalah aktivitas berkomunikasi, berbagi informasi dan berbisnis, yang salah satunya adalah bisnis ekspedisi.

Bisnis ekspedisi merupakan salah satu jenis bisnis jasa yang mengalami perkembangan sangat pesat, baik dari sisi jumlah perusahaan maupun dari sisi penerapan teknologi, sehingga tingkat persaingan dalam bisnis ini menjadi semakin ketat. Dikenal beberapa *brand* bisnis/perusahaan jasa ekspedisi yang saat ini bersaing dipasar. Salah satunya adalah PT Pos Indonesia, dan yang lainnya adalah JNE, J&T, Tiki, dan DHL

Hasil survei *Top Brand Award* tahun 2021, yang dilakukan lembaga riset independen dari *Frotier Group* menunjukkan bahwa 3 *Top Brand* tertinggi adalah J&T, JNE, dan Tiki dengan *Top Brand Index (TBI)* masing-masing 33,4%, 28,0%, 11,2%, sedangkan PT Pos Indonesia hanya menduduki peringkat empat dengan *TBI* sebesar 8,5%. Kondisi ini memberi gambaran bahwa PT. Pos Indonesia belum mampu bersaing dengan perusahaan sejenisnya. Penyebab dari kondisi ini diindikasikan oleh kurangnya *inovasi* yang dilakukan oleh PT Pos Indonesia.

Diketahui bahwa daya saing organisasi didukung oleh daya saing sumber daya manusia (SDM), yang salah satunya dilakukan melalui pengembangan perilaku inovatif sumber daya manusia (pegawai). Hasil prasuvei menunjukkan bahwa sebagian besar pegawai; 1) tidak mampu mengidentifikasi peluang atau perubahan trends yang sedang terjadi, 2) tidak memiliki kemandirian dalam membangun ide-ide inovatif, 3) tidak berusaha untuk mewujudkan dan menerapkan ide-ide baru. Hal ini menunjukkan bahwa *perilaku inovatif* pegawai pada PT.Pos Indonesia merupakan suatu masalah yang harus dicari jalan keluarnya. Di sisi lain, diketahui bahwa *perilaku inovatif dibangun oleh iklim organisasi (lingkungan dalam dan lingkungan luar) dan motivasi berprestasi*. Ahmad (2018), Aditya & Ardana (2016)

Berdasarkan uraian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah 1) mendeskripsikan kondisi iklim organisasi, motivasi berprestasi dan perilaku inovatif pegawai PT.Pos Indonesia, 2) mengukur besarnya pengaruh iklim organisasi dan motivasi berprestasi terhadap perilaku inovatif pegawai PT. Pos Indonesia.

Sehingga hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi tentang *temuan masalah* yang dihadapi dalam iklim organisasi, motivasi berprestasi dan perilaku inovatif, serta hubungan diantara ketiga variabel, yang pada akhirnya dapat digali penyebab timbulnya masalah dan solusi/kongklusi atas masalah yang dihadapi dalam mengembangkan perilaku inovatif pegawai PT.Pos Indonesia.

LITERATUR

Iklim Organisasi

Pada dasarnya iklim organisasi merupakan konsensus dari persepsi para anggota organisasi mengenai organisasi dan subsistemnya terkait dengan kondisi anggota dan lingkungan luarnya (Ahmad, 2018). Sejalan dengan pengertian di atas Tagiuri, litwin dan basuki (2019) mengemukakan bahwa iklim organisasi merupakan kualitas lingkungan internal organisasi, yang dapat mempengaruhi perilaku anggota organisasi, dan dapat dilukiskan dalam pengertian suatu set karakteristik atau sifat organisasi.

Widiyanti dan Sawitri (2018) mengemukakan hasil penelitian yang dilakukan oleh Solomon, Winslow dan Tarabishy, yaitu iklim organisasi menjadi faktor penting dalam mempengaruhi *perilaku inovatif* individu. Iklim organisasi mampu merepleksikan keyakinan dan makna psikologis dari karyawan kepada lingkungannya serta berusaha mewujudkannya dalam perilaku nyata.

Dengan demikian dapat dicermati bahwa adanya hubungan yang signifikan antara iklim organisasi dengan perilaku inovatif.

Pengukuran iklim organisasi dapat dilakukan melalui enam dimensi (Mochamad Triswanda Asyari, 2018) sebagai berikut: 1) Struktur; struktur menggambarkan perasaan seorang karyawan dalam organisasi dan memiliki definisi yang jelas terhadap peran dan tanggung jawabnya dalam organisasi., 2) Standar; standar dalam suatu perusahaan mengukur perasaan tekanan pada seorang karyawan untuk memperbaiki pekerjaannya serta kebanggaan yang dimilikinya saat melakukan pekerjaannya dengan sebaik mungkin. Jika standar tinggi, maka karyawan akan berusaha mencari jalan agar dapat memperbaiki kinerjanya, dan sebaliknya jika standar rendah., 3) Tanggung jawab; tanggung jawab menggambarkan perasaan seorang karyawan bahwa mereka menjadi bos atas dirinya sendiri serta tidak memerlukan keputusannya dilegitimasi oleh anggota organisasi lainnya. Persepsi tanggung jawab tinggi menunjukkan bahwa anggota organisasi merasas di dorong untuk memecahkan masalahnya sendiri., 4) Pengakuan; pengakuan mengisyaratkan bahwa anggota organisasi akan merasa dihargai, jika mereka dapat menyelesaikan tugas secara baik, yang meliputi imbalan atau gaji yang diterima setelah selesai mengerjakan tugasnya., 5) Dukungan; dukungan menggambarkan perasaan percaya dan saling mendukung yang terus berlangsung diantara anggota kelompok kerja., 6) Komitmen, komitmen menggambarkan perasaan bangga dari seorang karyawan terhadap organisasinya dan derajat kelayakan terhadap pencapaian tujuan organisasi. Perasaan komitmen kuat berasosiasi dengan loyalitas personal yang tinggi, dan sebaliknya.

Motivasi Berprestasi

Motivasi berprestasi didefinisikan sebagai keinginan dalam diri seseorang untuk menggapai kesuksesan, dan pengukurnya adalah standar kesempatan dalam diri yang diperolehnya, sehingga keinginan ini berpengaruh kuat untuk mengarahkan perilaku seseorang dalam usaha mencapai prestasi (Ahmad, 2018). Motivasi berprestasi cukup tinggi akan meningkatkan *performance*-nya untuk mendapatkan apa yang dia inginkan (Aljuri dan Ahmad, 2018)

Orang yang memiliki kreativitas tinggi dan mengimplementasikannya dalam karya inovatif, biasanya adalah individu yang termotivasi untuk memanfaatkan banyak waktunya untuk mengembangkan pengetahuan baik secara langsung maupun tidak langsung tentang bidang minat dan posisi pekerjaannya. Mereka akan berusaha untuk mencari jalan keluar untuk memecahkan masalah yang menarik serta hal yang baru terhadap semua masalah yang terjadi. (Ahmad, 2018)

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dicermati bahwa *Motivasi berprestasi* memiliki hubungan yang signifikan dengan *perilaku inovatif*.

Motivasi berprestasi dapat diukur melalui enam dimensi sebagai berikut (Bima, 2018); 1) Tanggung jawab; bentuk tanggung jawab yang dimiliki seorang karyawan akan memberikan dorongan bagi orang tersebut dalam mengejar sebuah prestasi yang diharapkan organisasi., 2) Pertimbangan risiko atas pemilihan tugas; pertimbangan risiko dari tugas yang dilaksanakan merupakan ciri dari seorang karyawan yang memiliki motivasi berprestasi yang tinggi, karena dia akan mempersiapkan strategi yang tepat dalam menyelesaikan tugas-tugasnya., 3) Memperhatikan umpan balik; karyawan yang memiliki motivasi berprestasi tinggi akan mampu mengevaluasi kinerjanya sendiri untuk menghasilkan umpan balik dari setiap hasil kerjanya., 4) kreatif dan inovatif; karyawan selalu berusaha mencari cara baru dalam menyelesaikan setiap tugas-tugasnya secara efektif dan efisien., 5) Waktu penyelesaian tugas; karyawan mampu memanfaatkan waktu waktu sebaik mungkin serta mampu meminimalisir waktu yang terbuang., 6) Keinginan menjadi yang terbaik; selalu berusaha memberikan hasil yang terbaik kepada organisasi.

Perilaku Inovatif

Perilaku inovatif dan inovasi memiliki keterkaitan satu sama lain, yaitu sama-sama merupakan perubahan sosial. Perilaku inovatif menekankan pada sikap kreatif seseorang yang mengharapkan terjadinya proses perubahan sikap dari yang tradisional menjadi lebih modern, sedangkan inovasi lebih kepada adanya ciri sesuatu yang sedang diamati sebagai hal yang baru bagi seseorang.

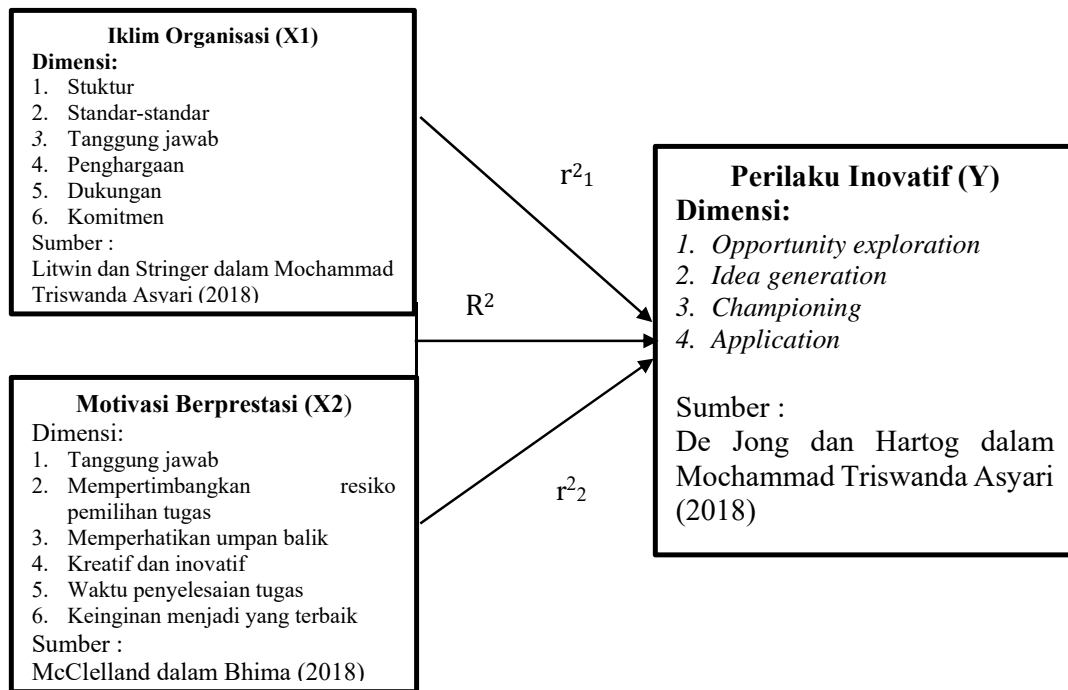
Ha ini sejalan dengan pendapat West dan Farr dalam basuki (2018), yang mengemukakan bahwa inovasi merupakan suatu bentuk pengenalan maupun penerapan gagasan, proses, produk dan prosedur yang baru kepada kelompok maupun perusahaan atau organisasi yang menerapkannya, yang secara sengaja dirancang untuk memberikan keuntungan bagi organisasi/perusahaan, kelompok, masyarakat atau individu.

Di sisi lain, De Jong dalam Triswanda Asyari (2018) megemukakan bahwa perilaku inovatif merupakan aktivitas individu yang bertujuan untuk memperkenalkan ide-ide baru yang berguna, yang berhubungan dengan proses, produk atau prosedur. Pendapat sejalan disampaikan oleh Jansen dalam Basuki (2019) yang mengemukakan bahwa perilaku inovatif sebagai upaya yang sengaja dilakukan untuk menghasilkan ide baru yang lebih menguntungkan dan bermanfaat bagi individu maupun kelompok.

Pengukuran perilaku inovatif dapat dilakukan melalui 4 dimensi (De Jong and Hartog dalam Mochamad Triswanda A., 2018) sebagai berikut: 1) *opportunity exploration*;

Penelitian terdahulu; hasil penelitian yang menunjukkan bahwa iklim organisasi memiliki hubungan signifikan degan perilaku inovatif telah dilakukan oleh; Mochammad Triwanda A. (2018), M.Frans,F.A. & Suib (2016), Risalatil Laeli (2017), Komang Veni Widiyanti & Dian Ratna Sawitri (2018), D.Aditya,K.Ardana (2016)., sedangkan yang menunjukkan bahwa motivasi berprestasi memiliki hubungan signifikan degan perilaku inovatif telah dilakukan oleh; Ahmad Reddiyannor (2018), M.Frans,F.A. & Suib (2016), Risalatil Laeli (2017),

Berdasarkan uraian di atas maka dapat dikemukakan paradigma penelitian dan hipotesis sebagai berikut:



Gambar 1: Paradigma Penelitian

Hipotesis:

H₁ : Iklim organisasi dan Motivasi berprestasi berpengaruh signifikan terhadap perilaku inovatif

H₂ : Iklim organisasi berpengaruh signifikan terhadap perilaku inovatif

H₃ : Motivasi berprestasi berpengaruh signifikan terhadap perilaku inovatif

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan deskriptif – verifikatif. Jenis data yang dikumpulkan berupa data sekunder (kajian pustaka) dan data primer (penyebaran kuesioner kepada responden sasaran). Pengumpulan data menggunakan kuesioner berskala likert. Analisis data menggunakan koefisien korelasi, regresi berganda, koefisien determinasi. Uji hipotesis menggunakan uji F dan uji t “student”. Variabel dan pengukuran variabel dilakukan sebagai berikut:

Tabel 1: Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator
Iklim Organisasi (X1)	Struktur	Kejelasan struktur dan peraturan
	Standar	Kondisi kerja yang dialami karyawan dalam perusahaan
	Tanggung jawab	Kemandirian dalam menyelesaikan pekerjaan
	Penghargaan	Imbalan yang diterima karyawan setelah menyelesaikan pekerjaan
	Dukungan	Hubungan rekan kerja dan atasan
	Komitmen	Kebanggaan dan kesetiaan menjadi bagian organisasi
Sumber : Litwin dan Stringer dalam Mochammad Triswanda Asyari (2018)		
Motivasi Berprestasi (X2)	Tanggung jawab	Melaksanakan pekerjaan sesuai SOP
	Mempertimbangkan resiko pemilihan tugas	Keberanian mengambil resiko kerja
	Memperhatikan umpan balik	Kesediaan menerima masukan, kritik dan saran
	Kreatif dan inovatif	Upaya memperbaiki cara kerja Menemukan hal baru dari hasil kerja
	Waktu penyelesaian tugas	Penyelesaian tugas tepat waktu
	Keinginan menjadi yang terbaik	Keinginan belajar dan berlatih Selalu berupaya bekerja lebih baik dari yang lain
Sumber : McClelland dalam Bhima (2018)		
Perilaku Inovatif (Y)	Opportunity exploration	Menemukan sebuah peluang untuk dapat meningkatkan kualitas perusahaan Memikirkan proses kerja dengan cara membuat alternative
	Idea generation	Pembuatan konsep untuk tujuan peningkatan Menemukan solusi terhadap masalah yang telah diidentifikasi
	Championing	Menerapkan ide dengan rekan kerja Berusaha meyakinkan nilai tambah dari inovasi yang diusulkan
	Application	Usaha yang dilakukan oleh individu untuk menerapkan ide ke dalam praktek
	Sumber : De Jong dan Hartog dalam Mochammad Triswanda Asyari (2018)	

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Deskriptif

Kondisi iklim organisasi pada PT Pos Indonesia – Bandung menunjukkan bahwa secara umum berada pada kategori *baik*, dengan skor rata-rata 3,54. Dua skor terendah sebesar 2,37 dan 2,6, yaitu 1) terletak pada dimensi dukungan dengan indikator hambatan dalam berkomunikasi dengan atasan, Hal ini sebagai akibat kurangnya frekuensi komunikasi antara atasan – bawahan, serta adanya pembatasan komunikasi secara organisatoris antara atasan – bawahan., 2) terletak pada dimensi tanggung jawab dengan indikator merasa bingung ketika harus mengambil keputusan dalam pekerjaan. Hal ini sebagai akibat karyawan tidak dilatih untuk mengambil keputusan secara mandiri dalam pekerjaannya.

Kondisi Motivasi berprestasi karyawan pada PT Pos Indonesia – Bandung menunjukkan bawa secara umum berada pada kategori *baik*, dengan skor rata-rata 3,54. Dua skor terendah sebesar 2,57 dan 2,63, yaitu 1) terletak pada dimensi keinginan menjadi yang terbaik dengan indikator merasa tertekan ketika menghadapi tantangan untuk meningkatkan prestasi kerja, hal ini diakibatkan masalah kompetensi karyawan dan ketepatan penempatan karyawan sesuai kemampuannya, 2) terletak pada dimensi mempertimbangkan resiko pemilihan tugas dengan indikator merasa takut dan tertekan ketika mengetahui ada resiko pada tugas/pekerjaan yang dihadapi. Hal ini sebagai akibat kurang menyadari karyawan tentang pentingnya pertimbangan risiko dalam menentukan strategi penyelesaian kerja yang lebih efektif dan efisien.

Kondisi perilaku berprestasi karyawan pada PT Pos Indonesia – Bandung menunjukkan bawa secara umum berada pada kategori *kurang baik*, dengan skor rata-rata 3,34. Dua skor terendah sebesar 2,50 dan 3,63, yaitu 1) terletak pada dimensi merasa tidak yakin, jika ide inovatif nya memiliki nilai tambah yang baik Hal ini sebagai akibat kurangnya dorongan untuk menyampaikan ide gagasan dan penghargaan atas gagasan yang disampaikan., 2) sering meminta pertolongan orang lain dalam mencari solusi atas setiap permasalahan kerja. Hal ini sebagai akibat kurangnya kompetensi (pengetahuan dan pengalaman) serta kurangnya dorongan pengembangan kreativitas karyawan dalam penyelesaian masalah kerja yang dihadapinya.

Hasil Analisis Verifikatif

Hasil uji asumsi klasik menunjukkan: uji normalitas; data berdistribusi normal, uji multikolinieritas; data terbebas dari multikolinieritas, uji heteroskedastisitas; model tidak terjadi homoskedastisitas.

Hasil *analisis koefisien koreasi berganda* (R) menunjukan $R = 0,746$, artinya secara bersama sama, kuat hubungan antara iklim organisasi dan motivasi berprestasi dengan perilaku inovatif berada pada kategori kuat.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat tabel sebagai berikut:

Tabel 2 : Koefisien korelasi simultan dan koefien determinasi

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.746 ^a	.556	.523	3112.139	.556	16.892	2	27	.000

a. Predictors: (Constant), Motivasi Berprestasi, Iklim Organisasi

Sumber : Hasil output SPSS 2022

Hasil analisis persamaan regresi berganda menunjukkan sebagai berikut:

Tabel 3: Analisis Persamaan Regresi Berganda

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
	(Constant)	3507.035	4408.908		.795	.433		
1	Iklim Organisasi	.426	.125	.515	3.408	.002	.721	1.386
	Motivasi Berprestasi	.409	.186	.332	2.200	.037	.721	1.386

a. Dependent Variable: Perilaku Inovatif

Sumber : Hasil output SPSS 2022

Dari tabel 3 di atas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 3,507 + 0,26X_1 + 0,409X_2 + \epsilon$$

Dimana: X_1 = iklim organisasi, X_2 = motivasi berprestasi, Y = perilaku inovatif

$a = 3,507$; artinya, jika iklim organisasi dan motivasi berprestasi berada pada kualitas sangat buruk (nilai nol), maka perilaku inovatif bernilai 3,507, artinya masih positif dan berkategori baik.

$b_1 = 0,26$; artinya, setiap kenaikan satu satuan iklim organisasi akan meningkatkan 0,26 satuan perilaku inovatif

$b_2 = 0,409$; artinya, setiap kenaikan satu satuan motivasi berprestasi akan meningkatkan 0,409 satuan perilaku inovatif

Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa $Kd = R^2 = 0,556$ (lihat tabel 2)

Artinya, iklim organisasi dan motivasi berprestasi berpengaruh sebesar 55,6 % terhadap perilaku inovatif, dan sisanya sebesar 44,4% dipengaruhi variabel lain di luar variabel penelitian.

Hasil Uji *hiotesis* menunjukkan sebagai berikut:

Hasil pengolahan data untuk *uji hipotesis simultan* menunjukkan sebagai berikut:

Tabel 4 : Uji Hipotesis Simultan

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	327214996.341	2	163607498.170	16.892	.000 ^b
	Residual	261506077.826	27	9685410.290		
	Total	588721074.167	29			

a. Dependent Variable: Perilaku Inovatif

b. Predictors: (Constant), Motivasi Berprestasi, Iklim Organisasi

Sumber : Hasil output SPSS 2022

Berdasarkan tabel 4 di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikan regresi simultan sebesar ,0000 atau lebih kecil dari nilai $\alpha = 0,05$ atau menggambarkan bahwa nilai F hitung = 16,892 lebih besar dari nilai F tabel = 3,35. Dengan demikian H_0 ditolak, artinya secara simultan, iklim organisasi dan motivasi berprestasi berpengaruh signifikan terhadap perilaku inovatif karyawan PT Pos Indonesia - Bandung

Hasil pengolahan data untuk *uji hipotesis parsial* menunjukkan sebagai berikut:

Tabel 5: Uji Hipotesis Parsial

Model	Coefficients ^a		t	Sig.	
	Unstandardized Coefficients				Standardized Coefficients
	B	Std. Error			Beta
(Constant)	3507.035	4408.908	.795	.433	
1 Iklim Organisasi	.426	.125	.515	3.408 .002	
Motivasi Berprestasi	.409	.186	.332	2.200 .037	

a. Dependent Variable: Perilaku Inovatif

Sumber : Hasil output SPSS 2022

H₂ : Iklim organisasi berpengaruh signifikan terhadap perilaku inovatif

H₃ : Motivasi berprestasi berpengaruh signifikan terhadap perilaku inovatif

Pengaruh iklim organisasi terhadap perilaku inovatif

Dari tabel...diketahui bahwa nilai $b_1 = 0,426$ dan nilai t hitung = 3,408 dengan nilai signifikan = 0,002 atau lebih kecil dari nilai $\alpha = 0,05$. Dengan kata lain dapat dinyatakan bahwa t hitung > dari t tabel, atau H_0 ditolak. Artinya secara parsial, iklim organisasi berpengaruh signifikan terhadap perilaku inovatif karyawan PT Pos Indonesia - Bandung

Pengaruh motivasi berprestasi terhadap perilaku inovatif

Dari tabel...diketahui bahwa nilai $b_2 = 0,409$ dan nilai t hitung = 2,200 dengan nilai signifikan = 0,037 atau lebih kecil dari nilai $\alpha = 0,05$. Dengan kata lain dapat dinyatakan bahwa t hitung > dari t tabel, atau H_0 ditolak. Artinya secara parsial, motivasi berprestasi berpengaruh signifikan terhadap perilaku inovatif karyawan PT Pos Indonesia - Bandung

Pembahasan

Iklim organisasi; dari enam dimensi iklim organisasi, secara umum dapat dinyatakan berada pada katagori baik namun dijumpai dua skor terendah sebesar 2,37 dan 2,6.

Skor 2,37 terletak pada dimensi dukungan dengan indikator hambatan dalam berkomunikasi dengan atasan. Hal ini sabagai akibat kurangnya frekuensi komunikasi antara atasan – bawahan, serta adanya pembatasan komunikasi secara organisatoris antara atasan – bawahan. Berdasarkan hal ini disarankan agar pimpinan lebih proaktif dalam berkomunikasi dengan bawahan. Khususnya dalam menyampaikan harapan/keinginan atasan kepada bawahan, dengan cara yang lebih jelas dan dengan pendekatan yang lebih persuasif dan personal, terutama dalam membantu masalah penyelesaian kerja bawahan.

Skor 2,60 terletak pada dimensi tanggung jawab dengan indikator merasa bingung ketika harus mengambil keputusan dalam pekerjaan. Hal ini sebagai akibat karyawan tidak dilatih untuk mengambil keputusan secara mandiri dalam pekerjaannya. Berdasarkan hal ini disarankan agar karyawan lebih dilibatkan dalam proses pengambilan keputusan, serta lebih diperjelas dan dipertegas tentang batasan hak dan kewajibannya sebagai pemangku jabatan tertentu.

Motivasi berprestasi: dari lima dimensi motivasi berprestasi, sesecara umum berada pada katagori baik, dengan skor rata-rata 3,54. Dua skor terendah sebesar 2,57 dan 2,63.

Skor 2,57 terletak pada dimensi keinginan menjadi yang terbaik dengan indikator merasa tertekan ketika menghadapi tantangan untuk meningkatkan prestasi kerja, hal ini diakibatkan masalah kompetensi karyawan dan ketepatan penempatan karyawan sesuai kemampuannya. Berdasarkan kondisi ini, sebaiknya perusahaan lebih mendorong karyawan agar lebih bersedia menghadapi tantangan pekerjaan lebih tinggi dengan memberikan penghargaan (*reward*) yang lebih jelas dan tepat. Selain itu, berusaha meningkatkan kemampuannya dengan berbagai pelatihan, sera meninjau kembali

penempatan, dengan harapan semua pegawai menduduki jabatannya sesuai dengan kemampuan dan latarbelakng pendidikannya.

Skor 2,63 terletak pada dimensi mempertimbangkan resiko pemilihan tugas dengan indikator merasa takut dan tertekan ketika mengetahui ada resiko pada tugas/pekerjaan yang dihadapi. Hal ini sebagai akibat kurang menyadari karyawan tentang pentingnya pertimbangan risiko dalam menentukan strategi penyelesaian kerja yang lebih efektif dan efisien. Berdasarkan hal ini sebaiknya persahaan melakukan peningkatan pemahaman melalui workshop atau media lainnya dalam rangka meningkatkan kemampuan dalam mempertimbangkan resiko kerja yang kemudian diarahkan dalam menciptakan strategi kerja yang lebih efektif dan efisien.

Perilaku inovatif: Dari keempat dimensi perilaku inovatif, secara umum dapat dinyatakan berada pada katagori *kurang baik*, dengan skor rata-rata 3,34. Dua skor terendah sebesar 2,50 dan 3,63,

Skor 2,50 terletak pada dimensi merasa tidak yakin, jika ide inovatif nya memiliki nilai tambah yang baik Hal ini sebagai akibat kurangnya dorongan untuk menyampaikan ide gagasan dan penghargaan atas gagasan yang disampaikan. Berdasarkan hal ini disarankan sebaiknya perusahaan lebih membuka kesempatan kepada karyawan untuk menyampaikan ide/gagasannya di dalam mengembagkan kerja yang lebih efektif dan efisien.

Skor 3,63 sering meminta pertolongan orang lain dalam mencari solusi atas setiap permasalahan kerja. Hal ini sebagai akibat kurangnya kompetensi (pengetahuan dan pengalaman) serta kurangnya dorongan pengembangan kreativitas karyawan dalam penyelesaian masalah kerja yang dihadapinya. Sejalan dengan solusi diatas. Perusahaan dituntut untuk lebih memberi peluang dalam pengembangan kualitas dirikaryawan dengan berbagai pelatihan yang relevan.

SIMPULAN

Berdasarkan uraian hasil dan pembahasan di atas, maka diketahui bahwa secara umum iklim organisasi dan motivasi berprestasi karyawan berada dalam kondisi baik, tetapi perilaku inovasi karyawan berada dalam kondis yang kurang baik. Kondisi seperti ini diakibatkan beberapa hal yang membutuhkan perhatian khusus organisasi/pimpinan PT Pos Indonesia Bandung, yaitu: 1) hasil penelitian menunjukkan bahwa iklim organisasi dan motivasi berprestasi berpengaruh signifikan baik secara simultan maupun parsial. Hal ini memiliki makna bahwa peningkatan daya saing organisasi melalui pengembangan SDM, dalam hal ni perilaku inovatif karyawan dapat dilakukan melalui kebijakan penciptaan iklim organisasi yang kondusif dan pengembagn program motivasi berprestasi karyawan, baik secara bersama-sama atau secara bertahap menggunakan skala prioritas, dengan priorits pertama pada pengembangan motivasi berprestasi, kemudian penciptaan iklim organisasi yang produktif.,2) kebijakan penciptaan iklim organisasi dilakukan dengan tahapan memperbaiki kualitas komunikasi antara atasan-bahwan. Pimpinan diharapkan lebih proaktif dalam penciptaan kualitas komunikasi ini, khususnya yang terkait dalam penyampaian tujuan organisasi dan pemecahan masalah proses dan hasil kerja karyawan. Selain itu perlu adanya peningkatan kemandirian dalam pengambilan keputusan terkait dengan tugas/pekerjaan setiap karyawan.,3) kebijakan pengembangan motivasi berprestasi dapat dilakukan dengan meningkatkan dorongan kepada karyawan untuk lebih bersedia menghadapi tantangan pekerjaan yang lebih tinggi dengan pemberian *reward* yang lebih baik serta dengan peningkatan kompetensi pegawai melalui berbagai pelatihan relevan dan/atau meninjau kembali penempatan pegawai, sehingga diperoleh kesesuaian antara jabatan dengan kemampuan dan latar belakang pendidikan karyawan. Selain itu, perlu adanya penyamaan persepsi karyawan tentang keterkaitan resiko kerja dengan penciptaan ide/gagasan strategi penyelesaian kerja yang lebih efektif dan efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmaddien, Iskandar, 2019. Statistika Terapan Dengan Sistem SPSS. Bandung : ITB Press
- Bhima Nata Hadi Surya, 2018. Pengaruh Motivasi Berprestasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Lingkungan Kerja Sebagai Variabel Moderating Pada Kanwil Kementerian Agama Daerah Istimewa Yogyakarta. Yogyakarta : Universitas Islam Indonesia.
- D. Aditya, K. Ardana, 2016. Pengaruh Iklim Organisasi, Kepemimpinan Transformasional, Self Efficacy Terhadap Perilaku Kerja Inovatif. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No. 3, 2016.
- Eko. Widodo Suparno, 2018. Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Ghozali. Imam, 2018. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- K. Basuki, 2019. Hubungan Modal Psikologis Dan Perilaku Inovatif. Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019.
- K. Widiyanti, D. Sawitri, 2018. Hubungan Antara Iklim Organisasi Dengan Perilaku Inovatif Pada Karyawan Final Assay Divisi Produksi PT. Hartono Istana Teknologi Sayung Demak. Jurnal Empati, Januari 2018, Volume 7 (Nomor 1), Halaman 406-411.
- Kasmir, M.M., 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- Marwansyah, 2019. Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung : Alfabeta cv.
- Mochammad Triswanda Asyari, 2018. Hubungan Antara Iklim Organisasi Dengan Perilaku Inovatif Pada Karyawan Bagian Pemasaran PT. IndoBismar Surabaya. Surabaya : Universitas Negeri Sunan Ampel.
- Oktaviani. J., 2018. Kerangka Penikiran dan Hipotesis. E-Jurnal, Vol. 51 No.1, 2018.
- Pos Indonesia (2021). Visi dan Misi PT Pos Indonesia. Diakses 25 Juni 2021 dari <https://www.posindonesia.co.id/id/content/visi-misi-tujuan-dan-tata-nilai>
- Pos Indonesia (2021). Profil Perusahaan . Diakses 25 Juni 2021 dari <https://www.posindonesia.co.id/id/content/sejarah-pos>
- Ratna Yulia Dewi, 2020. Pengaruh Beban Kerja Dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara Bandung II. Bandung: Universitas Sangga Buana YPKP.
- Reddiyannor. Ahmad, 2018. Pengaruh Motivasi Berprestasi Terhadap Perilaku Inovatif Pada FotoGrafer. Malang : Universitas Muhammadiyah Malang.
- Risalatil Laeli, 2017. Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Pada Perilaku Inovatif Melalui Berbagai Pengetahuan Dan Iklim Organisasi Sebagai Variabel Mediasi Pada Karyawan PT. Semarang Intermedia Pers. Semarang : Universitas Negeri Semarang.
- S. Hadi, A. Putra, Rahayu Mardikaningsih, 2020. Pengaruh Perilaku Inovatif dan Keterlibatan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. Jurnal Baruna Horizon Vol. 3, No. 1, Juni 2020.
- Sugiyono, 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, 2018. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung : Alfabeta.
- Top Brand Award (2021). Top Brand Index layanan jasa kurir 2021. Diakses 16 Mei 2021 dari https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=Pos%20indonesia.

JEMPER (Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan)

<http://jurnal.usbykp.ac.id/index.php/jemper>

JUDUL DITULIS DALAM BAHASA INDONESIA (MAKSIMAL 12 KATA) DAN BAHASA INGGRIS (MAKSIMAL 10 KATA) ← 14PT, BOLD

Nama Penulis¹ ← 11pt, bold

Instansi penulis ← 11pt, italic

Email penulis ← 11pt, regular

Nama Penulis² ← 11pt, bold

Instansi penulis ← 11pt, italic

Email penulis ← 11pt, regular

Abstract ← 12pt, bold italic

Abstract should be prepared in Bahasa Indonesia (translated from abstract in English) and English. The abstract should be clear, concise, and descriptive. Abstract should provide a brief introduction of the problem, research objectives, research method, result, and a brief summary of results. Abstract written in 10pt, Times New Roman and justify. Abstract consists of 100-150 words in a paragraph.

Keywords: 3-5 keywords, 10 pt, Times New Roman, justify, bold, italic

Abstrak ← 12pt, bold

Abstrak ditulis dalam Bahasa Indonesia (di terjemahkan dari abstrak dalam Bahasa Inggris) dan bahasa Inggris. Abstrak harus jelas, ringkas, dan deskriptif. Abstrak berisi pendahuluan singkat mengenai permasalahan, tujuan dari paper, metode riset, hasil, dan simpulan singkat dari hasil penelitian. Abstrak ditulis dalam 10pt, Times New Roman, dan justify. Abstrak terdiri atas 100-150 kata dalam sebuah paragraf.

Kata kunci: 3-5 kata kunci, 10 pt, Times New Roman, justify, bold, not italic



Ditentukan Oleh Tim Redaksi

JEMPER (Jurnal Ekonomi
Manajemen Perbankan)
Volume.....
Nomo r.....
Halaman
Bandung,

p-ISSN : 2655 - 2922

Tanggal Masuk :

.....
Tanggal Revisi :

.....
Tanggal Diterima :

.....
.....

PENDAHULUAN

Pendahuluan menjelaskan tentang latar belakang penelitian, tujuan penelitian, dan kontribusi penelitian. Kontribusi penelitian menjelaskan tentang kesenjangan penelitian (research gap) dan bagaimana penelitian ini memberikan kontribusi dalam mengisi kesenjangan penelitian. Pendahuluan tidak terdiri dari sub judul.

LITERATUR

Bagian ini memuat literatur-literatur yang relevan terkait dengan penelitian dan pengembangan hipotesis yang diajukan. Bagian ini juga membahas secara ringkas teori yang digunakan untuk menggambarkan hubungan antar konsep (disajikan dalam sub judul) dan hubungan antar konsep tersebut disajikan dalam bentuk gambar kerangka konseptual.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ditulis dalam bentuk paragraf mengalir (tidak dibuat numbering). Metode penelitian Memaparkan tentang desain penelitian yang digunakan (metode, jenis data, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, variabel dan pengukuran variabel).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Memaparkan hasil penelitian dan temuan-temuan dilapangan yang ditulis dengan sistematis, kemudian dilakukan analisis secara kritis, dan disajikan secara informatif. penggunaan tabel, gambar dsb hanya sebagai pendukung yang memperjelas pembahasan dan dibatasi hanya pada pendukung yang benar-benar substantial, misalnya tabel hasil pengujian statistik, gambar hasil pengujian model dsb. pembahasan hasil bersifat argumentatif menyangkut relevansi antara hasil, teori, penelitian terdahulu dan fakta empiris yang ditemukan, serta menunjukkan kebaruan temuan yang dituliskan dalam paragraf mengalir

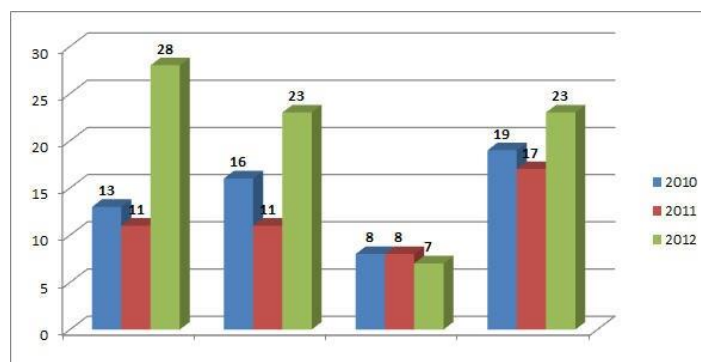
Setiap tabel pada naskah artikel dilengkapi dengan sumber tahun pengolahan data penelitian.

Contoh Tabel (Table 1. Format)

Column 1	Column 2	Column 2	Column 2
Abcde1	0.xxx	0.xxx1	0.xxx2
Abcde2	0.yyyy	0.yyyy1	0.yyyy2
Abcde3	0.zzz	0.zzz1	0.zzz2
Abcde4	0.aaaa	0.aaaa1	0.aaaa2

Sumber : Data diolah (2017)

Setiap gambar pada naskah artikel dilengkapi dengan sumber tahun pengolahan data penelitian.



Contoh Gambar (Figure 1. Sample figure)

SIMPULAN

Memaparkan kesimpulan akhir yang dituliskan dengan singkat dan jelas, menunjukkan kejelasan sumbangan temuan, pencetusan teori baru dan kemungkinan pengembangan penelitian yang bisa dilakukan kedepannya. Implikasi penelitian baik secara teoritis maupun praktis yang dituliskan dalam paragraf mengalir.

DAFTAR PUSTAKA

Each manuscript must include a reference list containing only the quoted work and should using the Mendeley tool. Each entry should contain all the data needed for unambiguous identification. With the author-date system, use the following format recommended by APA (American Psychological Association).
--

Penulisan daftar pustaka mengaju pada format atau standar APA Style Buku/karangan ilmiah:

(i) Penulis Tunggal (*Single Author*):

Nama akhir penulis (*Author last name*), Inisial pertama penulis (*Author First Initial*). (*Publication Year*). *Title of book*. Place: Publisher.

Tuanakotta, Theodorus M., 2014. *Mendeteksi Manipulasi Laporan Keuangan*. Penerbit: Salemba Empat, p. 523-527.

Jones, Charles, P. (2014). *Invesments. Principle and Concepts. Tewelft Edition. International Student Version*. Singapore : John Wiley & Son Singapore.

(ii) *Multiple Authors or Edited Work*:

Nama akhir penulis (First Author last name), Inisial pertama nama penulis (First Author First Initial) & Nama akhir penulis kedua (Second Last Name), inisial pertama penulis kedua (Second Author First Initial). (*Publication Year*). *Title of book*. Place: Publisher.

Arens, Alvin A., Randal J.Elder and Mark S.Beasley, 2008. *Auditing Dan Jasa Assurance: Pendekatan Terintegrasi Edisi Keduabelas(Jilid 1)*. Penerbit: Erlangga, p. 429-462.

Jurnal Ilmiah:

(i) Jurnal Versi (*Print*)

Nama akhir penulis (Author last name), Inisial pertama penulis (*Author First Initial*). Inisial Kedua Penulis (*Author Second Initial*). (*Publication Year*). Title of article. *Title of Journal*. *volume(issue) (if issue numbered), pages*.

Umar, Haryono, (2016). *Corruption The Devil*. Penerbit: Universitas Trisakti, Jakarta.
Utaminingsih, Nanik Sri dan Susmita Ardiyani, 2015. Analisis *Determinan Financial Statement* Melalui Pendekatan *Fraud Triangle*. *Accounting Analysis Journal*, Vol. 4, No. 1: 1-10.

Zain, Mustafa M, Nooraslinda A.A, Siti Maznah M.A, Rohana O, 2015. *Fraudulent Financial Statement Detection Using Statistical Techniques: The Case Of Small Medium Automotive Enterprise*. *The Journal Of Applied Business Research*, Vol. 31, No. 4: 38-42.

(ii) Jurnal Versi Elektornik (Electronic - without DOI)

Nama akhir penulis (*Author last name*), Inisial pertama penulis (*Author First Initial*). Inisial Kedua Penulis (*Author Second Initial*). (*Publication Year*). Title of article. *Title of Journal. volume(issue) (if issue numbered)*, pages. Retrieved from (*database name or URL*).

Suzanne M. Carter¹ and Charles R. Greer (2013). *Strategic Leadership: Values, Styles, and Organizational Performance. Journal of Leadership & Organizational Studies* 20(4) 375– 393 © Baker College 2013 DOI: 10.1177/1548051812471724. jlo.sagepub.com.

Anis Khedhaouria Arshad Jamal (2015). *Sourcing knowledge for innovation: knowledge reuse and creation in project teams. Journal of Knowledge Management*, Vol. 19 Iss 5 pp. 932 – 948 Permanent link to this document: <http://dx.doi.org/10.1108/JKM-01-2015-0039>.

Publikasi Dalam Konfrensi Atau Seminar (*Published Conference Paper*)

(i) Print

Nama akhir penulis (*Author last name*), Inisial pertama penulis (*Author First Initial*). Inisial Kedua Penulis (*Author Second Initial*). (Tahun publikasi/*Publication Year*). Judul Makalah (*Title of the paper*). Nama Editor (*In Editor First Initial*). *Editor Second Initial. Editor Last Name (Ed.)*, *Title of Conference Proceedings* (pp. pages). *Place: Publisher*.

Tessa G, Chynthia., Puji Harto, 2016. *Fraudulent Financial Reporting: Pengujian Teori Fraud Pentagon Pada Sektor Keuangan dan Perbankan Di Indonesia. Simposium Nasional Akuntansi XIX Lampung*, p. 1-21.

Pramuka, Bambang Agus dan Muh. Arief Ujiyantho, 2007. *Mekanisme Corporate Governance, Manajemen Laba Dan Kinerja Keuangan (Studi Pada Perusahaan Go Publik Sektor Manufaktur). Simposium Nasional Akuntansi X UNHAS Makasar* 26-28 Juli 2007, p. 1-26.

(ii) Electronic- with DOI

Nama akhir penulis (*Author last name*), Inisial pertama penulis (*Author First Initial*). Inisial kedua penulis (*Author Second Initial*). (Tahun Publikasi/*Publication Year*). Judul Makalah (*Title of the paper*). Nama Editor (*In Editor First Initial*). *Editor Second Initial. Editor Last Name (Ed.)*, *Title of Conference Proceedings* (pp. pages). doi: *number*

Skripsi, tesis, disertasi yang tidak dipublikasikan (*Unpublished Thesis or Dissertation*)

(i) Print

Author last name, Author First Initial. Author Second Initial. (Publication Year). Title of thesis. (Unpublished doctoral dissertation / Unpublished master's thesis). University Name, Location.

Statement Fraud) Dengan Menggunakan Beneish Ratio Index Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2011. Skripsi Fakultas Ekonomi Jurusan Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta, p. 1-123.

Budiman, J. 2012. Pengaruh Karakter Eksekutif terhadap Penghindaran Pajak (*Tax Avoidance*). Tesis. Universitas Gadjah Mada.

Zulma, G., W., M. 2015. Pengaruh Kompensasi Manajemen terhadap Penghindaran Pajak dengan *Corporate Governance* dan Kepemilikan Keluarga sebagai Moderasi. Tesis. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia.

Foster Bob (2005). Pengaruh Kinerja Bauran Penjualan Eceran dan Hubungan Pelanggan Terhadap Ekuitas Merek Serta Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing dan Loyalitas Pelanggan. Disertasi. Universitas Padjdjaran Bandung.

(ii) *Electronic*

Author last name, Author First Initial. Author Second Initial. (Publication Year). Title of thesis. (Doctoral dissertation / master's thesis). Available from: (database name or url). (If available from ProQuest: UMI No. 12-12345)

Dokumen resmi pemerintah yang bersumber dari ketentuan perundangan-undangan Republik Indonesia (*Government Document*)

(i) *Print*

Country/State/Country/Municipality. Name of Issuing Agency. (Publication year). Title of document. (additional identifying information – document number, Congress number, etc.). Place: Publisher.

Indonesia (2005). Undang-undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2005 Tentang Guru dan Dosen. Jakarta : Menteri Hukum dan Hak asasi manusia

(ii) *Electronic*

Country/State/Country/Municipality. Name of Issuing Agency. (Publication year). Title of document. (additional identifying information – document number, Congress number, etc.). Retrieved from: (URL).

TENTANG APA (*MORE ABOUT APA*):

<https://owl.english.purdue.edu/owl/resource/560/10>