



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROSIDING SEMINAR NASIONAL

JAMBI ECONOMICS BUSINESS & ACCOUNTING
CONFERENCE JEBAC 2020

JAMBI, 08 NOVEMBER 2020

URGENSI TEKNOLOGI INFORMASI BAGI PERGURUAN TINGGI
DAN PRAKTIK BISNIS DALAM ERA PANDEMI



PENYELENGGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JAMBI

Prosiding Seminar Nasional

JAMBI ECONOMICS BUSINESS & ACCOUNTING CONFERENCE (JEBAC 2020)

**URGENSI TEKNOLOGI INFORMASI BAGI PERGURUAN TINGGI
DAN PRAKTIK BISNIS DALAM ERA PANDEMI**

Hotel Aston, Jambi, 08 November 2020

Penyunting:

Dr. Ilham Wahyudi, SE, M.Si

Dr. Rico Wijaya, SE, MM

Candra Mustika, SE, MSi

Ade Perdana, SE, MM

Risky Hernando, SE, MSc

Reviewer:

Dr. H. Junaidi, SE, MSi

Dr. H. Syaparuddin, SE, MSi

Dr. Shofia Amin, SE, MSi

Dr. Drs. Syahmardi Yacob, MBA

Dr. Engar Diah Puspa Arum, SE, MSi, Ak. CA

Dr. Wira Lestari, SE, MSi

Dr. Nurida Isnaeni, SE, MSi

Dr. Rafiqi, S. Ag. MA

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JAMBI**

Prosiding Seminar Nasional

Jambi Economics Business & Accounting Conference (JEBAC) 2020

Urgensi Teknologi Informasi Bagi Perguruan Tinggi dan Praktik Bisnis Dalam Era Pandemi

Hotel Aston, Jambi, 08 November 2020

ISBN: 978-623-92349-5-9

Penyunting:

Dr. Ilham Wahyudi, SE, M.Si

Dr. Rico Wijaya, SE, MM

Candra Mustika, SE, MSi

Ade Perdana, SE, MM

Risky Hernando, SE, MSc

Reviewer:

Dr. H. Junaidi, SE, MSi

Dr. H. Syaparuddin, SE, MSi

Dr. Shofia Amin, SE, MSi

Dr. Drs. Syahmardi Yacob, MBA

Dr. Engar Diah Puspa Arum, SE, MSi, Ak. CA

Dr. Rafiqi, S. Ag. MA

Dr. Nurida Isnaeni, SE, MSi

Desain sampul dan tata letak

Candra Mustika, SE, M.Si

Penerbit

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi

Jalan Raya Jambi-Ma. Bulian KM.15 Kampus Mendalo Darat, Jambi

Telp. 0741-583317

Cetakan Pertama, November 2020

Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak (merekproduksi), mendistribusikan, atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku teks dalam bentuk apapun atau dengan cara apapun, termasuk fotokopi, rekaman, atau melalui metode (media) elektronik atau mekanis lainnya, tanpa izin tertulis dari penerbit, kecuali dalam kasus lain, seperti diwujudkan dalam kutipan singkat atau tinjauan penulisan ilmiah dan penggunaan non-komersial tertentu lainnya diizinkan oleh perundangan hak cipta.

PANITIA SEMINAR NASIONAL JEBAC 2020

Urgensi Teknologi Informasi Bagi Perguruan Tinggi dan Praktik Bisnis Dalam Era Pandemi

Hotel Aston, Jambi, 08 November 2020

STEERING COMMITTEE:

Prof. Drs. H. Sutrisno, M.Sc., Ph.D (Rektor Universitas Jambi)
Prof. Dr. Syamsurijal Tan, S.E., M.A (Rektor Universitas Muaro Bungo)
Dr. Junaidi, S.E., M.Si (Dekan FEB Universitas Jambi)
Dr. Syaparuddin, S.E., M.Si (Wakil Dekan I FEB Universitas Jambi)
Dr. Tona Aurora Lubis, S.E., MM (Ketua Program Magister Manajemen UNJA)

ORGANIZING COMMITTEE

Ketua Umum : Dr. Ilham Wahyudi ,.SE.,MSi
Wakil Ketua : Dr. Rico Wijaya.,SE.,MM
Sekretaris : Candra Mustika, SE.,MSi

Seksi Acara/Seminar

Ketua : Dr. Enggar Diah Puspa Arum, S.E, M.Si
Anggota : Dr.Etik Umiyati.,SE.,MSi
Dr. Yudi.,SE.,MSi
Dr. Musnaini.,SE.,MM
Rita Priyani.,SE.,MSi
Ade Perdana Siregar, S.E, M.M

Seksi Sekretariat

Ketua : Dr. Wira Lestari.,SE.,MSi
Anggota : Dwi Kurniawan.,SE.,MM
Risky Hernando, S.E, M.Sc.Ak, CA
Dwi Hastuti, S.E, M.Sc
Faradina.,SE.,MSi
Kamadi ,.SE.,MSc.Ak.CA

Sekretariat:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi
Jalan Raya Jambi-Ma.Bulian KM.15 Kampus Mendalo Darat, Jambi
Telp. 0741-583317

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT Alhamdulillah berkat kerjasama dan dukungan semua pihak Prosiding seminar nasional Jambi Economics Business & Accounting (JEBAC) Tahun 2020 dapat diselesaikan dengan baik berkat bantuan dan kerjasama panitia dan tentu saja ucapan Terima kasih kepada Bapak Rektor Universitas Jambi, Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Beserta Jajarannya para dosen dan pegawai serta mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Para Narasumber yang telah hadir, Terimakasih atas partisipasi Para peserta yang berasal dari Dosen dan Mahasiswa didalam Universitas Jambi dan dari Luar Universitas Jambi dan para praktisi baik dari pemerintahan maupun swasta, Mudah-mudahan Prosiding ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan atas segala kekurangan kami mohon maaf yang sebesar-besarnya.

KETUA PANITIA

Dr. Ilham Wahyudi Lubis., SE., MSi

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	
ANALISIS KOMPARATIF KESEJAHTERAAN PETANI MASA SEBELUM DAN SAAT PANDEMI COVID-19 DI INDONESIA	1
<i>Adi Putra, Nurdin</i>	
DIGINESIA: STRATEGI ESKALASI SDM INDONESIA BERBASIS DIGITAL DALAM RANGKA MENURUNKAN JUMLAH PENGANGGURAN	2
<i>Aditya Dwi Prayoga</i>	
PENGARUH PENGEMBANGAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP KINERJA SISTEM INFORMASI AKUNTANSI DENGAN KOMPLEKSITAS TUGAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI	3
<i>Agus Satrya Wibowo, Laili Wahyunita, Novita Mayasari Angelia, Indra Lukmana</i>	
MANAJEMEN AMIL PROFESIONAL DI LEMBAGA AMIL ZAKAT DANA PEDULI UMAT	4
<i>Akhmad Nur Zaroni, Norvadewi</i>	
PENGARUH PROFITABILITAS, UMUR PERUSAHAAN, UKURAN PERUSAHAAN, AUDIT TENURE, TERHADAP KETEPATAN WAKTU PENYAMPAIAN LAPORAN KEUANGAN PERUSAHAAN	5
<i>Almira Yumna Putri, Achmad Hizazi, Netty Herawaty</i>	
ANALISIS FAKTOR AGRESIVITAS PAJAK EFFECTIVE TAX RATE	6
<i>Amalia Indah Fitriana, Hendra Galuh Febrianto, Budi Rohmansyah</i>	
PENGARUH KETERSEDIAAN INFORMASI ONLINE TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN DOMESTIK	7
<i>Andang Fazri, Johannes Simatupang, Zulkifli Abdullah, Sumarni, Gerry Yuesa Rosyid, Yayuk Sriayudha</i>	
TINJAUAN PEMBERIAN RESTRUKTURISASI KREDIT DIMASA PANDEMI COVID-19	8
<i>Andi Rachman</i>	
PENGARUH PARTISIPASI PENYUSUNAN ANGGARAN TERHADAP KINERJA MANAJERIAL DENGAN KOMITMEN ORGANISASI DAN PENGETAHUAN MANAJEMEN BIAYA (STUDI PADA RSUD RADEN MATTABER JAMBI)	9
<i>Arief Prasetyo, Fadella Ramadhanty Eryadi</i>	
PENGARUH CORPORATE GOVERNANCE, INDEPENDENSI DAN KUALITAS AUDIT TERHADAP INTEGRITAS LAPORAN KEUANGAN	10
<i>Ayu Azizah, Afrizal, Rita Friyani</i>	

STRATEGI BERSAING INDUSTRI KECIL DENGAN MENGGUNAKAN ANALISA LIMA KEKUATAN PORTER DI SENTRASEPATU MEDAN DENAI	11
<i>Cut Nizma, Dina Arfianti Siregar</i>	
EVALUASI PENETAPAN ANGGARAN PENYELENGGARAAN KEGIATAN PROGRAM STUDI.....	12
<i>Edy Firza, Reni Yustien, Andi Mirdah</i>	
EFISIENSI BIAYA PEMUNGUTAN PAJAK KENDARAAN BERMOTOR PROVINSI JAMBI	13
<i>Edy Firza, Susfayetti, Istiqomah Malinda SB</i>	
FINANCIAL TECHNOLOGY DAN DAMPAKNYA TERHADAP UMKM DALAM MEMILIH JASA KREDIT BANK DI JAMBI	14
<i>Eka Julianti Efris Saputri, Fitri Chairunnisa</i>	
MODERNISASI SISTEM ADMINISTRASI PERPAJAKAN DAN SANKSI; STUDI KEOPATUHAN WAJIB PAJAK KPP SAMARINDA	15
<i>Erie Irianti, Muhammad Hendrawan, Zaki Fakhroni</i>	
PERAMALAN EKSPOR SEKTOR PERTAMBANGAN JAMBI DENGAN MODEL BOX-JENKINS ARIMA.....	16
<i>Eviyana Atmanegara, Aris Wijayanto</i>	
TRANSAKSI PIHAK BERELASI; KOMPENSASI MANAJEMEN KUNCI, KINERJA AKUNTANSI, DAN MULTIPLE LARGE SHAREHOLDER.....	17
<i>Gandy Wahyu Maulan Zulma, Fitri Chairunnisa</i>	
TINJAUAN TERHADAP MANFAAT INVESTASI PEMERINTAH INDONESIA DI LEMBAGA KEUANGAN INTERNASIONAL	18
<i>Hari Sugiyanto</i>	
PERILAKU KECURANGAN AKADEMIK : FRAUD TRIANGLE	19
<i>Hendi Eka Sumarga, Amalia Indah Fitriana, Hendra Galuh Febrianto</i>	
ANALISIS PELAYANAN PUBLIK DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT DI KOTA JAMBI.....	20
<i>Hendriyaldi</i>	
ECONOMIC RECOVERY IN THE COVID 19 PANDEMIC THROUGH CASH WAQF : THE NEW MODEL FOR PROGRAM PRIORITIZING	21
<i>Ifa Hanifia Senjiati, Ersu Tri Wahyuni</i>	
PRIORITAS PENYALURAN WAKTU UMI (WAKAF TUNAI UNTUK USAHA MIKRO) MENGGUNAKAN METODE AHP	22
<i>Ifa Hanifia Senjiati, Shohifah Nurfitri Sutrisna, Yola Else Ifghania Farras, Dewi Hairunnisa</i>	

PENGARUH PHILANTROPHY TERHADAP TOBIN'S Q DENGAN FREE CASH FLOW SEBAGAI VARIABEL INTERVENING	23
<i>Iin Elika, Zaki Fakhroni</i>	
PENGARUH LABA OPERASI, LABA BERSIH DAN LABA KOTOR DALAM MEMPREDIKSI ARUS KAS DI MASA MENDATANG PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) TAHUN 2016-2018	24
<i>Indra Lila Kusuma, Sumadi, Fatimah</i>	
DETERMINAN TINDAKAN TAX EVASION.....	25
<i>Isti Ulfani Dwi Lestari, Zaki Fakhroni, Muhammad Abadan Syakura</i>	
PENGARUH ENTERPRENEURSHIP TERHADAP PERKEMBANGAN UKM BARBERSHOP SAAT MASA PANDEMI COVID 19 DI JAMBI.....	26
<i>Isrokdin</i>	
PRODUCT DIFFERENTIATION, PRICE AND CUSTOMER LOYALTY	27
<i>Jouzar Farouq Ishak, Meidi Laurensia, Eliza Noviriani</i>	
PENGARUH TENUR, UKURAN KAP, SPESIALISASI AUDITOR DAN ROTASI AUDIT TERHADAP KUALITAS AUDIT	28
<i>Karni S Sihombing, Wiralestari, Ratih Kusumastuti</i>	
MITIGASI BENCANA PASCA GEMPA : PEMULIHAN EKONOMI DI MASA PANDEMIC COVID 19 : STUDI KASUS DI LOMBOK UTARA.....	29
<i>Kholil, N Afiah Ariani, A. Setiawan</i>	
KOMITMEN ORGANISASI MEMODERASI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KUALITAS LAPORAN KEUANGAN PEMERINTAH DAERAH KABUPATEN KAMPAR	30
<i>Mudrika, Suci Nurulita</i>	
PERSEPSI MASYARAKAT DESA WISATA LUBER TERHADAP ATRIBUT PENGEMBANGAN DAN PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN	31
<i>M. Arjun</i>	
ACTIVITY BASED COSTING METHOD DALAM PENENTUAN HARGA POKOK PRODUKSI PADA INDUSTRI BATIK DI KOTA JAMBI	32
<i>Muhammad Ridwan, Dios Nugraha Putra, Ratih Kusumastuti</i>	
PENGARUH PENGELUARAN PEMERINTAH BIDANG EKONOMI DAN PELAYANAN UMUM TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI PROVINSI JAMBI	33
<i>M. Zahari MS</i>	
PREDIKSI KONDISI FINANCIAL DISTRESS DENGAN MENGGUNAKAN LABA, ARUS KAS DAN LEVERAGE	34
<i>Neneng Sri Suprihatin, Margita Fiftilora</i>	

PENGARUH RASIO KEUANGAN TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN INVESTASI.....	35
<i>Neysha Augsilvia, Wiralestari, Ratih Kusumastuti</i>	
SOCIAL MAPPING, INDEKS DESA ZAKAT (IDZ) ON ZAKAT COMMUNITY DEVELOPMENT (ZDC) PROGRAM FOR OPTIMIZING ZAKAT EMPOWERMENT ..	36
<i>Nurida Isnaeni, Ridhwan, Sigit Indrawijaya</i>	
ANALISIS PENGARUH PANDEMI COVID-19 TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DENGAN UJI STATISTIK MC NEMAR	37
<i>Oeliestina</i>	
STRATEGI BISNIS UNTUK PEMULA SETELAH DI PHK (PEMUTUSAN HUBUNGAN KERJA).....	38
<i>Puput Siti Hijir</i>	
ANALISIS PERBANDINGAN KINERJA KEUANGAN PEMERINTAH KOTA JAMBI DENGAN KOTA SUNGAI PENUH TAHUN 2016-2018.....	39
<i>Ria Anggira, Muhammad Gowon, Rahayu</i>	
EVALUASI PENERAPAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN KEUANGAN DAERAH (SIMDA) PADA BADAN KEUANGAN DAERAH PROVINSI JAMBI.....	40
<i>Ridha Eka Putri</i>	
PERAN BADAN RESTORASI GAMBUT (BRG) SEBAGAI STIMULUS PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT	41
<i>Ryan Jekta Friza, Eka Julianti Efris Saputri</i>	
MANAJEMEN LABA DILIHAT DARI DIVERSITAS GENDER	42
<i>Sespi Jumaida, Arna Suryani</i>	
KESIAPAN SUMBER DAYA KERJA - RUMAH DAN KONFLIK KERJA KELUARGA PADA ERA PANDEMI COVID-19	43
<i>Shofia Amin, Zulfina Adriani, Siti Raudhoh</i>	
PENGARUH MOTIVASI DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI DI KANTOR CAMAT KECAMATAN SAROLANGUN	44
<i>Sri Hardiyanti</i>	
PENGAWASAN TRANSFER PRICING DOCUMENTATION UNTUK MENINGKATKAN KEPATUHAN PAJAK	45
<i>Supriyadi</i>	
ANALISIS PRODUKSI, PENDAPATAN, POLA KONSUMSI DAN KESEMPATAN KERJA (STUDI PAD INDUSTRI KECIL DAN KERAJINAN BATU BATA DAN BATIK DI KOTA JAMBI SEBELUM DAN MASA COVID-19)	46
<i>Syaparuddin, Iwan Putra</i>	
BAGAIMANA TATA KELOLA DAN PERILAKU BISNIS STAND CONTAINER?.....	47
<i>Tona Aurora Lubis</i>	

MENGAPA BUMDESA TIDAK AKTIF DI PROVINSI JAMBI?	48
<i>Tona Aurora Lubis, Firmansyah</i>	
INDEX PEMBANGUNAN MANUSIA BERPENGARUH TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI	49
<i>Veronica Nugraheni Sri Lestari, Dwi Cahyono, Nikolai Rezky Miftahurrachman</i>	
PENGARUH QUALITY OF PRODUCT, VARIETY SEEKING, DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP BRAND SWITCHING PRODUK KOSMETIK LIPSTIK LAIN KE LIPSTIK WARDAH (PERSPEKTIF WANITA DI KOTA JAMBI)	50
<i>Vinny Nurhidayah, Musnaini</i>	
DETERMINAN TRANSFER PRICING PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG LISTED DI BEI TAHUN 2016-2019.....	51
<i>Yetty Murni</i>	
KERAGAMAN MODA TRANSPORTASI MASYARAKAT KOTA JAMBI.....	52
<i>Junaidi, Yulmardi, Hardiani</i>	

FULL PAPER

Halaman

HUMAN RESOURCES MANAGEMENT IMPLEMENTATION IMPACT ON JOB SATISFACTION AND EMPLOYEE LOYALTY AN OVERVIEW	53
<i>Musnaini, Hadion Wijoyo, Jasmani, Denok Sunarsi, Irfan Rizka Akbar</i>	
PENGARUH ELEKTRONIK WORD OF MOUTH DAN DISCOUNT TERHADAP MINAT BELI DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA MARKETPLACE LAZADA INDONESIA	64
<i>Novita Sari</i>	
BAGAIMANA KUALITAS LAPORAN KEUANGAN DINAS PEKERJAAN UMUM DAN PENATAAN RUANG KABUPATEN TANJUNG JABUNG TIMUR?	79
<i>Sinta Olivia Supriady, Tona Aurora Lubis</i>	

ANALISIS KOMPARATIF KESEJAHTERAAN PETANI MASA SEBELUM DAN SAAT PANDEMI COVID-19 DI INDONESIA

Adi Putra¹⁾, Nurdin²⁾

^{1),2)}Universitas Muhammadiyah Jambi

Putra1020057502@gmail.com

oedin_69@yahoo.co.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kesejahteraan petani, serta bagaimana kondisi dan pengaruh Inflasi, Nilai Tukar Rupiah dan Harga Dasar Gabah terhadap Nilai Tukar Petani bahan pangan (NTPP) di Indonesia pada masa sebelum dan saat pandemi covid-19. Metode penelitian yang dipergunakan adalah metode kuantitatif deskriptif berupa sekunder berupa data time series, selanjutnya dilakukan analisis data melalui komparatif analisis dengan *Mann witney Tes*, serta uji pengaruh dengan *Ordinary least squares (OLS) regression*. Hasil penelitian didapatkan dimana secara rata-rata di masa pandemi Covid-19 tahun 2020, kondisi Inflasi membaik karena turun 0,13% dari nilai tahun 2019, nilai HDG juga membaik karena mengalami kenaikan Rp. 230,37/kg dari tahun 2019, kondisi Kurs mengalami pelemahan Rp.451,28 point dari tahun 2019 dan NTPP 2020 juga mengalami penurunan 1,27 point dari nilai tahun 2019. Hasil analisis komparatif dan analisis regresi juga menggambarkan adanya perbedaan kondisi saat pandemi covid-19, namun tidak ada pengaruh yang signifikan ketiga variabel tersebut terhadap NTPP di masa sebelum dan saat pandemi covid-19.

Kata Kunci : *Inflasi, Kurs, Harga Dasar Gabah, NTPP, Covid-19*

DIGINESIA: STRATEGI ESKALASI SDM INDONESIA BERBASIS DIGITAL DALAM RANGKA MENURUNKAN JUMLAH PENGANGGURAN

Aditya Dwi Prayoga¹⁾

¹⁾Departemen Manajemen, IPB University

aditya_prayoga@apps.ipb.ac.id

ABSTRAK

Masalah pengangguran telah menjadi akar permasalahan. Pada 2020 pengangguran di Indonesia mencapai 6,88 juta orang, meningkat 60 ribu orang dari tahun lalu. Salah satu penyebabnya adalah kualitas sumber daya Indonesia yang rendah. Berdasarkan data Human Capital Index, Indonesia hanya mendapat skor 0,53 yang artinya peluang pertumbuhan penduduk Indonesia hanya 53% selama akses pendidikan dan kesehatan berjalan dengan baik. Apalagi, saat ini dunia berada di era Revolusi Industri 4.0 dan tantangan yang dihadapi semakin besar. Sehingga dibutuhkan strategi khusus pemerintah untuk menjawab tantangan di Era Revolusi Industri 4.0. Tujuan penulisan makalah ini adalah (1) untuk mengidentifikasi masalah pengangguran di Indonesia, (2) menganalisis keterampilan apa yang dibutuhkan di era Revolusi Industri 4.0, (3) membangun program grand design strategi peningkatan kapabilitas sumber daya manusia yang berfokus pada keahlian digital. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif, Analisis Fishbone, Diagram Venn, dan Analisis Kebutuhan Pelatihan, melalui data sekunder yang diperoleh dari berita internet, jurnal nasional dan internasional, serta beberapa laporan tahunan yang dikeluarkan oleh World Economic Forum, OECD, dan laporan kinerja Kementerian Ketenagakerja, Badan Pusat Statistik (BPS), dan Bappenas.

Kata Kunci : *Pengangguran, Digital, Revolusi Industri 4.0*

**PENGARUH PENGEMBANGAN SISTEM INFORMASI
AKUNTANSI TERHADAP KINERJA SISTEM INFORMASI
AKUNTANSI DENGAN KOMPLEKSITAS TUGAS SEBAGAI
VARIABEL MODERASI
(STUDI EMPIRIS PADA BUMN DI KOTA PALANGKARAYA)**

**Agus Satrya Wibowo¹⁾ Laili Wahyunita²⁾ Novita Mayasari Angelia³⁾
Indra Lukmana⁴⁾**

¹⁾ Universitas Palangka Raya

^{2),3),4)} Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya

laili.wahyunita@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengembangan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Sistem Informasi Akuntansi Dengan Kompleksitas Tugas sebagai Variabel Moderasi. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuisioner dan *Google Form* sebagai pengumpulan data dan informasi, sampel dipilih dngan menggunakan metode purpuse sampling. Kriteria pemilihan sampel pada penelitian ini adalah perusahaan BUMN yang ada di Kota Palangka Raya dan pegawai atau karyawan yang menggunakan sistem informasi akuntansi di perusahaan BUMN yang ada di Kota Palangka Raya. Sampel yang diperoleh sebanyak 60 responden dari 20 perusahaan yang menjadi sampel penelitian. Metode statistik yang digunakan adalah Statistik Deskriptif, Uji Validitas, Uji Reliabilitas dan Uji Hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pengembangan Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja Sistem Informasi Akuntansi. Sedangkan Pengembangan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Sistem Informasi Akuntansi Dengan Kompleksitas Tugas Sebagai Variabel Moderasi berpengaruh secara signifikan.

Kata Kunci : *Pengembangan Sistem Informasi Akuntansi, Kinerja Sistem Informasi Akuntansi dan Kompleksitas Tugas*

MANAJEMEN AMIL PROFESIONAL DI LEMBAGA AMIL ZAKAT DANA PEDULI UMMAT KALIMANTAN TIMUR

Akhmad Nur Zaroni¹⁾, Norvadewi²⁾

^{1),2)}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Samarinda

akhmadnurzaroni@gmail.com

dewizaroni2001@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis implementasi pengelolaan amil di LAZ Dana Peduli Ummat (DPU) Kalimantan Timur. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif, dengan melakukan wawancara mendalam dengan Amil LAZ DPU Kaltim di Samarinda, Kutai Kartanegara, dan Balikpapan. Validitas data dilakukan dengan metode triangulasi, dan analisis data menggunakan model Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan manajemen amil di LAZ DPU Kalimantan Timur adalah: Dalam rekrutmen amil, dilakukan perencanaan SDM dan penetapan kriteria amil. Perjanjian kerja menerapkan penandatanganan fakta integritas. Untuk pembinaan dan pengembangan amil, diadakan pelatihan selama 3 bulan untuk amil baru, program SDB (Salam DPU Berkah) setiap pagi dini hari kerja, CURGAS (Talk of Ideas), Fiqh Zakat School, Training baik didalam maupun diluar. . Untuk penilaian kinerja menggunakan instrumen KPI (Key Performance Indicator) yang diaudit secara internal dan eksternal. Sedangkan kompensasi yang diberikan berupa gaji pokok, tunjangan makan, kesehatan, keluarga, transportasi dan bonus. Untuk memperkuat Sumber Daya Manusia diterapkan empat prinsip dasar, yaitu: prinsip Abdullah dan Khalifah, keadilan, tujuan organisasi dan tujuan individu sumber daya manusia, dan referensi karakter Nabi Muhammad: shiddiq, amanah, fathanah dan tabligh. Selain itu, pembinaan Amil juga didasarkan pada nilai-nilai: kafa'ah, amanah dan himmatul 'amal.

Kata Kunci : *Manajemen, Amil Profesional, LAZ Dana Peduli Umat Kalimantan Timur*

PENGARUH PROFITABILITAS, UMUR PERUSAHAAN, UKURAN PERUSAHAAN, AUDIT TENURE TERHADAP KETEPATAN WAKTU PENYAMPAIAN LAPORAN KEUANGAN PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN SUBSEKTOR TRANSPORTASI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2014-2018)

Almira Yumna Putri¹⁾, Achmad Hizazi²⁾, Netty Herawaty³⁾

^{1),2),3)}Universitas Jambi

almira.putri39@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris pengaruh profitabilitas, umur perusahaan, ukuran perusahaan, audit tenure terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan subsektor transportasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2014 – 2018. Metode pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu memilih sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu sesuai dengan yang dikehendaki oleh peneliti. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 25 perusahaan dengan pengamatan selama lima tahun sehingga terpilih sebanyak 125 data pengamatan. Data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan keuangan tahunan perusahaan yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI). Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif dan analisis regresi logistik. Software yang digunakan untuk pengolahan data adalah SPSS versi 22.0 for windows. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan hasil bahwa 1) profitabilitas, umur perusahaan, ukuran perusahaan, dan audit tenure secara simultan berpengaruh terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan perusahaan (2) umur perusahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan perusahaan (3) ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan perusahaan, dan (4) audit tenure secara parsial tidak berpengaruh terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan perusahaan.

Kata Kunci : *Profitabilitas, Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Audit Tenure, Dan Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan*

ANALISIS FAKTOR AGRESIVITAS PAJAK: *EFFECTIVE TAX RATE*

Amalia Indah Fitriana¹⁾, Hendra Galuh Febrianto²⁾, Budi Rohmansyah³⁾

^{1),2),3)} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Tangerang

amalia.indahfitriana@gmail.com

galuh2746@gmail.com

brohmansyah@umt.ac.id

ABSTRAK

Perusahaan LQ45 merupakan perusahaan – perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas dan kapitalisasi pasar yang tinggi. Karena ukurannya yang cukup besar, sehingga bagi perusahaan pajak dianggap sebagai biaya, sehingga perlu dilakukan usaha-usaha atau strategi-strategi tertentu untuk menguranginya. Ada banyak motivasi yang mendorong perusahaan untuk melakukan agresivitas pajak. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis analisis faktor agresifitas pajak yang terdaftar di LQ45, faktor dalam penelitian ini yaitu *Likuiditas*, *firm size*, komisaris independen dan Manajemen Laba yang bertujuan akhir merekomendasikan kebijakan bagi perusahaan untuk memperbaiki manajemen perusahaan LQ45 mengenai tindakan agresivitas pajak agar terhindar dari tindakan tersebut dan tidak terkena sanksi perpajakan. Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Analisis data dalam penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda pada laporan keuangan 35 perusahaan LQ45 dari tahun 2016 sampai 2018 dengan sampel sebanyak 105 sampel. Hasil penelitian ini likuiditas, Manajemen Laba, *firm size* dan komisaris independen berpengaruh terhadap agresivitas pajak ditunjukkan dengan nilai signifikan di bawah 0,05.

Kata Kunci : *Agresifitas Pajak, Likuiditas, Manajemen Laba, Firm Size dan Komisaris Independen*

PENGARUH KETERSEDIAAN INFORMASI ONLINE TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN DOMESTIK

**Andang Fazri¹⁾, Johannes Simatupang²⁾, Zulkifli Abdullah³⁾,
Sumarni⁴⁾, Gerry Yuesa Rosyid⁵⁾, dan Yayuk Sriayudha⁶⁾**

¹⁾⁻⁶⁾Universitas Jambi

ABSTRAK

Wisatawan domestik memiliki banyak pilihan objek wisata yang dapat dikunjungi di wilayah Jambi dan sekitarnya. Desa Jernih Jaya di kabupaten Kerinci memiliki objek wisata alam yang sangat unik dan indah yaitu Rawa Bento. Namun desa tersebut terletak di ujung barat Provinsi Jambi, perlu waktu dan biaya ekstra bagi wisatawan untuk berkunjung ke sana. Untuk itu Desa Jernih Jaya harus meyakinkan wisatawan bahwa kunjungan ke desa tersebut sangat berharga. Untuk mendukung keputusan calon pengunjung, selain mengandalkan berita dari mulut ke mulut, Desa Jernih Jaya harus menyediakan informasi yang dapat diakses secara online. Saat ini ada beberapa situs dan channel youtube baik yang disediakan secara resmi oleh Desa dan Bumdes Desa jernih Jaya maupun yang dibuat oleh travellers. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh informasi online tersebut terhadap keputusan wisatawan untuk mengunjungi Desa Jernih Jaya. Hasil menunjukkan bahwa sumber informasi utama wisatawan yang berkunjung ke Desa Jernih Jaya adalah saran dari mulut ke mulut (Word of Mouth), namun informasi online adalah sumber yang memperkuat minat wisatawan untuk datang.

Kata Kunci : *Informasi Online, Kabupaten Kerinci, Wisatawan Domestik, Word of Mouth*

TINJAUAN PEMBERIAN RESTRUKTURISASI KREDIT DIMASA PANDEMI COVID-19

Andi Rachman¹⁾

¹⁾Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi

andirach82@gmail.com

ABSTRAK

Wabah Pandemi Covid 19 membawa dampak lumpuhnya perekonomian nasional. Upaya pemerintah menghentikan penyebaran virus ini antara lain social distancing dan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang menyebabkan sektor usaha tidak berjalan normal sehingga pelaku usaha yang memiliki pinjaman atau kredit dibank akan kesulitan membayarkan kewajiban kredit mereka. Program Pemerintah melalui POJK Nomor11/POJK.03/2020 tentang Stimulus Perekonomian Nasional sebagai Kebijakan Countercyclical mengatur bahwa debitur mendapatkan perlakuan khusus. Kebijakan tersebut berdampak pada sektor perbankan. Penelitian ini bertujuan untuk melihat dampak yang ditimbulkan akibat pemberian restrukturisasi kredit dimasa pandemi Covid 19. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa kebijakan pemberian restrukturisasi kredit adalah hal yang sangat tepat pada masa pandemic Covid 19 ini membantu masyarakat yang mengalami kondisi keuangan yang tidak stabil dan dari perbankan sendiri mampu menjaga kualitas kredit atau NPL masih dalam kategori wajar.

Kata Kunci : *Covid 19, Kredit, Pandemi, Restrukturisasi*

PENGARUH PARTISIPASI PENYUSUNAN ANGGARAN TERHADAP KINERJA MANAJERIAL DENGAN KOMITMEN ORGANISASI DAN PENGETAHUAN MANAJEMEN BIAYA (STUDI PADA RSUD RADEN MATTATHER JAMBI)

Arief Prasetyo¹⁾, Fadella Ramadhanty Eryadi²⁾

^{1),2)}Pascasarjana Universitas Jambi

Arief88prasetyo@gmail.com

Fadellaramadhanty@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh partisipasi anggaran terhadap kinerja manajerial dengan komitmen organisasi dan pengetahuan manajemen biaya sebagai variabel moderasi di RSUD Raden Mattather Jambi. Penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh. Sampel penelitian ini adalah RSUD di Provinsi Jambi yang telah menerapkan PPK-BLUD yaitu RSUD Raden Mattather. Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 40 responden, dan kuesioner yang dapat digunakan hanya sebanyak 34. Pengolahan data menggunakan software SPSS 22.0. Sebelum pengujian hipotesis, dilakukan uji kualitas instrumen dan uji asumsi klasik. Hasil pengujian kualitas instrumen yang terdiri dari uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan adalah valid dan reliabel. Hasil pengujian asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas data dan uji multikolinearitas, menunjukkan bahwa semua data telah memenuhi syarat. Secara parsial, hanya variabel partisipasi anggaran yang berpengaruh terhadap kinerja manajerial, sedangkan variabel komitmen organisasi dan pengetahuan manajemen biaya tidak mampu memoderasi pengaruh partisipasi anggaran terhadap kinerja manajerial.

Kata Kunci : *Partisipasi Anggaran, Kinerja Manajerial, Komitmen Organisasi, Pengetahuan Manajemen Biaya, SPSS 22.0*

PENGARUH CORPORATE GOVERNANCE, INDEPENDENSI DAN KUALITAS AUDIT TERHADAP INTEGRITAS LAPORAN KEUANGAN

Ayu Azizah¹⁾, Afrizal²⁾, Rita Friyani³⁾

^{1),2),3)}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi

ayuaazizah554@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *corporate governance* yang diproksikan dengan kepemilikan institusional, komisaris independen, komite audit, kepemilikan manajerial dan pengaruh independensi dan kualitas audit terhadap integritas laporan keuangan secara simultan dan parsial. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dan diperoleh 25 perusahaan dengan periode penelitian tahun 2014-2018. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan software SPSS versi 21 for Windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan institusional, komisaris independen, komite audit, kepemilikan manajerial, independensi dan kualitas audit secara simultan berpengaruh terhadap integritas laporan keuangan. Sedangkan secara parsial kepemilikan institusional, komite audit, kepemilikan manajerial, kualitas audit tidak berpengaruh terhadap integritas laporan keuangan. Komisaris independen dan independensi berpengaruh terhadap integritas laporan keuangan.

Kata Kunci : *Kepemilikan Institusional, Komisaris Independen, Komite Audit, Kepemilikan Manajerial, Independensi, Kualitas Audit, Integritas Laporan Keuangan.*

STRATEGI BERSAING INDUSTRI KECIL DENGAN MENGUNAKAN ANALISA LIMA KEKUATAN PORTER DI SENTRASEPATU MEDAN DENAI

Cut Nizma¹⁾, Dina Arfianti Siregar²⁾

^{1),2)} Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Medan

cutnizmapolmed@gmail.com

dina.arfianti@yahoo.com

ABSTRAK

Pada era globalisasi ini industri banyak menghadapi persaingan. Salah satunya adalah industri sepatu kecamatan Denai, yang merupakan sebuah pusat kawasan industri kecil yang terdapat di kota Medan. Di kecamatan Denai ini terdapat berbagai macam industri kecil, dan industri yang paling berkembang adalah industri sepatu. Hasil kerajinan sepatu yang diproduksi kualitasnya sudah terkenal di pasar lokal hingga luar Sumatera Utara, sehingga bermunculan industri sepatu di luar sentra sepatu Denai mengakibatkan timbulnya persaingan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi bersaing yang dilakukan saat ini dan strategi bersaing yang tepat bagi industri kecil sepatu di sentra sepatu Kecamatan Denai, Medan dengan menggunakan lima kekuatan Porter yaitu persaingan antar perusahaan sejenis, ancaman pendatang baru, kekuatan tawar pemasok, daya tawar pembeli, dan ancaman produk substitusi. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan focus group discussion. Jumlah informan dalam penelitian ini sebanyak 5 orang. Data yang didapat kemudian diuji keabsahan datanya dengan menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persaingan antar perusahaan sejenis dalam industri tergolong rendah, ancaman pendatang baru rendah, dan kekuatan tawar pemasok rendah, daya tawar pembeli yang tergolong kuat, ancaman produk substitusi kuat.

Kata Kunci : *Strategi Bersaing, Industri Kecil, Analisa Porter*

EVALUASI PENETAPAN ANGGARAN PENYELENGGARAAN KEGIATAN PROGRAM STUDI

Edy Firza¹⁾, Reni Yustien²⁾, Andi Mirdah³⁾

^{1),2),3)}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi

edyfirza@gmail.com

ABSTRAK

Undang-undang telah mengamanatkan untuk menetapkan proses penganggaran dengan penilaian kewajaran atas belanja dan beban kerja suatu kegiatan. Pengelolaan keuangan secara efisien dan ekonomis merupakan tujuan dari proses penganggaran yang berbasis kinerja dimana salah satu indikatornya adalah analisa standar belanja (ASB). Program Diploma III memiliki tiga program studi dengan jumlah mahasiswa yang berbeda. Akan tetapi dalam penyelenggaraan kegiatan prodi memperoleh anggaran yang sama. Peneliti mengevaluasi penyelenggaraan anggaran atas kegiatan program studi dengan menetapkan satu standar atau plafon sehingga proses penganggaran lebih transparan. Penetapan standar atau plafon penyelenggaraan kegiatan prodi menggunakan data sekunder berupa data laporan penyelenggaraan kegiatan prodi minimal tiga tahun terakhir. Data diolah menggunakan regresi sederhana dan statistik deskriptif. Hasil penelitian diperoleh standar/plafon penyelenggaraan kegiatan prodi dengan standar biaya: Total Belanja Kegiatan Prodi = Rp624.794 + Rp69.403 per mahasiswa. Anggaran penyelenggaraan prodi yang saat ini masih berada dibawah standar perhitungan dengan menggunakan ASB.

Kata Kunci : *Analisis Standar Belanja (ASB), Kegiatan Prodi*

EFISIENSI BIAYA PEMUNGUTAN PAJAK KENDARAAN BERMOTOR PROVINSI JAMBI

Edy Firza¹⁾, Susfayetti²⁾, Istiqomah Malinda SB³⁾

^{1),2)}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi

³⁾Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi

edyfirza@gmail.com

ABSTRAK

Pajak masih menjadi primadona pendapatan Negara begitu juga di daerah. Sumber utama pendapatan asli daerah (PAD) masih bersumber dari pajak kendaraan bermotor (PKB). Telah banyak penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang berkaitan dengan optimalisasi PKB agar pemerintah daerah dapat meningkatkan PAD. Disisi lain, peningkatan PAD berimplikasi pada peningkatan biaya pemungutan pajak. Peneliti mengalisis lebih dalam tentang efisiensi biaya pemungutan PKB. Hasil penelitian dalam bentuk standar atau plafon biaya pemungutan pajak sehingga PAD yang sama atau meningkat tidak diiringi dengan peningkatan biaya pemungutan pajak tersebut. Data primer dan sekunder digunakan dalam penelitian ini dan akan diolah menggunakan regresi sederhana dan statistik deskriptif. Standar atau plafon biaya pemungutan PKB diharapkan dapat menjadi acuan pemerintah daerah untuk mengaplikasikan dalam sistem. Hasil penelitian diperoleh bahwa standar/plafon biaya pemungutan PKB: $\text{Rp}3.759.347.250 + \text{Rp}8.309$ per kendaraan bermotor. Biaya pemungutan PKB Prov. Jambi telah efisien dibandingkan dengan standar/palfon dengan metode analisa standar belanja (ASB).

Kata Kunci : *Pendapatan Asli Daerah, Pajak Kendaraan Bermotor*

FINANCIAL TECHNOLOGY DAN DAMPAKNYA TERHADAP UMKM DALAM MEMILIH JASA KREDIT BANK DI JAMBI

Eka Julianti Efris Saputri¹⁾, Fitri Chairunnisa²⁾

¹⁾Universitas Adiwangsa Jambi

¹⁾Universitas Jambi

ekajuliantiefrissaputri@gmail.com

fchair85@gmail.com

ABSTRAK

Fintech mendukung implementasi aplikasi elektronik, salah satunya akses inklusi keuangan, ini terbukti dari meningkatnya inklusi keuangan di Indonesia salah satunya di Kota Jambi. Sampai tahun 2018 perkembangan baki debit kredit bank yang ada di Indonesia terus meningkat. Dengan hadirnya perusahaan fintech di Indonesia, terdapat beberapa UMKM yang ditemui mengaku mengajukan kredit selain menggunakan jasa kredit bank yaitu aplikasi yang diluncurkan oleh perusahaan Fintech. Dengan Financial Technology sebagai variable moderating. Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuisioner dan melakukan wawancara terhadap koresponden. Dengan menggunakan regresi logistik, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi UMKM dalam memilih jasa kredit bank di Kota Jambi dengan Financial Technology sebagai variable moderating. Hasil nya hanya beberapa faktor yang mempengaruhi UMKM dalam memilih jasa kredit bank di jambi.

Kata Kunci : *Bank, Layanan Bank, Kredit Bank; Teknologi Keuangan; Fintech; UMKM*

MODERNISASI SISTEM ADMINISTRASI PERPAJAKAN DAN SANKSI: STUDI KEPATUHAN WAJIB PAJAK KPP SAMARINDA

Erie Irianti¹⁾, Muhammad Hendrawan²⁾, Zaki Fakhroni³⁾

^{1),2),3)}Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman

Zaki.fakhroni@feb.unmul.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang modernisasi sistem administrasi perpajakan dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak di KPP Pratama Samarinda. Data penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari kuisioner yang diberikan kepada wajib pajak pribadi dan badan yang terdaftar di KPP Pratama Samarinda. Jumlah kuisioner yang disebar sebanyak 500 kuisioner, dan kuisioner yang dapat di olah sebanyak 483 kuisioner. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah purposive sampling. Data di analisis menggunakan WarpPLS 6.0. Hasil dari penelitian ini adalah modernisasi sistem administrasi perpajakan dan sanksi perpajakan berpengaruh positif signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak di KPP Pratama Samarinda.

Kata Kunci : *Modernisasi sistem perpajakan, sanksi perpajakan, kepatuhan wajib pajak*

PERAMALAN EKSPOR SEKTOR PERTAMBANGAN JAMBI DENGAN MODEL BOX-JENKINS ARIMA

Eviyana Atmanegara¹⁾, Aris Wijayanto²⁾

^{1),2),3)}Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi

eviyanaatmanegara@gmail.com

ariswijayanto@gmail.com

ABSTRAK

Sektor Pertambangan memberikan kontribusi paling besar bagi kegiatan ekspor di Provinsi Jambi. Nilai ekspor Sektor Pertambangan meningkat pada tahun 2017 dan 2018. Namun sejak 2019 nilai ekspor sektor ini menurun. Penurunan ekspor tersebut akan berdampak negatif terhadap perekonomian di Provinsi Jambi. Oleh karena itu, perlu diramalkan bagaimana perkembangan nilai ekspor Sektor Pertambangan pada periode mendatang. Peramalan dilakukan terhadap data *time series* dengan menggunakan metode Box-Jenkins ARIMA. Model peramalan yang dihasilkan dapat digunakan sebagai *early warning* dalam pengambilan kebijakan terkait ekspor pada periode yang akan datang. Model terbaik nilai ekspor Sektor Pertambangan Provinsi Jambi yaitu IMA (1,3). Diramalkan nilai ekspor sektor tersebut menurun 48,57% pada tahun 2020. Dan sedikit meningkat pada tahun 2021 yaitu sebesar 1,53 persen.

Kata Kunci : *Ekspor, Time Series, ARIMA*

TRANSAKSI PIHAK BERELASI: KOMPENSASI MANAJEMEN KUNCI, KINERJA AKUNTANSI, DAN MULTIPLE LARGE SHAREHOLDER

Gandy Wahyu Maulan Zulma¹⁾, Fitri Chairunnisa²⁾

^{1),2)}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah beberapa pemegang saham terbesar dalam perusahaan (multiple large shareholders) dapat mempengaruhi hubungan antara kinerja akuntansi dan kompensasi manajemen. Penelitian ini menggunakan bentuk data panel seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (kecuali industri keuangan dan pertambangan) dengan periode penelitian 2017-2019 . Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja akuntansi berpengaruh positif terhadap tingkat kompensasi manajemen. Kemudian keberadaan pemegang saham terbesar kedua yang memiliki lebih dari 10% saham terbukti dapat memperlemah pengaruh positif antara kinerja akuntansi dan kompensasi manajemen. Hasil penelitian ini dapat menjadi literatur tambahan di bidang akuntansi keuangan dan tata kelola perusahaan, serta bagi para praktisi di Indonesia bahwa jika suatu perusahaan memiliki fungsi pengendalian yang baik dari beberapa pemegang saham terbesar, maka dapat mengurangi diskresi oportunistik dari manajemen.

Kata Kunci : *Kompensasi Manajemen, Kinerja Perusahaan, Multiple Large Shareholders*

TINJAUAN TERHADAP MANFAAT INVESTASI PEMERINTAH INDONESIA DI LEMBAGA KEUANGAN INTERNASIONAL

Hari Sugiyanto¹⁾

¹⁾Politeknik Keuangan Negara STAN

hari.sugiyanto@pknstan.ac.id

ABSTRAK

Investasi pemerintah adalah penempatan sejumlah dana dan/atau barang untuk memperoleh manfaat ekonomi seperti bunga, dividen, dan royalti, atau manfaat sosial sehingga dapat meningkatkan kemampuan pemerintah dalam rangka pelayanan kepada masyarakat. Dalam laporan keuangan pemerintah pusat, pembayaran kewajiban kepada Lembaga Keuangan Internasional dimasukkan sebagai penanaman modal permanen (investasi permanen) pemerintah. Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis investasi pemerintah pada lembaga keuangan internasional dan manfaat investasi tersebut. Penelitian dilakukan dengan analisis wacana terhadap fenomena investasi pemerintah pada lembaga keuangan internasional. Berdasarkan pengamatan terhadap data pendapatan Negara bukan pajak pada pemerintah pusat, dalam kurun waktu tahun 2004 sampai dengan tahun 2019 penanaman modal pemerintah tersebut tidak menghasilkan pendapatan dalam bentuk dividen, bunga, atau bentuk pendapatan lainnya. Berdasarkan nota keuangan pemerintah tahun 2020, pemerintah memperoleh manfaat sosial dari penanaman modal tersebut. Pemerintah disarankan untuk meninjau kembali pencatatan pembayaran iuran kepada Lembaga Keuangan Internasional tersebut dari investasi permanen ke beban, mengingat tidak ada pendapatan dividen, bunga atau lainnya yang diperoleh pemerintah.

Kata Kunci : *Investasi, Manfaat Ekonomi, Manfaat Sosial*

PERILAKU KECURANGAN AKADEMIK : FRAUD TRIANGLE

Hendi Eka Sumarga¹⁾, Amalia Indah Fitriana²⁾, Hendra Galuh Febrianto²⁾

^{1),2),3)} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Tangerang

hendi_es@yahoo.co.id
amalia.indahfitriana@gmail.com
galuh2746@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeteksi kecurangan akademik dengan analisis fraud Triangle melalui tekanan, kesempatan dan rationalization dengan tujuan akhir merekomendasikan kebijakan untuk memperbaiki manajemen perguruan tinggi yang sesuai dinamika perubahan jaman. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan desain penelitian deskriptif eksploratif karena penelitian ini akan mendeskriptifkan bentuk – bentuk kecurangan akademik (fraud academic) yang dilakukan pada mahasiswa Program Studi Manajemen di Universitas Muhammadiyah Tangerang. Dalam pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan metode purposive sampling. Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah model regresi linear berganda dengan bantuan SPSS. Sampel Penelitian sebanyak 90 mahasiswa. Hasil penelitian ini Tekanan, Kesempatan dan Rasionalisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap fraud akademik. bentuk kecurangan yang sering terjadi titip absen, bertanya/berdiskusi dengan teman, membawa catatan kecil pada saat ujian, menggunakan alat bantu teknologi, memberi contekan atau melihat jawaban teman, memanipulasi absensi dan batas waktu pengumpulan tugas dan ujian. bentuk pencegahan terjadinya fraud yaitu dengan penerapan etika dan penguatan iman bagi setiap mahasiswa.

Kata Kunci : *Fraud Triangle, Fraud Academic*

ANALISIS PELAYANAN PUBLIK DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT DI KOTA JAMBI

Hendriyaldi¹⁾

¹⁾Universitas Jambi

hendriyaldi11@gmail.com

ABSTRAK

Di era digitalisasi, setiap instansi pemerintah diharapkan mampu menyelesaikan permasalahan masyarakat dengan cepat dan berbasis teknologi dalam menghadapi era revolusi industri 4.0. Pemerintah tidak hanya dituntut untuk menyediakan layanan sistem konvensional, tetapi juga menyediakan layanan berbasis teknologi atau elektronik. Kemudian terciptanya kolaborasi antara karyawan dan teknologi sekaligus melayani masyarakat. Tujuan penelitian adalah untuk melihat pengaruh pelayanan publik terhadap kepuasan masyarakat dan pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan masyarakat di Kota Jambi. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif deskriptif. Data menggunakan metode kuesioner yang diberikan kepada responden yang menyatakan pernyataan terkait objek penelitian yaitu pelayanan publik, *e-service quality* dan kepuasan masyarakat. Dalam penelitian pengambilan sampel ini menggunakan teknik purposive sampling. Jumlah sampel sebanyak 60 orang. Pengukuran menggunakan variabel skala likert. Teknik pengujian instrumen validitas dan reliabilitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif signifikan pelayanan publik terhadap kepuasan masyarakat, ada pengaruh positif signifikan *e-services quality* terhadap kepuasan masyarakat, dan ada pengaruh positif signifikan kualitas pelayanan publik dan *e-service quality* secara bersama-sama terhadap kepuasan masyarakat di Kota Jambi.

Kata Kunci : *Pelayanan Publik, E-Service Quality, Kepuasan Masyarakat*

ECONOMIC RECOVERY IN THE COVID 19 PANDEMIC THROUGH CASH WAQF : THE NEW MODEL FOR PROGRAM PRIORITIZING

Ifa Hanifia Senjiati²⁾, Ersawahyuni²⁾

¹⁾Universitas Padjajaran dan Universitas Islam Bandung

¹⁾Universitas Islam Bandung

ifa.wahyudin@gmail.com

ersawahyuni@gmail.com

ABSTRAK

Pandemi global melanda ekonomi dan keluarga yang rentan ekonomi menderita yang paling parah. Bantuan stimulus ekonomi untuk keluarga terdampak dari pemerintah belum merata. Beberapa lembaga sosial, seperti Lembaga wakaf, dapat membantu meringankan beban keluarga berpenghasilan rendah ini. Program seperti bantuan perbekalan kesehatan atau voucher belanja bersaing dengan bantuan modal kerja. Dengan menggunakan Analytical Hierarchy Process (AHP) dari jawaban responden kami, penelitian ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi kepada lembaga wakaf program mana yang harus menjadi prioritas selama pandemi dalam memanfaatkan wakaf tunai mereka. Hasil dari penelitian ini adalah Kementerian Keuangan mengatur program pemulihan ekonomi masyarakat pada masa pandemi dengan dua program pemulihan ekonomi, yaitu pemulihan ekonomi masyarakat miskin dan Usaha Mikro Kecil Menengah. Studi kami merekomendasikan lembaga wakaf yang memanfaatkan wakaf tunai untuk memprioritaskan program pemulihan ekonomi bagi masyarakat UMKM dengan bantuan modal kerja. Modal kerja UMKM memberikan bantuan jangka panjang yang berkelanjutan yang lebih dapat diterima dengan tujuan utama Wakaf Tunai daripada program bantuan kesehatan jangka pendek.

Kata Kunci : *Pandemi, Wakaf, Pemulihan Ekonomi, Prioritas, UMKM*

PRIORITAS PENYALURAN WAKTU UMI (WAKAF TUNAI UNTUK USAHA MIKRO) MENGGUNAKAN METODE AHP

**Ifa Hanifia Senjiati¹⁾, Shohifah Nurfitri Sutrisna²⁾,
Yola Else Ifghania Farras³⁾, Dewi Hairunnisa⁴⁾**

^{1),2),3),4)}Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung

Ifa.wahyudin@gmail.com

ABSTRAK

Dalam Islam, wakaf tunai merupakan salah satu instrumen penggalangan dana guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam proses penyalurannya, hadir beberapa lembaga dan yayasan wakaf tunai yang dipastikan halal, aman dan tidak mengandung unsur maisyr, gharar, dan riba yakni KSPPS BMT itQan, Daarut Tauhid dan Rumah Wakaf. Saat ini instrumen wakaf tunai belum digarap secara maksimal oleh lembaga pengelola wakaf terutama dari segi penyalurannya. Penelitian ini mencoba untuk memetakan penyaluran wakaf tunai khususnya untuk usaha mikro (Waktu Umi) dengan menggunakan metode AHP (Analitical Hierarchy Process) yang berorientasi kepada prinsip penyaluran atau prinsip 5C (Capital, Character, Condition, Capacity, Collateral). Berdasarkan hasil penelitian 2 lembaga (Wakaf DT dan BMT ITQAN), hasil kombinasi dari kedua lembaga menyatakan bahwa kriteria Character menjadi prioritas utama dengan bobot 0.616, urutan kedua yaitu Condition dengan bobot 0.144, urutan ketiga yaitu Capacity dengan bobot 0.116, urutan keempat yaitu Capital 0.95, dan terakhir yaitu Collateral dengan bobot 0.28. Pada kriteria Character secara keseluruhan, Alternatif fashion menjadi prioritas utama dengan bobot 0.304, urutan kedua perdagangan dengan bobot 0.243, urutan ketiga yaitu kuliner dengan bobot 0.148, urutan keempat yaitu jasa dengan bobot 0.145, urutan kelima yaitu produksi dengan bobot 0.106, dan terakhir handicraft dengan bobot 0.54.

Kata Kunci : *Wakaf Tunai, AHP, Prinsip 5c*

PENGARUH PHILANTHROPY TERHADAP TOBIN'S Q DENGAN FREE CASH FLOW SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Iin Elika¹⁾, Zaki Fakhroni²⁾

^{1),2)}Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman

iinelika71@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *philanthropy* terhadap *tobin's q* dengan *free cash flow* sebagai variabel intervening pada perusahaan yang terdaftar dalam sektor industri dasar dan bahan kimia di BEI tahun 2010-2019. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan data sekunder. Penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan total 8 perusahaan sebagai sampel penelitian. Analisis yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, *path analysis* dan uji hipotesis dengan menggunakan program WarpPLS 7.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *philanthropy* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *tobin's q*, *philanthropy* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *free cash flow*, *free cash flow* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *tobin's q*, dan *free cash flow* mampu memediasi hubungan antara *philanthropy* dengan *tobin's q* dengan persentase sebesar 30%.

Kata Kunci : *Philanthropy*, *Free Cash Flow*, *Tobin's Q*.

PENGARUH LABA OPERASI, LABA BERSIH DAN LABA KOTOR DALAM MEMPREDIKSI ARUS KAS DI MASA MENDATANG PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) TAHUN 2016-2018

Indra Lila Kusuma¹⁾, Sumadi²⁾, Fatimah³⁾

^{1),2)}Institut Teknologi Bisnis – AAS Indonesia

ahmadsumadi1924@gmail.com

fatimah008@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh laba usaha, laba bersih, laba kotor dalam memprediksi arus kas masa depan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian yang digunakan adalah studi kausal dengan populasi perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Bursa Efek Indonesia periode 2016 - 2018. Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dengan sampel 19 perusahaan yang merupakan perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 - 2018. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data sekunder yaitu laporan keuangan perusahaan makanan dan minuman periode 2016 - 2018 yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian diperoleh secara parsial dari variabel laba operasi secara parsial berpengaruh terhadap arus kas masa depan sedangkan laba bersih variabel dan variabel laba kotor tidak berpengaruh secara parsial terhadap arus kas masa depan. Secara simultan laba operasi, laba bersih dan laba kotor berpengaruh terhadap arus kas masa depan dan memberikan pengaruh sebesar 0,617 atau 61,7% dalam memprediksi arus kas masa depan.

Kata Kunci : *Operating Profit, Net Profit, and Gross Profit, Cash Flow*

DETERMINAN TINDAKAN TAX EVASION

Isti Ulfani Dwi Lestari¹⁾ Zaki Fakhroni^{2)*} Muhammad Abadan Syakura³⁾

^{1),2),3)} Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman

almira.putri39@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji determinan tindakan *tax evasion*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data diperoleh dari kuesioner yang disebarkan kepada wajib pajak orang pribadi di Kota Samarinda. Jumlah kuesioner yang disebarkan adalah 120 kuesioner, tetapi hanya 111 yang dapat diolah. Metode pengumpulan data menggunakan *purposive sampling*. Data dianalisis dengan menggunakan program *SmartPls 3.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *money ethics* berpengaruh positif terhadap tindakan *tax evasion*, *self assessment system* berpengaruh positif terhadap tindakan *tax evasion*, dan *tax penalty* berpengaruh negatif terhadap tindakan *tax evasion*.

Kata Kunci : *Money ethics, Self assessment system, Tax evasion.*

PENGARUH ENTREPRENEURSHIP TERHADAP PERKEMBANGAN UKM BARBERSHOP SAAT MASA PANDEMI COVID 19 DI JAMBI

Isrokdin¹⁾

¹⁾Magister Manajemen, Pascasarjana Universitas Jambi

Isrokdin77@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kewirausahaan terhadap perkembangan UKM Barbershop pada pandemi Covid-19 di Jambi. UKM Barbershop merupakan bisnis yang menjanjikan, karena kebutuhan akan jasa potong rambut atau Barbershop semakin berkembang dan meningkat. UKM Barbershop di Jambi berkembang pesat, namun tidak semua UKM Barbershop di Jambi banyak dikunjungi konsumen. Persaingan antar barbershop adalah pada kualitas pelayanan yang prima bagi konsumen, penerapan suatu pelayanan yang berkualitas mempengaruhi perkembangan kepuasan konsumen. Selain itu, penerapan protokol Covid-19 kepada konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif yaitu “prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa tulisan dan tingkah laku yang dapat diamati dari objek itu sendiri dan wawancara dengan pemilik barbershop, barberman dan konsumen. Kemudian datanya adalah dianalisis melalui tahapan reduksi atau penyederhanaan data, pemaparan data/penyajian dan penarikan kesimpulan. Meski kualitas pelayanan yang diberikan pada enam barbershop di Jambi ini cukup baik, dengan fasilitas dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen serta kehandalan, daya tanggap, empati dan kepastian barbershop yang cukup baik, seperti penampilan, fasilitas yang tertata rapi, alat-alat yang selalu siap pakai. Sehingga secara keseluruhan konsumen merasakan kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan, dan hanya saja sebagian besar UKM Barbershop hanya melaksanakan sebagian saja Protokol Kesehatan Covid-19. Dengan demikian kondisi global yaitu pandemi Covid-19 sangat mempengaruhi UKM Barbershop di Jambi yang menyebabkan kewirausahaan cenderung mengalami penurunan.

Kata Kunci : *Barbershop, Covid-19, UKM*

PRODUCT DIFFERENTIATION, PRICE AND CUSTOMER LOYALTY

Jouzar Farouq Ishak¹⁾, Meidy Laurensia²⁾, dan Eliza Noviriani³⁾

^{1),2),3)} Akuntansi, Politeknik Negeri Bandung

ABSTRAK

Datangnya era Revolusi Industri 4.0 – ditandai gencarnya arus informasi dan kemajuan teknologi – memang tidak bisa dibendung. Teknologi wajib dikuasai dan dimanfaatkan oleh perusahaan agar dapat berkompetisi di tataran global. Pada produk food and beverages, konsumen dihadapkan oleh berbagai pilihan merk produk yang sejenis, sehingga jarang sekali ada konsumen yang loyal pada satu produk seperti coffee. Tujuan dari penelitian adalah mengetahui pengaruh strategi differensiasi produk secara parsial terhadap loyalitas pelanggan, pengaruh harga secara parsial terhadap loyalitas pelanggan serta seberapa besar pengaruh strategi differensiasi produk dan harga secara simultan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif menggunakan tiga variabel yang terdiri dari differensiasi produk, harga dan loyalitas pelanggan. Populasi penelitian yaitu pelanggan Starbucks Coffee tak terhingga karena pada penelitian ini jumlah pelanggan Starbucks tidak dapat diperkirakan atau tidak dapat diketahui jumlahnya dengan pasti. Teknik sampling yang digunakan adalah convenience sampling. Pada penelitian ini, sumber data primer berupa hasil pengisian kuesioner oleh responden. Skala pengukuran yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear dengan bantuan program IBM SPSS Statistics 24. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi differensiasi produk dan harga memiliki pengaruh baik secara parsial maupun bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : *Differensiasi, Produk, Harga, Loyalitas, Pelanggan*

PENGARUH TENUR, UKURAN KAP, SPESIALISASI AUDITOR DAN ROTASI AUDIT TERHADAP KUALITAS AUDIT

Karni S Sihombing¹⁾, Wiralestari²⁾, Ratih Kusumastuti³⁾

^{1),2),3)}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi

soeno.karni@gmail.com

wiralestari11@unja.ac.id

ratihkusumastuti@unja.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tenur, ukuran KAP, spesialisasi auditor dan rotasi audit terhadap kualitas audit. Kualitas audit pada penelitian ini diukur dengan menggunakan proksi *earnings surprise benchmark*. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh perusahaan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2018. Perusahaan BUMN yang menjadi populasi adalah 22 perusahaan. Teknik sampling yang digunakan yaitu *purposive sampling* sehingga diperoleh 19 perusahaan sebagai sampel. Periode pengamatan 6 tahun yaitu tahun 2013-2018 sehingga diperoleh total amatan sebanyak 114 data. Alat analisis yang digunakan yaitu regresi logistik. Hasil analisis penelitian ini membuktikan bahwa ukuran KAP, spesialisasi auditor dan rotasi audit tidak berpengaruh terhadap kualitas audit, sedangkan audit tenur berpengaruh terhadap kualitas audit.

Kata Kunci : *Kualitas Audit, Tenur, Ukuran, Spesialisasi, Rotasi*

MITIGASI BENCANA PASCA GEMPA : PEMULIHAN ECONOMI DI MASA PANDEMIC COVID 19 : STUDI KASUS DI LOMBOK UTARA

Kholil¹⁾, N Afiah Ariani²⁾, A. Setiawan²⁾

¹⁾Jurusan Teknik Lingkungan Fakultas Teknik Universitas Sahid Jakarta

²⁾Jurusan Manajemen Perhotelan Fakultas Ekonomi Universitas Sahid Jakarta

³⁾Jurusan Bisnis dan Kewirausahaan Universitas Gunadarma

ABSTRAK

Sejak gempa bumi tahun 2018, Sebagian besar masyarakat Lombok Utara mengalami tekanan ekonomi akibat rusaknya infrastruktur dan fasilitas ekonomi. Tekanan ekonomi itu semakin berat di era pandemic covid 19 yang sudah 8 bulan. Untuk memulihkan ekonomi masyarakat pengembangan industry rumahan berbasis sumberdaya alam local telah terbukti mampu menggerakkan ekonomi masyarakat secara masal. Sebelum gempa, industry rumahan madu telah berkembang secara luas di wilayah Lombok Utara dan menjadi aktivitas produktif utama bagi sebagian besar masyarakat untuk menopang ekonomi keluarga, sebelum terjadinya gempa, namun sejak gempa Sebagian besar industri rumahan ini berhenti atau tidak berkembang. Riset ini bertujuan untuk menganalisis model bisnis madu trigona, sehingga memudahkan bagi pemerintah setempat melakukan intervensi kebijakan untuk meningkatkan skala usaha dan pendapatan masyarakat, dengan menggunakan metode SAST (Strategic Assumption Surfacing and Testing). Hasil studi menunjukkan bahwa ketersediaan bibit unggul tawon trigona dan Teknik budidaya merupakan factor yang paling penting dan strategis untuk mengembangkan usaha madu trigona. Pelaku usaha madu trigona menjual hasilnya melalui pengumpul di desanya dengan harga Rp 200 ribu/liter; kemudian pengumpul menjual ke perusahaan dengan harga 250-275 ribu/liter.

Kata Kunci : *Industri Rumahan, Madu Tri Gona, Pengumpul, Keberlanjutan*

KOMITMEN ORGANISASI MEMODERASI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KUALITAS LAPORAN KEUANGAN PEMERINTAH DAERAH KABUPATEN KAMPAR

Mudrika¹⁾ dan Suci Nurulita²⁾

^{1),2)}Universitas Riau

suci.nurulita@lecturer.unri.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan pengaruh kompetensi sumber daya manusia, sistem pengendalian intern, peran internal audit, dan sistem akuntansi keuangan daerah terhadap kualitas laporan keuangan dengan komitmen organisasi sebagai pemoderasi pada Pemerintah Daerah Kabupaten Kampar. Metode pengujian hipotesis adalah Moderated Regression Analysis (MRA) menggunakan SPSS 25 dengan populasi sebanyak 46 OPD tahun 2020. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas sumber daya manusia, sistem pengendalian intern, Peran Auditor Intern, dan sistem akuntansi keuangan daerah berpengaruh terhadap kualitas laporan keuangan. Komitmen organisasi memoderasi hubungan antara kompetensi sumber daya manusia, sistem pengendalian intern, peran Auditor Intern, dan sistem akuntansi keuangan daerah terhadap Kualitas Laporan Keuangan. Koefisien determinasi menunjukkan sebesar 99% sedangkan sisanya yaitu sebesar 1% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci : *Kompetensi Sumber Daya Manusia, Sistem Pengendalian Intern, Peran Internal Audit, Sistem Akuntansi Keuangan Daerah, Kualitas Laporan Keuangan, Komitmen Organisasi*

PERSEPSI MASYARAKAT DESA WISATA LUBER TERHADAP ATRIBUT PENGEMBANGAN DAN PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN

M. Arjun¹⁾

^{1),2)} Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Medan

cutnizmapolmed@gmail.com

dina.arfianti@yahoo.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk Menganalisis persepsi masyarakat Desa Wisata Luber terhadap Atribut pengembangan dan Menganalisis persepsi masyarakat Desa Wisata Luber terhadap Pembangunan berkelanjutan serta Menganalisis persepsi masyarakat Desa Wisata Luber terhadap atribut pengembangan dan pembangunan berkelanjutan dengan alat analisis menggunakan pendekatan secara deskriptif kualitatif.

Kata Kunci : *Persepsi, Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas*

ACTIVITY BASED COSTING METHOD DALAM PENENTUAN HARGA POKOK PRODUKSI PADA INDUSTRI BATIK DI KOTA JAMBI

Muhammad Ridwan¹⁾, Dios Nugraha Putra²⁾, Ratih Kusumastuti³⁾

^{1),2),3)}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi

ridwan240982@gmail.com

diosnugrahaputra91@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui perhitungan biaya produksi batik secara akurat pada industri batik di Kota Jambi dengan Metode *Activity Based Costing* dan Untuk mengetahui perbedaan biaya produk dengan Metode *Activity Based Costing* dan sistem yang dilakukan oleh industri batik di Kota Jambi. Objek penelitian yang akan diteliti adalah penerapan Metode *Activity Based Costing* pada industri batik di Kota Jambi. Populasi penelitian ini adalah industri batik di Kota Jambi. Sampel dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan Metode Analisis Deskriptif Kualitatif dan kuantitatif, Deskriptif Kualitatif yaitu menjelaskan, meringkas berbagai kondisi, dan masalah yang timbul pada objek penelitian. Berdasarkan apa yang terjadi dan membandingkan dengan keadaan sebenarnya pada objek yang diteliti. Hasil Penelitian menunjukkan Biaya Produksi menggunakan pendekatan sistem ABC menghasilkan biaya yang lebih kecil. Biaya ini diperoleh dengan menghitung tarif biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik. Dimana Biaya tenaga kerja langsung merupakan biaya yang paling besar dalam aktivitas produksi. Perhitungan biaya tersebut menghasilkan selisih yang cukup signifikan, Perhitungan biaya yang dilakukan oleh perusahaan menghasilkan biaya yang lebih besar, dan memiliki selisih untuk tiap unit produk. Hal ini disebabkan karena tarif biaya overhead yang belum dialokasikan secara baik. Maka perlu dilakukan perhitungan dengan pendekatan yang lebih akurat, yaitu dengan alternatif pendekatan metode *Activity Based Costing* sehingga dapat menghasilkan biaya yang akurat.

Kata Kunci : *Metode Activity Based Costing, Industri Batik Jambi*

PENGARUH PENGELUARAN PEMERINTAH BIDANG EKONOMI DAN PELAYANAN UMUM TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI PROVINSI JAMBI

M. Zahari MS¹⁾

¹⁾ Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari

zaharijambi@gmail.com

ABSTRAK

Pertumbuhan ekonomi selalu menjadi indikator peningkatan kesejahteraan penduduk suatu daerah atau negara. Pembangunan daerah sebagai bagian integral dari pembangunan nasional pada hakikatnya merupakan upaya peningkatan kapasitas pertumbuhan daerah agar mampu menjalankan pemerintahan dengan baik. Belanja Pemerintah Daerah merupakan tolak ukur penting dalam pembiayaan pembangunan daerah dan pelayanan kepada masyarakat secara nyata dan bertanggung jawab. Oleh karena itu, upaya pemerintah daerah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi tidak lepas dari upaya peningkatan anggaran belanja untuk kegiatan ekonomi dan pelayanan publik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengeluaran pemerintah pada perekonomian dan pelayanan publik terhadap pertumbuhan ekonomi di kabupaten / kota di Provinsi Jambi. Analisis dilakukan dengan menggunakan model persamaan regresi data panel. Data panel yang digunakan merupakan gabungan data time series tahun 2014 - 2018 dan data cross section 11 kabupaten / kota di Provinsi Jambi. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji F dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan: Secara keseluruhan belanja pemerintah untuk perekonomian dan pelayanan publik berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi kabupaten / kota di Provinsi Jambi. Secara parsial, belanja pemerintah di bidang ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi kabupaten / kota di Provinsi Jambi, sedangkan belanja pemerintah untuk pelayanan publik tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi kabupaten / kota di Provinsi Jambi.

Kata Kunci : *Pengeluaran Pemerintah, Layanan Publik, Pertumbuhan Ekonomi*

PREDIKSI KONDISI FINANCIAL DISTRESS DENGAN MENGUNAKAN LABA, ARUS KAS DAN LEVERAGE

Neneng Sri Suprihatin¹⁾, Margita Giftilora²⁾

^{1),2)}Universitas Serang Raya

neneng.sri@unsera.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *Financial Distress* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2018. Faktor yang digunakan adalah ukuran Kap dan *financial distress*. Jenis penelitian ini adalah penelitian kausal asosiatif dengan pendekatan *ex post facto*. Sampel diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel berjumlah 34 perusahaan dari 168 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2018, sehingga data penelitian yang dianalisis berjumlah 170. Teknik analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif dan regresi logistik. Hasil penelitian ini menunjukkan secara bahwa (1) Laba tidak berpengaruh signifikan untuk memprediksi kondisi *Financial Distress*. (2) Arus Kas tidak berpengaruh untuk memprediksi kondisi *Financial Distress*. (3) *Leverage* tidak berpengaruh untuk memprediksi kondisi *Financial Distress*. Dan secara simultan penelitian ini menyatakan bahwa laba, arus kas dan *leverage* tidak berpengaruh untuk memprediksi kondisi *financial distress*.

Kata Kunci : *Laba, Arus Kas, Leverage dan Financial Distress*.

PENGARUH RASIO KEUANGAN TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN INVESTASI

Neysha Augsilvia¹⁾, Wiralestari²⁾, Ratih Kusumastuti³⁾

^{1),2),3)} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi

neyshasilvia98@gmail.com

wiralestari11@unja.ac.id

ratihkusumastuti@unja.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh rasio keuangan yaitu *Current Ratio*, *Return on Assets*, *Total Assets Turnover*, dan *Debt to Assets Ratio* terhadap pengambilan keputusan investasi yang diproksikan oleh *return* saham secara simultan dan parsial. Objek penelitian adalah perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Data analisis adalah laporan keuangan perusahaan periode 2015-2018. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Current Ratio*, *Return on Assets*, *Total Assets Turnover*, dan *Debt to Assets Ratio* secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap *return* saham. *Return on Assets* secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *return* saham, sedangkan *Current Ratio*, *Total Assets Turnover*, dan *Debt to Assets Ratio* tidak berpengaruh terhadap *return* saham. Tingginya nilai CR menunjukkan bahwa banyak aktiva yang tidak dikelola dengan baik oleh perusahaan. Tingginya nilai TATO belum tentu menghasilkan laba bersih perusahaan yang besar. Tingginya nilai DAR menunjukkan bahwa semakin besar jumlah pinjaman yang digunakan pada aktiva untuk menghasilkan keuntungan.

Kata Kunci : *Current Ratio*, *Return on Assets*, *Total Assets Turnover*, *Debt to Assets Ratio*, *return saham*

SOCIAL MAPPING, INDEKS DESA ZAKAT (IDZ) ON ZAKAT COMMUNITY DEVELOPMENT (ZCD) PROGRAM FOR OPTIMIZING ZAKAT EMPOWERMENT

Nurida Isnaeni¹⁾, Ridhwan²⁾, Sigit Indrawijaya³⁾

^{1),2),3)}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi

nurida_isnaeni@unja.ac.id

ridhwan@unja.ac.id

sigit_indra@unja.ac.id

ABSTRAK

Penelitian berjudul Social Mapping Village Zakat Index (IDZ) Against the Community Development (ZCD) Program Zakat Untuk Optimalisasi Pemberdayaan Dana Zakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui prioritas desa di Kabupaten Tanjung Jabung Timur dalam menerima dana zakat melalui Indeks Desa Zakat. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif, wawancara wawancara dan FGD dengan menggunakan angket. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Indeks Zakat Desa (IDZ) dengan metode penghitungan multi stage weighted index. Berdasarkan penggunaan teknik skrining purposif dalam penelitian ini pemenuhannya sudah sesuai dengan tingkat kecamatan dan desa. Kemudian ada 3 desa yang dijadikan sampel penelitian yaitu Desa Pematang Rahim, Desa Bukit Tempurung dan Desa Sungai Beras. Hasil penelitian menunjukkan bahwa skala prioritas desa penerima dana zakat dalam program Zakat Community Development di tiga desa yang dijadikan objek penelitian menunjukkan bahwa Desa Pematang Rahim dengan nilai IDZ 0,56, bukit kerang 0,50 dan desa Sungai Beras. sebesar 0,56 sehingga dapat ditarik ketiga desa tersebut dapat dikatakan dampungan.

Kata Kunci : *Kemiskinan, Pemberdayaan, BAZNAS, IDZ, ZCD.*

ANALISIS PENGARUH PANDEMI COVID-19 TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DENGAN UJI STATISTIK MC NEMAR

Oeliestina¹⁾

¹⁾Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi

oeli@bps.go.id

ABSTRAK

Pandemi covid-19 sudah melanda dunia. WHO mengumumkan secara resmi bahwa virus corona yang menyebabkan pandemi merupakan permasalahan global yang harus dicari solusi secepatnya. Pandemi covid-19 sudah mempengaruhi sektor sosial, politik dan hampir melumpuhkan sektor ekonomi. Pada triwulan kedua tahun 2020 negara-negara modern seperti Amerika, Singapura, Jerman, Perancis dan Italia sudah memasuki resesi. Pertumbuhan perekonomian negara banyak yang mengalami kontraksi karena pengaruh pembatasan pergerakan manusia. Kajian ini akan meneliti pengaruh pandemi covid-19 terhadap perekonomian nasional Indonesia. Dari hasil hitung Badan Pusat Statistik pada triwulan kedua tahun 2020 laju pertumbuhan ekonomi Indonesia terkontraksi hingga 5,32 persen. Dengan menggunakan statistik uji Mc Nemar akan dilihat apakah benar pandemi covid-19 mempengaruhi perekonomian Indonesia, khususnya terhadap perekonomian 34 provinsi. Uji statistik juga akan digunakan untuk melihat pengaruh pandemi covid-19 terhadap 17 kategori dalam PDRB Lapangan Usaha. Juga akan diamati sektor apa saja yang paling terdampak dengan adanya pandemi covid 19. Penelitian menyimpulkan dari hasil uji statistik Mc Nemar pandemi covid-19 berpengaruh terhadap perekonomian Indonesia dan perekonomian 34 provinsi dengan hasil signifikansi kurang dari 0,05. Uji statistik Mc Nemar juga membuktikan bahwa 17 kategori/sektor terdampak karena pandemi covid (signifikansi di bawah 0,05). Sedangkan sektor yang paling parah terdampak adalah transportasi, penyediaan akomodasi dan makan minum, jasa perusahaan serta jasa lainnya. Keempat sektor tersebut memiliki laju pertumbuhan ekonomi terkontraksi hingga dua digit ketika memasuki triwulan kedua tahun 2020.

Kata Kunci : *Covid-19, MC Nemar, Pertumbuhan Ekonomi*

STRATEGI BISNIS UNTUK PEMULA SETELAH DI PHK (PEMUTUSAN HUBUNGAN KERJA)

Puput Siti Hijir¹⁾

¹⁾Universitas Jambi

Humas@unja.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memaparkan beberapa solusi yang dapat ditawarkan oleh penulis untuk para pekerja yang terkena PHK (Pemutusan Hubungan Kerja) agar tetap bertahan ditengah pandemi virus corona. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik *content analysis* (analisis isi) dan riset kepustakaan (*library research*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa solusi yang dapat ditawarkan dalam rangka konsep adalah: (1) tekadkan niat, (2) menyusun business model canvas, (3) menggunakan analisa SWOT, (4) selalu bersedekah.

Kata Kunci : *Strategi Bisnis, Bisnis Pemula, Covid-19*

ANALISIS PERBANDINGAN KINERJA KEUANGAN PEMERINTAH KOTA JAMBI DENGAN KOTA SUNGAI PENUH TAHUN 2016-2018

Ria Anggira¹⁾, Muhammad Gowon²⁾, Rahayu³⁾

^{1),2),3)}Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Kinerja Keuangan Pemerintah Kota Jambi dan Kota Sungai Penuh tahun 2016-2018. Data yang digunakan diperoleh dengan cara dokumentasi atas laporan keuangan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) Kota Jambi dan Kota Sungai Penuh. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis deskriptif. Hasil analisis menunjukkan bahwa Kinerja Keuangan Pemerintah Kota Jambi lebih unggul apabila dibandingkan dengan Pemerintah Kota Sungai Penuh. Hal tersebut dapat dilihat dari : 1. Rasio Efektivitas PAD. 2. Rasio Efisiensi Keuangan Daerah. 3. Rasio Keserasian. 4. Rasio Pertumbuhan. 5. Rasio Kemandirian Keuangan Daerah.

Kata Kunci : *Kinerja Keuangan, Rasio Efektivitas, Rasio Efisiensi, Rasio Keserasian, Rasio Pertumbuhan, dan Rasio Kemandirian.*

EVALUASI PENERAPAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN KEUANGAN DAERAH (SIMDA) PADA BADAN KEUANGAN DAERAH PROVINSI JAMBI

Ridha Eka Putri¹⁾

¹⁾Universitas Jambi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan evaluasi penerapan SIMDA (sistem informasi manajemen keuangan daerah) pada Badan keuangan s daerah provinsi Jambi, serta mengetahui kendala dan upaya dalam penerapan SIMDA (sistem informasi manajemen keuangan daerah). Hasil penelitian menunjukkan bahwa, evaluasi penerapan SIMDA pada Badan keuangaan daerah provinsi Jambi telah berjalan dengan baik hal ini dapat dilihat dari hasil yang di capai setelah penerapannya, karena dapat lebih cepat, akurat dan tepat waktu. SIMDA Keuangan juga membantu memudahkan proses penyusunan laporan keuangan, pegawai tinggal mencatat/menginput data pada sistem, meskipun masih ada beberapa kendala yang masih harus dihadapi dari segi sumber daya manusia, infrastuktur dan teknologi.

Kata Kunci : *Sistem Informasi, Anggaran, Keuangan*

PERAN BADAN RESTORASI GAMBUT (BRG) SEBAGAI STIMULUS PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT

Ryan Jekta Friza¹⁾, Eka Julianti Efris Saputri²⁾

¹⁾Universitas Jambi

¹⁾Universitas Adiwangsa Jambi

ryanjecktaf@gmail.com

ekajuliantiefrissaputri@gmail.com

ABSTRAK

Artikel ini berisikan tentang penyajian data pemasukan masyarakat sebelum dan setelah adanya kegiatan revitalisasi ekonomi masyarakat melalui badan restorasi gambut. Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif interaktif. Metode penelitian dari penelitian ini adalah survei dan pengumpulan data dengan metode *purposive sampling*. Pemberdayaan masyarakat adalah konsep pembangunan ekonomi yang merangkum nilai-nilai masyarakat untuk membangun paradigma baru dalam pembangunan yang bersifat *people-centered*, *participatory*. Memberdayakan masyarakat adalah upaya untuk meningkatkan harkat dan martabat lapisan masyarakat bawah (*grass root*) yang dengan segala keterbatasannya belum mampu melepaskan diri dari perangkap kemiskinan, kebodohan dan keterbelakangan, sehingga pemberdayaan masyarakat tidak hanya penguatan individu tetapi juga pranata-pranata sosial yang ada. Menanamkan nilai-nilai budaya modern seperti kerja keras, hemat, keterbukaan, tanggung jawab adalah bagian penting dalam upaya pemberdayaan. Masyarakat disekitar hutan umumnya memenuhi kebutuhan sehari - hari dengan mengambil hasil – hasil dari hutan yang berupa kayu dan non kayu untuk dijual. Khususnya di desa Telago Limo Kecamatan Berbak, kegiatan illegal logging sudah cukup lama dilakukan oleh masyarakat sekitar hutan tersebut. Namun setelah adanya program Revitalisasi Sumber Mata Pencarian dari Badan Restorasi Gambut dan Taman Nasional Berbak dalam bentuk Peternakan Lebah Madu, masyarakat yang sebelumnya dari pelaku illegal logging mulai fokus dan melakukan usaha ternak lebah dengan konsisten karena memang dirasa hasilnya jauh lebih tinggi daripada kebiasaan sebelumnya.

Kata Kunci : *Pemberdayaan Masyarakat, Pembalakan Liar*

MANAJEMEN LABA DILIHAT DARI DIVERSITAS GENDER

Sespi Jumaida¹⁾, Arna Suryani²⁾

^{1),2)}Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari

Sespijumaida@gmail.com

arna_halim@yahoo.co.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji diversitas gender Direktur Utama terhadap manajemen laba. Data yang digunakan adalah data sekunder dan bersumber dari laporan keuangan (*Annual report*) yang dikumpulkan menggunakan metode studi pustaka dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan *Beneish M-Score Model* dalam menghitung manajemen laba dengan melakukan uji beda dengan menggunakan sampel perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Perbedaan *gender* pada tingkat manajer eksekutif perusahaan dapat diasumsikan memiliki pengaruh terhadap praktik manajemen laba. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proporsi Direktur Utama yang di Pimpin Wanita lebih sedikit dibandingkan Direktur Utama Pria. 3 perusahaan yang di pimpin oleh Direktur utama Wanita dari total 45 perusahaan, hanya terdapat Direktur Utama Wanita lebih cenderung melakukan manajemen laba di bandingkan Direktur Utama yang di Pimpin oleh Pria.

Kata Kunci : *Perbedaan gender, Manajemen laba*

KESIAPAN SUMBER DAYA KERJA - RUMAH DAN KONFLIK KERJA KELUARGA PADA ERA PANDEMI COVID-19

Shofia Amin¹⁾, Zulfina Adriani²⁾, Siti Raudhoh³⁾

^{1),2)}Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi

³⁾Prodi Psikologi Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas Jambi

shofiaamin@unja.ac.id

ABSTRAK

Instruksi *social distancing* dan *stay at home* sebagai salah satu cara untuk memutus rantai penyebaran covid-19 telah membuat berbagai organisasi merubah kebijakan peraturan kerjanya dari *work from office* menjadi *work from home*. Tujuan spesifik penelitian ini adalah untuk menguji keterkaitan antara kesiapan sumber daya kerja-rumah dalam menjalankan *work from home*, motivasi kerja dan konflik kerja-keluarga. Dengan menggunakan metode kuantitatif, daftar pertanyaan disebarkan kepada dosen PTN di Indonesia melalui media online. Data dari 131 responden kemudian diolah dengan menggunakan SEM-Smart PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesiapan sumber daya kerja-rumah berpengaruh negatif signifikan terhadap konflik kerja-keluarga dan berpengaruh positif signifikan terhadap motivasi kerja. Motivasi kerja berpengaruh positif tidak signifikan terhadap konflik kerja-keluarga. Dengan demikian, motivasi kerja tidak mampu berperan sebagai mediasi dalam hubungan antara kesiapan sumber daya kerja-rumah dan konflik kerja-keluarga.

Kata Kunci : *Sumber Daya Kerja-Rumah, Work From Home, Motivasi Kerja, Konflik Kerja-Keluarga, Pandemi Covid-19*

PENGARUH MOTIVASI DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI DI KANTOR CAMAT KECAMATAN SAROLANGUN

Sri Hardiyanti¹⁾

¹⁾Universitas Jambi

srihardiyanti67@yahoo.com

ABSTRAK

Dalam era globalisasi saat ini, menuntut peningkatan kualitas sumber daya manusia khususnya aparatur pemerintah dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat. Berbagai upaya dilakukan oleh pemerintah dan masyarakat untuk memperbaiki keadaan. Namun kinerja aparatur sipil negara masih memprihatinkan. Begitu pula dengan PNS, motivasi dan disiplin merupakan faktor-faktor yang berperan penting dalam mencapai tujuan bisnis suatu organisasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara parsial pengaruh motivasi dan disiplin terhadap kinerja dan secara simultan pengaruh motivasi dan disiplin terhadap kinerja pada Kantor Camat Kecamatan Sarolangun. Variabel bebasnya adalah motivasi dan disiplin, variabel terikatnya adalah kinerja. Metode penelitian menggunakan penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner berdasarkan skala likert. Metode pengambilan sampel dilakukan secara acak. Populasi penelitian ini sebanyak 60 orang dan seluruh populasi dijadikan sampel (sampel jenuh). Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Berdasarkan analisis dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan dan positif secara parsial antara motivasi terhadap kinerja, dan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara disiplin terhadap kinerja.

Kata Kunci : *Motivasi, Disiplin, Kinerja Karyawan*

PENGAWASAN TRANSFER PRICING DOCUMENTATION UNTUK MENINGKATKAN KEPATUHAN PAJAK

Supriyadi¹⁾

¹⁾Politeknik Keuangan Negara STAN

priesoekarn@pknstan.ac.id; priesoekarno@gmail.com

ABSTRAK

Transfer Pricing Documentation (TP Doc) adalah dokumen yang diselenggarakan oleh Wajib Pajak sebagai dasar penerapan Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha dalam Penentuan Harga Transfer yang dilakukan oleh Wajib Pajak. Dokumen tersebut terdiri dari *master file*, *local file* dan *country by country Report* (CbCR). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengawasan TP Doc untuk meningkatkan kepatuhan pajak. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan diskriptif. Fokus penelitian ini adalah mengidentifikasi peran *Account Representative* dalam pengawasan TP Doc, faktor pendukung dan penghambat pengawasan TP Doc untuk meningkatkan kepatuhan pajak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *account representative* dapat memanfaatkan TP Doc untuk melakukan analisis risiko dan pengawasan transfer pricing untuk meningkatkan kepatuhan pajak. *Master File* dan *local file* dapat dimanfaatkan *account representative* untuk melakukan analisis risiko ketidakwajaran dan kelaziman atas transaksi afiliasi dengan menerbitkan Surat Permintaan Penjelasan dan Permintaan Data dan Keterangan (SP2DK) selanjutnya dapat menerbitkan analisis risiko untuk mengusulkan pemeriksaan dalam rangka transfer pricing.

Kata Kunci : *Pengawasan, Transfer Pricing Documentation, Kepatuhan Pajak*

ANALISIS PRODUKSI, PENDAPATAN, POLA KONSUMSI DAN KESEMPATAN KERJA (STUDI PADA INDUSTRI KECIL DAN KERAJINAN BATU BATA DAN BATIK DI KOTA JAMBI SEBELUM DAN MASA COVID-19)

Syaparuddin¹⁾ dan Iwan Putra²⁾

¹⁾FEB Universitas Jambi

¹⁾FKIP Universitas Jambi

syappelawan@yahoo.co.id

iwanputra@unja.ac.id

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 menyebabkan guncangan ekonomi global, hilangnya pekerjaan dan penghasilan secara besar-besaran. Akibatnya tidak hanya pada sisi konsumen saja tetapi juga pada sisi produsen. Dampak tersebut dapat pula dilihat dari aspek makro hingga aspek mikro, produsen dan konsumen,, sektor utama maupun penunjang, sektor ekonomi dan non ekonomi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) gambaran produksi, pendapatan, pola konsumsi dan penyerapan tenaga kerja pada industri kecil dan kerajinan Batu Bata dan Batik di Kota Jambi; (2) dampak pandemi Covid-19 terhadap produksi, pendapatan, pola konsumsi dan penyerapan tenaga kerja pada industri kecil dan kerajinan Batu Bata dan Batik sebelum dan saat Pandemi Covid-19 di Kota Jambi. Metode analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Alat analisis yang dipakai menggunakan adalah uji beda dua rata-rata untuk sampel berpasangan. Hasil Penelitian menunjukkan: (1) Gambaran besarnya pendapatan, produksi, pola konsumsi dan penyerapan tenaga kerja pada dasarnya mengalami penurunan pada masa covid 19 dibandingkan sebelumnya, (2) Dampak yang ditimbulkan secara keseluruhan menunjukkan bahwa aspek produksi, pendapatan dan pola konsumsi tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada masa sebelum dan masa covid 19, tetapi penyerapan tenaga kerja terdapat perbedaan yang signifikan pada masa sebelum dan pada masa Covid 19 pada usaha batik dan Batu Bata yang ada di Kota Jambi.

Kata Kunci : *Produksi, Pendapatan, Pola Konsumsi, Kesempatan Kerja*

BAGAIMANA TATA KELOLA DAN PERILAKU BISNIS STAND CONTAINER?

Tona Aurora Lubis¹⁾

¹⁾Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi pelaksanaan tata kelola dan perilaku bisnis Stand Container yang ada di Provinsi Jambi. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan tipe fenomenologi. Penelitian ini menggunakan para pelaku usaha yang menggunakan stand container sebagai objek penelitian. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa tata kelola yang dijalankan oleh usaha stand container menggunakan kemandirian, modern, dan sistem yang sederhana. Selain itu, perilaku bisnis yang muncul dalam stand container berupa kesederhanaan, praktis dan kekinian.

Kata Kunci : *Stand Container, Tata Kelola, Perilaku Bisnis, Kualitatif*

MENGAPA BUMDESA TIDAK AKTIF DI PROVINSI JAMBI?

Tona Aurora Lubis¹⁾ dan Firmansyah²⁾

^{1),2)}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi

andirach82@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi alasan ketidakaktifan BUMDesa di Provinsi Jambi. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan jenis fenomenologi. Objek penelitian berupa BUMDesa yang tidak aktif di Provinsi Jambi. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa beberapa alasan penyebab ketidakaktifan BUMDesa diantaranya kualitas SDM pengelola BUMDesa yang tidak memenuhi kualifikasi, kurangnya harmonisasi antara pengelola BUMDesa dengan perangkat dan masyarakat desa, serta kurangnya sosialisasi dan pendampingan peraturan tata kelola BUMDesa oleh pemerintah.

Kata Kunci : *BUMDesa, Tata Kelola, Kualitatif*

INDEX PEMBANGUNAN MANUSIA BERPENGARUH TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI

**Veronika Nugraheni Sri Lestari¹⁾, Dwi Cahyono²⁾,
Nikolai Rezky Miftahurrachman³⁾**

^{1),3)}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dr. Soetomo

²⁾Fakultas Teknik, Universitas Dr. Soetomo

venugra@unitomo.ac.id

ABSTRAK

Indeks Pembangunan Manusia (IPM) merupakan tolak ukur suatu daerah dalam memajukan kesejahteraan dan kualitas sumber daya manusia yang dimiliki, dengan indikator Angka harapan hidup, Angka melek huruf, konsumsi, dan rata-rata lama sekolah. Sedangkan Kemiskinan merupakan salah satu penyebab terhambatnya pertumbuhan ekonomi. Kemiskinan juga merupakan masalah yang tidak kunjung terselesaikan. Berbagai program yang bertujuan untuk memberantas kemiskinan telah dilakukan oleh pemerintah. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang bukan diusahakan sendiri oleh peneliti, data diambil dari Badan Pusat Statistik (BPS). Data yang digunakan adalah Angka Harapan Hidup AHH, Konsumsi, Rata-rata Lama Sekolah, Angka Melek Huruf, Kemiskinan, dan Pertumbuhan Ekonomi tahun 2010-2015. Berdasarkan hasil penelitian bahwa secara parsial angka harapan hidup dengan tingkat signifikansi sebesar 0,099%, konsumsi dengan tingkat signifikansi sebesar 0,111%, rata-rata lama sekolah dengan tingkat signifikansi sebesar 0,065%, dan kemiskinan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,053% dapat menunjukkan bahwa keempat variabel independen tersebut tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi pada tahun 2010-2015. Sedangkan Angka Melek huruf dengan tingkat signifikansi sebesar 0,013% secara parsial berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi pada tahun 2010-2015.

Kata Kunci : *Indeks Pembangunan Manusia, Pertumbuhan, Pertumbuhan Ekonomi, Dan Ukur Kesejahteraan*

PENGARUH QUALITY OF PRODUCT, VARIETY SEEKING, DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP BRAND SWITCHING PRODUK KOSMETIK LIPSTIK LAIN KE LIPSTIK WARDAH (PERSPEKTIF WANITA DI KOTA JAMBI)

Vinny Nurhidayah¹⁾

¹⁾Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari *quality of product*, *variety seeking*, dan *electronic word of mouth* terhadap *brand switching* dengan pendekatan eksploratif. Objek Penelitian ini adalah wanita di Kota Jambi yang menggunakan Lipstik Wardah. Teknik pengambilan sampel adalah *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang responden dari populasi. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan *software* SPSS versi 22.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan masing-masing variabel independen yang digunakan berpengaruh secara signifikan terhadap *brand switching* dari produk kosmetik lipstik lain ke lipstik Wardah. Secara parsial variabel *quality of product* (X1) dan *electronic word of mouth* (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap *brand switching* (Y), dan *variety seeking* (X2) tidak berpengaruh terhadap *brand switching* (Y).

Kata Kunci : *Quality Of Product, Variety Seeking, Electronic Word Of Mouth dan Brand Switching.*

DETERMINAN TRANSFER PRICING PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG LISTED DI BEI TAHUN 2016-2019

Yetty Murni¹⁾

¹⁾Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pancasila

yettymurni@gmail.com

ABSTRAK

Transfer Pricing yang dilakukan oleh perusahaan didorong oleh alasan pajak maupun bukan pajak. Hal ini dilakukan untuk menghindari pajak dalam rangka untuk memperoleh keuntungan yang tinggi. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh beban pajak, ukuran perusahaan, kepemilikan asing, profitabilitas dan *debt covenant* terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Data yang digunakan terdiri dari 10 perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi dengan periode pengamatan 4 tahun sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 40. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi data panel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel beban pajak dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*. Sedangkan kepemilikan asing, profitabilitas dan *debt covenant* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*.

Kata Kunci : *Transfer Pricing, Beban Pajak, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, Profitabilitas, Debt Covenant*

KERAGAMAN MODA TRANSPORTASI MASYARAKAT KOTA JAMBI DAN FAKTOR YANG MEMPENGARUHINYA

Junaidi¹⁾, Yulmardi²⁾, Hardiani³⁾

^{1),2),3)}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pancasila

yettymurni@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kebutuhan dan keragaman moda transportasi yang digunakan masyarakat Kota Jambi..Data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer bersumber dari sampel rumah tangga di Kota Jambi. Selanjutnya data sekunder bersumber dari instansi/lembaga terkait di tingkat nasional, provinsi, dan Kota Jambi yang terkait dengan kondisi makro transportasi. Analisis secara statistik deskriptif dilakukan untuk menganalisis karakteristik sosial ekonomi individu dan keragaman moda transportasi yang digunakan di Kota Jambi. Secara deskriptif juga dilakukan dengan tabel-tabel frekuensi tunggal dan tabulasi silang. Hasil analisis menemukan bahwa moda transportasi yang utama digunakan masyarakat Kota Jambi adalah motor pribadi. Moda transportasi angkutan umum merupakan pilihan kedua dan penggunaan mobil pribadi menjadi pilihan ketiga. Secara umum, pilihan moda transportasi ini dipengaruhi oleh jenis kelamin, kegiatan utama, kepemilikan mobil, kepemilikan sepeda motor dan pendapatan rumah tangga.

Kata Kunci : *Moda Transportasi, Perkotaan*

HUMAN RESOURCES MANAGEMENT IMPLEMENTATION IMPACT ON JOB SATISFACTION AND EMPLOYEE LOYALTY AN OVERVIEW

Musnaini¹⁾, Hadion Wijoyo²⁾, Jasmani³⁾, Denok Sunarsi⁴⁾, Irfan Rizka Akbar⁵⁾

¹⁾Universitas Jambi

²⁾STMIK Dharmapala, Riau

^{3),4),5)}Universitas Pamulang, Banten

musnaini@unja.ac.id; hadion.wijoyo@lecturer.stmikdharmapalariiau.ac.id;
3dosen01770@unpam.ac.id; 4denoksunarsi@unpam.ac.id; 5dosen02461@unpam.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian Konsumen Handphone Merek Samsung Pada Mahasiswa Universitas Pamulang. Metode yang digunakan adalah *explanatory research* dengan teknik analisis menggunakan analisis statistik dengan pengujian regresi, korelasi, determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 42,4%, uji hipotesis diperoleh t hitung $>$ t tabel atau ($8,280 > 1,986$). Citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 49,1%, uji hipotesis diperoleh t hitung $>$ t tabel atau ($9,463 > 1,986$). Kualitas produk dan citra merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi $Y = 9,701 + 0,309X_1 + 0,454X_2$ dan kontribusi pengaruh sebesar 55,6%, uji hipotesis diperoleh F hitung $>$ F tabel atau ($57,510 > 2,700$).

Kata Kunci : *Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian*

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Dinamika persaingan bisnis yang semakin ketat antara perusahaan, mendorong perusahaan tersebut mendiferensiasikan produknya supaya mempunyai karakteristik yang unik yang berbeda dan unggul dari produk perusahaan pesaing. Sehingga dapat menimbulkan daya tarik dan minat konsumen untuk melakukan pembelian. Hal ini dilakukan perusahaan untuk mempertahankan pangsa pasarnya atau bahkan untuk memperluas pangsa pasarnya dan memperoleh hasil yang maksimal. Tingkat persaingan yang terjadi antar perusahaan-perusahaan handphone semakin ketat karena saat ini banyak perusahaan-perusahaan handphone menawarkan produknya ke pasar.

Keputusan konsumen untuk berpindah merek merupakan fenomena kompleks yang dipengaruhi oleh faktor-faktor perilaku tertentu, skenario persaingan dan waktu sehingga perpindahan merek tidak hanya terjadi karena faktor ketidakpuasan konsumen. Keputusan perpindahan merek yang dilakukan konsumen juga dipengaruhi oleh adanya kebutuhan mencari variasi. Kebutuhan mencari variasi merupakan komitmen secara sadar untuk membeli merek lain karena individu terdorong untuk menjadi terlibat, terdorong ingin mencoba hal baru, memiliki rasa ingin tahu yang tinggi terhadap hal baru yang tujuannya

adalah untuk mencari kesenangan atau untuk melepas kejenuhan dari merek yang biasa dipakainya (Setiyaningrum, 2005).

Ekuitas merek merupakan kekuatan yang dimiliki oleh sebuah merek yang mampu memberikan nilai bagi konsumen yang menggunakan atau mengkonsumsi produk dengan merek tersebut. Brand Equity sangat berkaitan dengan seberapa banyak pelanggan suatu merek merasa puas dan merasa rugi bila berganti merek (brand switching), menghargai merek itu dan menganggapnya sebagai teman, dan merasa terikat kepada merek itu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa brand equity adalah kekuatan merek yang menjanjikan nilai yang diharapkan konsumen atas suatu produk sehingga akhirnya konsumen akan merasa mendapatkan kepuasan yang lebih bila dibanding produk-produk lainnya.

Munculnya berbagai macam produk dalam satu kategori dengan kualitas produk yang sudah menjadi standar dan dapat dengan mudah ditiru dan dimiliki oleh siapapun mengakibatkan sulitnya suatu perusahaan untuk mempertahankan dirinya sebagai pemimpin pasar. Untuk mengatasi penetrasi yang dilakukan oleh kompetitor, maka perusahaan akan tetap menjaga pangsa pasarnya, salah satunya dengan membentuk Citra Merek yang kuat oleh perusahaan. Citra merek yang positif atau citra merek yang kuat yang dimiliki oleh perusahaan akan menjadi nilai tambah dalam menarik pelanggan baru serta mempertahankan pelanggan yang telah ada.

Citra merek yang buruk akan menyebabkan perusahaan mengalami kesulitan dalam menarik konsumen baru dan bahkan citra merek yang buruk dapat berdampak pada berpindahnya pelanggan yang telah ada ke pihak pesaing. Citra merek yang positif akan menyebabkan adanya loyalitas merek dari pelanggan yang mengkonsumsi atau menggunakan produk pada merek tersebut. Pelanggan yang memiliki loyalitas merek tertentu akan mendorong pelanggan untuk memiliki sikap yang positif serta berkomitmen terhadap merek tersebut sehingga mendorong pelanggan untuk selalu melakukan pembelian secara terus menerus di masa mendatang.

Menurut Lau dan Lee (1999), loyalitas terhadap merek adalah perilaku niat untuk membeli sebuah produk dan Jurnal Ekuilibrium, Volume 14, Nomor 1, Maret 2016 45 perusahaan untuk mempertahankan dirinya sebagai pemimpin pasar. Untuk mengatasi penetrasi yang dilakukan oleh kompetitor, maka perusahaan akan tetap menjaga pangsa pasarnya, salah satunya dengan membentuk Citra Merek yang kuat oleh perusahaan. Citra merek yang positif atau citra merek yang kuat yang dimiliki oleh perusahaan akan menjadi nilai tambah dalam menarik pelanggan baru serta mempertahankan pelanggan yang telah ada. Citra merek yang buruk akan menyebabkan perusahaan mengalami kesulitan dalam menarik konsumen baru dan bahkan citra merek yang buruk dapat berdampak pada berpindahnya pelanggan yang telah ada ke pihak pesaing. Citra merek yang positif akan menyebabkan adanya loyalitas merek dari pelanggan yang mengkonsumsi atau menggunakan produk pada merek tersebut. Pelanggan yang memiliki loyalitas merek tertentu akan mendorong pelanggan untuk memiliki sikap yang positif serta berkomitmen terhadap merek tersebut sehingga mendorong pelanggan untuk selalu melakukan pembelian secara terus menerus di masa mendatang.

Menurut Lau dan Lee (1999), loyalitas terhadap merek adalah perilaku niat untuk membeli sebuah produk dan mendorong orang lain untuk melakukan hal yang sama. Tentu saja hal ini dapat memberikan imbalan yang besar bagi perusahaan terutama jika loyalitas ini bersifat jangka panjang dan kumulatif. Semakin lama loyalitas seorang pelanggan, semakin besar laba yang diperoleh perusahaan dari pelanggan tersebut.

2. Rumusan Masalah

- a. Adakah pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian Konsumen Handphone Merek Samsung Pada Mahasiswa Universitas Pamulang ?
- b. Adakah pengaruh antara citra merek terhadap keputusan pembelian Konsumen Handphone Merek Samsung Pada Mahasiswa Universitas Pamulang ?
- c. Adakah pengaruh secara simultan antara kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian Konsumen Handphone Merek Samsung Pada Mahasiswa Universitas Pamulang ?

3. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian Konsumen Handphone Merek Samsung Pada Mahasiswa Universitas Pamulang.
- b. Untuk mengetahui pengaruh antara citra merek terhadap keputusan pembelian Konsumen Handphone Merek Samsung Pada Mahasiswa Universitas Pamulang.
- c. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian Konsumen Handphone Merek Samsung Pada Mahasiswa Universitas Pamulang.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Kualitas Produk

Produk bukan hanya berupa barang nyata tetapi bisa berupa jasa, maka produk dapat memberikan kepuasan yang berbeda sehingga perusahaan dituntut untuk lebih kreatif dan berpandangan luas terhadap produk yang dihasilkan. Menurut Kotler dan Armstrong (2017:299) berpendapat “Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menampilkan fungsinya, hal ini termasuk waktu kegunaan dari produk, keandalan, kemudahan, dalam penggunaan dan perbaikan, dan nilai-nilai yang lainnya. Kualitas produk dapat ditinjau dari dua sudut pandang yaitu sudut pandang internal dan sudut pandang eksternal”.

2. Citra Merek

Citra dari sebuah perusahaan berawal dari perasaan pelanggan dan para pelaku bisnis tentang organisasi yang bersangkutan sebagai produsen produk tersebut sekaligus hasil evaluasi individual tentang hal tersebut. Citra menurut Kotler dan Keller (2017) adalah sejumlah keyakinan, ide, dan kesan yang dipegang oleh seseorang tentang sebuah objek.

3. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan salah satu tahapan dalam proses keputusan pembelian sebelum perilaku pasca pembelian. Dalam memasuki tahap keputusan pembelian sebelumnya konsumen sudah dihadapkan pada beberapa pilihan alternatif sehingga pada tahap ini konsumen akan melakukan aksi untuk memutuskan untuk membeli produk berdasarkan pilihan yang ditentukan. Menurut Kotler (2017) berpendapat bahwa keputusan pembelian adalah serangkaian proses yang dilalui konsumen dalam memutuskan tindakan pembelian.

METODE PENELITIAN

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 95 responden Konsumen Handphone Merek Samsung Pada Mahasiswa Universitas Pamulang

2. Sampel

Sampel dalam penelitian ini berjumlah 95 responden.

3. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai adalah asosiatif, dimana tujuannya adalah untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat baik parsial maupun simultan

4. Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data digunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, regresi, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

HASIL PENELITIAN

1. Analisis Deskriptif

Pada pengujian ini digunakan untuk mengetahui skor minimum dan maksimum, *mean score* dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis *Descriptive Statistics*

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas produk (X1)	95	32	48	38.25	3.979
Citra merek (X2)	95	30	47	38.49	3.842
Keputusan pembelian (Y)	95	31	47	39.00	3.641
Valid N (listwise)	95				

Kualitas produk diperoleh *varians* minimum sebesar 32 dan *varians maximum* 48 dengan *mean score* sebesar 38,25 dengan standar deviasi 3,979.

Citra merek diperoleh *varians* minimum sebesar 30 dan *varians maximum* 47 dengan *mean score* sebesar 38,49 dengan standar deviasi 3,842.

Keputusan pembelian diperoleh *varians* minimum sebesar 31 dan *varians maximum* 47 dengan *mean score* sebesar 39,00 dengan standar deviasi 3,641.

2. Analisis Verifikatif.

Pada analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui perubahan variabel dependen jika variabel independen mengalami perubahan. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.701	2.745		3.534	.001
Kualitas produk (X1)	.309	.084	.337	3.669	.000
Citra merek (X2)	.454	.087	.479	5.212	.000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh persamaan regresi $Y = 9,701 + 0,309X_1 + 0,454X_2$. Dari persamaan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 9,701 diartikan jika kualitas produk dan citra merek tidak ada, maka telah terdapat nilai keputusan pembelian sebesar 9,701 point.
- 2) Koefisien regresi kualitas produk sebesar 0,309, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan kualitas produk sebesar 0,309 maka keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,309 point.
- 3) Koefisien regresi citra merek sebesar 0,454, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan citra merek sebesar 0,454 maka keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,454 point.

b. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian

		Correlations^b	
		Kualitas produk (X1)	Keputusan pembelian (Y)
Kualitas produk (X1)	Pearson Correlation	1	.651**
	Sig. (2-tailed)		.000
Keputusan pembelian (Y)	Pearson Correlation	.651**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,641 artinya kualitas produk memiliki hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian.

Tabel 4. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Citra merek Terhadap Keputusan Pembelian

Correlations^b

		Citra merek (X2)	Keputusan pembelian (Y)
Citra merek (X2)	Pearson Correlation	1	.700**
	Sig. (2-tailed)		.000
Keputusan pembelian (Y)	Pearson Correlation	.700**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,700 artinya citra merek memiliki hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian.

Tabel 5. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Kualitas produk dan Citra merek secara simultan Terhadap Keputusan pembelian

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.745 ^a	.556	.546	2.453

a. Predictors: (Constant), Citra merek (X2), Kualitas produk (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,745 artinya kualitas produk dan citra merek secara simultan memiliki hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian.

c. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.651 ^a	.424	.418	2.777

a. Predictors: (Constant), Kualitas produk (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,424 artinya kualitas produk memiliki kontribusi pengaruh sebesar 42,4% terhadap keputusan pembelian.

Tabel 7. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Citra merek Terhadap Keputusan Pembelian

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.700 ^a	.491	.485	2.613

a. Predictors: (Constant), Citra merek (X2)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,491 artinya citra merek memiliki kontribusi pengaruh sebesar 49,1% terhadap keputusan pembelian.

Tabel 8. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Kualitas produk dan Citra merek Terhadap Keputusan Pembelian

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.745 ^a	.556	.546	2.453

a. Predictors: (Constant), Citra merek (X2), Kualitas produk (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,556 artinya kualitas produk dan citra merek secara simultan memiliki kontribusi pengaruh sebesar 55,6% terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 44,4% dipengaruhi faktor lain.

d. Uji Hipotesis

Uji hipotesis Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis dengan uji t digunakan untuk mengetahui hipotesis parsial mana yang diterima.

Hipotesis pertama: Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis Kualitas produk Terhadap Keputusan pembelian.

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16.197	2.769		5.850	.000
Kualitas produk (X1)	.596	.072	.651	8.280	.000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau ($8,280 > 1,986$), dengan demikian hipotesis pertama yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian diterima.

Tabel 10. Hasil Uji Hipotesis Citra merek Terhadap Keputusan pembelian.

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13.452	2.713		4.959	.000
Citra merek (X2)	.664	.070	.700	9.463	.000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau ($9,463 > 1,986$), dengan demikian hipotesis kedua yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian diterima.

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis dengan uji F digunakan untuk mengetahui hipotesis simultan yang mana yang diterima.

Hipotesis ketiga Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian.

Tabel 11. Hasil Uji Hipotesis Kualitas produk dan Citra merek Terhadap Keputusan pembelian.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	692.274	2	346.137	57.510	.000 ^b
	Residual	553.726	92	6.019		
	Total	1246.000	94			

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (57,510 > 2,700), dengan demikian hipotesis ketiga yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian diterima.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Pengaruh Kualitas produk Terhadap Keputusan pembelian

Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan korelasi sebesar 0,641 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 42,4%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (8,280 > 1,986). Dengan demikian hipotesis pertama yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian diterima.

2. Pengaruh Citra merek Terhadap Keputusan pembelian

Citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan korelasi sebesar 0,700 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 49,1%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (9,463 > 1,986). Dengan demikian hipotesis kedua yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian diterima.

3. Pengaruh Kualitas produk dan Citra merek Terhadap Keputusan pembelian

Kualitas produk dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan diperoleh persamaan regresi $Y = 9,701 + 0,309X_1 + 0,454X_2$, nilai korelasi sebesar 0,745 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 55,6% sedangkan sisanya sebesar 44,4% dipengaruhi faktor lain. Pengujian hipotesis diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (57,510 > 2,700). Dengan demikian hipotesis ketiga yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

- a. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi pengaruh sebesar 42,4%. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau $(8,280 > 1,986)$.
- b. Citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi pengaruh sebesar 49,1%. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau $(9,463 > 1,986)$.
- c. Kualitas produk dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi pengaruh sebesar 55,6% sedangkan sisanya sebesar 44,4% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai F hitung $>$ F tabel atau $(57,510 > 2,700)$.

2. Saran

- a. Perusahaan harus senantiasa melakukan riset pasar agar mampu memenuhi harapan konsumen dengan inovasi produk yang berkualitas
- b. Perusahaan harus selalu memperkuat citra merek produk agar kuat tertanam dibenak konsumen.
- c. Kinerja perusahaan dapat ditingkatkan dengan memberdayakan karyawan memahami strategi pemasaran yang tepat dalam memperkuat penjualan dan eksis dipasaran

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. (2015). *"Analisis Regresi untuk Bisnis dan Ekonomi"*. Yogyakarta: BPFE.
- Arikunto, Suharsimi (2014). *"Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek"*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ariyanto, A., Nuryani, A., & Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Bsd Tangerang Selatan. Jurnal Ekonomi Efektif, 3(1).
- Chaudhuri, A. & Holbrook, M.B. 2001. The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: the role of brand loyalty. Journal of Marketing. (65) 2:81-93.
- Edris, Mochamad. 2009. Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek (Studi Kasus pada Deterjen Merek Rinso di Kabupaten Kudus). Jurnal Analisis Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus. ISSN: 1979 – 6889.
- Erlangga, H. (2020). The Challenges of Organizational Communication in the Digital Era. Solid State Technology, 63(4), 1240-1246.
- Fandy Tjiptono (2017), *Service Quality and Satisfiation*. Jakarta: Edisi tiga. Andi.
- Freddy Rangkuti (2016) *Strategi Promosi Yang Kreatif*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Giddens. 2002. Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Ahli Bahasa: Dwi Kartini Jaya. Edisi Revisi dan Terbaru. Jakarta: Erlangga.
- Gremler dan Brown. 2009. Customer Relationship Marketing: A Strategic Imperative in the World of e.Business, Canada: John Wiley & Sons Ltd.
- Hadion Wijoyo, Denok Sunarsi. (2020). Manajemen internasional. CV. Insan Cendekia Mandiri.
- Imam Ghozali (2017). *"Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS"*. Edisi Kelima. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Istijanto (2014) *"Riset Sumber Daya Manusia"*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka

- Jasmani, J. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Baja Mandiri Di Jakarta. *Disrupsi Bisnis*, 1(1).
- Jasmani, J. (2019). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada PT. Ragam Baja Nusantara. *Disrupsi Bisnis*, 2(1).
- Jasmani, J. (2019). Pengaruh Product Development Dan Promotion Mix Terhadap Peningkatan Penjualan Yang Berdampak Pada Keunggulan Bersaing. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 1(2).
- Jasmani, J., & Sunarsi, D. (2020). The Influence of Product Mix, Promotion Mix and Brand Image on Consumer Purchasing Decisions of Sari Roti Products in South Tangerang. *PINISI Discretion Review*, 1(1), 165-174.
- Kotler, dan Keller. (2007). "Manajemen Pemasaran". Edisi 12. Jakarta: PT. Perca.
- Kotler, Philip dan Armstrong. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1&2. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller K Lane. 2006.. Manajemen Pemasaran, Edisi 11. Jakarta: Ghalia, Indonesia.
- Kotler, Philip. 2001. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Lau, Geok Theng dan Sook Han Lee. 1999. Consumer Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. *Journal of Market Focused Management*, Vol. 4.
- MG Haque, M Munawaroh, D Sunarsi. (2020). Analysis of SMEs Culinary Marketing Strategy During Covid 19 Pancemic: A Study at "Sate Bebek Cilegon" Resto in Cilegon, Banten. *International Journal of Education, Information Technology, and Others*, Volume 3 Issue 2
- Schiffman, Leon and Leslie Lazar Kanuk. 2007. Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh. Prentice Hall, New Jersey.
- Setiyaningrum, Ari. 2007. Pengaruh Ketidak puasan Konsumen dan Variety Seeking Terhadap Keputusan Perpindahan Merek, *Jurnal Ekonomi & Bisnis Indonesia* Vol.2. No.2 h. 101-121.
- Shimp Terence. 2003. Periklanan dan Promosi, Erlangga, Jakarta.
- Sudjana (2014) "*Metode Statistika*", Bandung: Tarsido.
- Sugiyono (2017), "*Metode Penelitian Administrasi : dilengkapi dengan Metode R & D*". Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto (2014). "*Metode Riset Pemasaran*". Bandung: Alfabeta
- Syobar, K., Hardiyan, A., Romlah, O. Y., Yusup, M., & Sunarsi, D. (2020). The Effect of Service Quality and Price on Purchase Decisions in Woodpecker Coffee in South Jakarta. *Solid State Technology*, 63(6), 1491-1504.

PENGARUH ELEKTRONIK WORD OF MOUTH DAN DISCOUNT TERHADAP MINAT BELI DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA MARKETPLACE LAZADA INDONESIA

Novita Sari¹⁾, Fitri Chairunnisa²⁾, Maulidia Imastary Tan³⁾

^{1),2),3)}Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi

arkaanraja@yahoo.co.id

fitri_chairunnisa@unja.ac.id

maulidiaimastary@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Electronic Word of Mouth* (eWOM) dan *Discount* terhadap Minat Beli dengan *Brand Image* sebagai variabel Moderasi pada toko Online Lazada Indonesia. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, sehingga untuk menentukan jumlah sampelnya digunakan rumus Malhotra yaitu minimal 4 atau 5 dikalikan jumlah variabel atau jumlah pertanyaan yang ada, sehingga diperoleh angka 170 responden. Jenis penelitian yang dilakukan adalah deskriptif verifikatif dimana penelitian akan menemukan fakta dengan interpretasi yang tepat. Data primer diperoleh melalui wawancara dan kuesioner tertutup dengan menggunakan skala Likert. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua metode. Metode analisis pertama adalah analisis regresi berganda untuk menguji pengaruh variabel *E- WOM* dan *discount* terhadap variabel minat beli. Metode analisis kedua adalah analisis regresi moderasi untuk mengetahui pengaruh variabel moderasi (*Brand Image*) dalam hubungan pengaruh variabel *E- WOM* dan *discount* terhadap variabel minat beli. Data yang diperoleh akan diolah dan diinterpretasikan. Pengolahan data menggunakan program SEM dengan menggunakan *Software SmartPLS (Partial Least Square)*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Electronic Word of Mouth* (eWOM) dan *Discount* berpengaruh signifikan terhadap *Brand Image*. Kemudian, *Electronic Word of Mouth* (eWOM) dan *Discount* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli serta *Brand Image* mampu memediasi hubungan antara *Electronic Word of Mouth* (eWOM) dan *Discount* terhadap Minat Beli

Kata Kunci : *Electronic Word of Mouth* (eWOM), *Discount*, *Brand Image* dan Minat Beli

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang pesat dewasa ini berdampak signifikan terhadap pertumbuhan sektor perdagangan elektronik atau yang biasa disebut dengan *E-Commerce*. Data yang diperoleh melalui Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM), nilai investasi di sektor *e-Commerce* pada 2017 mencapai lebih dari US\$ 5 miliar, sehingga membuatnya sebagai salah satu sektor ekonomi paling strategis (cnbc indonesia, 2019). Pertumbuhan *E-Commerce* merubah pola belanja masyarakat semakin bergeser ke arah belanja daring. Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (APRINDO) memprediksi akan banyak gerai ritel yang menyesuaikan pola bisnisnya dengan tren saat ini.

Berdasarkan laporan tahunan dari *We Are Social*, persentase masyarakat Indonesia yang berbelanja *daring* dalam kurun waktu sebulan pada tahun 2017 mencapai 41 persen dari

total populasi, naik 15 persen dibandingkan tahun 2016 yang hanya 26 persen. Hasil survey yang dilakukan *Shopback* Indonesia, dari 1000 orang responden, sebanyak 70,2 persen beralih ke belanja daring. 83,1 persen responden menyatakan bahwa awalnya mereka hanya ingin melihat produk-produk yang dijual di *marketplace*, namun berakhir dengan membeli karena banyak faktor yang mendorong mereka untuk berbelanja seperti promo diskon ataupun *cashback*.

Data yang diperoleh dari lembaga riset digital *eMarketer*, jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia pada tahun 2019 diprediksi akan mencapai lebih dari 100 juta dan menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2017 jumlah pengguna internet di Indonesia sudah mencapai 143,26 juta. “Hal ini menjadikan Indonesia sebagai negara dengan pengguna aktif *smartphone* terbesar ke empat di dunia setelah Tiongkok, India dan Amerika Serikat (AS)”. Tahun 2019 ini diperkirakan terjadi fenomena baru dimana pedagang *daring* di media sosial, seperti Facebook ataupun “Instagram, akan beralih ke *platform e-Commerce* seperti Shopee ataupun Lazada”. *Platform ini* memiliki fitur *Instashop*, sehingga para pedagang ini nantinya juga bisa menjual produknya pada *marketplace* tersebut.

Berikut sepuluh situs *daring* terbesar di Indonesia :

Tabel 1: Marketplace Terbesar Di Indonesia (Kuartal 4, 2018)

No	Marketplace	Pengunjung bulanan	Ranking Appstore	Ranking Playstore	Instagram	Facebook	Jumlah Karyawan
1	Tokopedia	168.000.000	#2	#3	1.028.890	6.028.100	2.215
2	Bukalapak	116.000.000	#4	#4	466.460	2.410.200	2.275
3	Shopee	67.677.900	#1	#1	1.788.340	14.003.700	2.263
4	Lazada	58.288.400	#3	#2	945.490	27.940.000	2.024
5	Blibli	43.097.200	#7	#6	449.840	8.101.900	1.120
6	JD ID	16.978.200	#5	#5	329.250	779.800	891
7	Zalora	5.518.600	#6	#8	314.100	7.676.600	442
8	Sale Stock Indonesia	4.627.600	#9	#7	606.470	4.354.900	545
9	Elevania	3.938.000	#14	#11	121.230	1.191.300	302
10	Ilote	3.517.400	#13	#34	50.590	54.900	121

Sumber: *iprice insight*, 2019

Dari tabel diatas terlihat bahwa minat masyarakat dalam berbelanja di *marketplace* sangat besar. Masing-masing *marketplace* ini bersaing ketat dalam memperebutkan pangsa pasar di Indonesia. Lazada adalah salah satu *marketplace* yang diminati oleh konsumen dan mengalami persaingan sengit dengan *marketplace* lainnya. Pada kuartal kedua tahun 2018, Lazada masih menjadi pemimpin pasar, namun pada kuartal keempat di tahun yang sama posisinya telah direbut oleh Tokopedia. (*iprice insight*, 2019). Namun saat ini Lazada sudah diakuisisi oleh Alibaba, sehingga *marketplace* lainnya harus semakin waspada dalam meluncurkan strategi bersaingnya.

Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus memiliki kesan yang baik di masyarakat. Konsumen beranggapan bahwa kesan yang baik dari suatu perusahaan adalah salah satu hal yang penting, apalagi dalam berbelanja secara daring. Untuk itulah, perusahaan meningkatkan kualitasnya melalui *Brand Image*. *Brand Image* (Citra Merek) adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen seperti yang dicerminkan asosiasi merek yang tertanam dalam ingatan konsumen (Kotler & Keller, 2009).

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu, faktor yang mempengaruhi Minat Beli pada marketplace antara lain adalah *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) dan *Discount*. Penelitian yang dilakukan oleh Trusov et al (2009) membuktikan bahwa e-WOM lebih berpengaruh dibandingkan WOM secara tradisional terhadap Minat Beli. Hal ini juga diperkuat oleh penelitian Jalilvand dan Samiei (2012) bahwa e-WOM memiliki pengaruh positif terhadap *Brand Image* dan Minat Beli.

Strategi promosi handal lainnya untuk mendongkrak angka penjualan adalah *Discount*. Kotler dan Armstrong (2008) mendefinisikan *Discount* sebagai “pengurangan harga langsung terhadap pembelian dalam periode tertentu”. Untuk *marketplace*, diskon merupakan salah satu faktor yang menarik konsumen untuk berbelanja. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Pertama, Bagaimana pengaruh *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) dan *Discount* terhadap Minat Beli pada *marketplace* Lazada Indonesia. Kedua, Apakah *Brand Image* memoderasi pengaruh *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) dan *Discount* terhadap Minat Beli pada *marketplace* Lazada Indonesia?

Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) dan *Discount* Terhadap Minat Beli Dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Moderasi Pada *Marketplace* Lazada Indonesia”**

LITERATURE REVIEW

Penggunaan internet di Indonesia yang cukup besar menunjukkan bahwa internet telah menjadi fenomena yang merubah gaya hidup masyarakat luas. Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2017 jumlah pengguna internet di Indonesia sudah mencapai 143,26 juta, lebih dari setengah jumlah total penduduk di Indonesia. Hal ini membuat segala aktivitas masyarakat dapat dilakukan secara daring, termasuk kegiatan perdagangan elektronik atau *E-Commerce*.

Dalam perkembangannya semakin banyak bermunculan *marketplace* yang merupakan bagian dari *e-commerce*. *Marketplace* ini menyediakan berbagai pelayanan jasa yang sangat memudahkan masyarakat dalam bertransaksi, salah satunya adalah belanja *daring*. Dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat yang beraneka ragam dalam berbelanja *daring*, setiap *marketplace* menawarkan keunggulannya masing-masing. Untuk memenangkan persaingan ini salah satu cara yang digunakan oleh perusahaan adalah dengan strategi merek. Merek menjadi salah satu faktor pertimbangan konsumen dalam berbelanja *daring*. Karenanya perusahaan harus memiliki *Brand Image* (citra merek) yang baik di masyarakat.

Brand Image merupakan serangkaian asosiasi (persepsi) yang ada dalam benak konsumen terhadap suatu merek, biasanya terorganisasi menjadi suatu makna. Hubungan terhadap suatu merek akan semakin kuat jika didasarkan pada pengalaman dan mendapat banyak informasi.”Citra merek meliputi pengetahuan dan kepercayaan akan atribut merek (aspek kognitif), konsekuensi dari penggunaan merek tersebut dan situasi penggunaan yang sesuai, begitu juga dengan evaluasi, perasaan dan emosi yang dipresepsikan dengan merek tersebut (aspek afektif).

“Peter & Olson dalam Lutiary Eka Ratri (2007) mengemukakan citra merek sebagai persepsi konsumen dan preferensi terhadap merek sebagaimana yang direfleksikan oleh berbagai macam asosiasi merek yang ada dalam ingatan konsumen”. Citra merek (*Brand Image*) merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu. Menurut Setiadi (2003), Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek.”Konsumen yang memiliki citra yang positif terhadap suatu merek, akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian”. Kotler dan Armstrong (2014) menyatakan bahwa citra merek adalah sekumpulan keyakinan terhadap suatu. Menurut Keller (2013) dimensi utama pembentuk citra merek adalah sebagai berikut:

1. *“Brand Identity (Identitas Merek)”*
Merupakan identitas fisik yang berkaitan dengan merek atau produk tersebut sehingga pelanggan mudah mengenali dan membedakannya dengan merek lain
2. *Brand Personality (Personalitas Merek)”*
Adalah karakter khas sebuah merek yang membentuk kepribadian tertentu

sebagaimana layaknya manusia, sehingga pelanggan dengan mudah membedakannya dengan merek lain dalam kategori yang sama

3. *“Brand Association (Asosiasi Merek)”*
Adalah hal-hal spesifik yang pantas atau selalu dikaitkan dengan suatu merek, bisa muncul dari penawaran unik suatu produk, aktivitas yang berulang dan konsisten.
4. *“Brand Attitude and Behavior (Sikap dan Perilaku merek)”*
Adalah sikap atau perilaku komunikasi dan interaksi merek dengan pelanggan dalam menawarkan benefit-benefit dan nilai yang dimilikinya
5. *“Brand Benefit and Competence (Manfaat dan Keunggulan Merek)”*
Merupakan nilai-nilai dan keunggulan khas yang ditawarkan oleh suatu merek kepada pelanggan yang membuat pelanggan dapat merasakan manfaat karena kebutuhan, keinginan, mimpi, dan obsesinya terwujudkan oleh apa yang ditawarkan tersebut

Studi yang dilakukan oleh *e-marketer* menemukan bahwa 46,6 % pengguna internet mendapatkan informasi melalui ulasan konsumen yang disediakan pada website atau aplikasi sebelum melakukan pembelian. Informasi ini dikenal dengan *Electronic Word of Mouth (e-WOM)*. Menurut Hennig-Thurau et al (2004) e-WOM didefinisikan sebagai pernyataan positif maupun negatif yang ditulis oleh pelanggan tentang gambaran sebenarnya, keunggulan sebuah produk atau perusahaan dan disediakan untuk sesama konsumen institusi melalui media internet. E-WOM memberikan fasilitas akses kebutuhan informasi, meningkatkan kualitas informasi dan mengorganisir informasi.

Menurut Malik et al (2013) *Electronic Word of Mouth* merupakan pernyataan positif atau negatif yang dibuat oleh pelanggan potensial, pelanggan aktual dan mantan pelanggan tentang produk atau perusahaan melalui internet. E-WOM adalah sebuah media komunikasi untuk saling berbagi informasi mengenai suatu produk atau jasa yang telah dikonsumsi antar konsumen yang tidak saling mengenal dan bertemu sebelumnya (Gruen, 2006). Menurut Sen dan Leman (2008) mengungkapkan bahwa karakteristik utama dari e-WOM adalah bahwa sumber informasi bersifat independen. Hal ini dapat diartikan bahwa sumber informasi e-WOM tidak terikat dengan sebuah perusahaan tertentu dan tidak menguntungkan perusahaan manapun. Oleh karena proses komunikasi melalui e-WOM lebih dipercayai daripada sumber informasi yang berasal dari perusahaan.”

Goyette et al., (2012) mengatakan bahwa terdapat tiga dimensi yang bisa digunakan untuk mengukur e-WOM, yaitu:

1. **Intensity** Adalah banyaknya pendapat yang ditulis konsumen dalam sebuah media online. Indikatornya adalah:
 - a. “Frekuensi mengakses informasi pada media online”
 - b. “Frekuensi interaksi antara pengguna media online”
 - c. “Banyaknya ulasan yang ditulis oleh pengguna media online”
2. **Valence of opinion** Adalah pendapat konsumen mengenai produk, jasa dan *brand*. Indikatornya adalah:
 - a. “Komentar positif dari pengguna media online”
 - b. “Rekomendasi konsumen dari media online”
 - c. “Komentar negatif dari pengguna media online”
3. **Content** Adalah isi informasi dari media online sehubungan dengan produk dan jasa. Indikatornya adalah:
 - a. Informasi kualitas produk
 - b. Informasi harga yang ditawarkan
 - c. Informasi variasi produk yang ditawarkan

Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mengetahui keadaan pasar dan konsumennya. Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan ialah dengan menggunakan strategi promosi. Promosi merupakan suatu program terkendali dan terpadu dari metode komunikasi dan material yang dirancang untuk menghadirkan perusahaan dan produk-produknya kepada calon konsumen (Boyd, *et al* (200)). Dengan menggunakan strategi promosi perusahaan dapat memberikan informasi kepada konsumen mengenai produk yang diperdagangkan.”

Dalam strategi promosi terdapat bauran promosi yang terdiri dari iklan, penjualan perorangan, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat. Pemasar dapat menggunakan strategi promosi penjualan untuk memasarkan produknya. Promosi penjualan digunakan sebagai pembeda untuk produk baru dan merek yang sudah mapan. Untuk produk baru, pemasar memberikan sampel, kupon, dan pendanaan ulang. Untuk produk-produk yang telah lama perusahaan menggunakan diskon.”

“Discount merupakan bentuk promosi penjualan yang sederhana dikarenakan hanya berupa pengurangan harga produk yang bersifat sementara (Boyd, *et al.* 2000). Strategi tersebut bertujuan untuk mendongkrak penjualan produk dalam periode waktu tertentu. Gitosudarmo (2000) diskon adalah harga yang lebih rendah dari harga yang seharusnya dibayarkan didasarkan pada beberapa hal diantaranya waktu pembayaran yang lebih awal, tingkat serta jumlah pembelian dan pembelian pada musim tertentu.”

“Kotler dan Keller (2007) mengatakan bahwa perusahaan akan menyesuaikan daftar harganya dan memberikan harga diskon, potongan harga (*Discounts and allowances*) untuk pembayaran yang lebih cepat, pembelian dalam jumlah besar, dan pembelian diluar musim. Menurut Tjiptono (2008) diskon merupakan potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual. Kotler *and* Armstrong (2008) mendefinisikan diskon merupakan pengurangan harga langsung terhadap suatu pembelian dalam periode tertentu.”

Menurut Kotler dan Keller (2007) diskon terbagi menjadi tiga, yaitu:

1. Diskon Tunai, pengurangan harga untuk pembeli yang membayar langsung.
2. Diskon Kuantitas, pengurangan harga bagi pembelian dalam jumlah banyak.
3. Diskon musiman, potongan harga yang dilakukan pada musim atau hari raya tertentu.

Perilaku konsumen merupakan suatu proses yang berkaitan erat dengan proses pembelian, pada saat itu konsumen melakukan aktifitas-aktifitas seperti melakukan pencarian, penelitian, dan pengevaluasian produk. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Yang termasuk ke dalam perilaku konsumen selain mengenai kualitas produk, juga meliputi harga produk atau jasa tersebut.”

Menurut *The American Marketing Association*, Perilaku konsumen adalah proses membagikan interaksi dinamis dari pengaruh dan kesadaran, perilaku dan lingkungan dimana seseorang melakukan pertukaran aspek kehidupannya (dalam Kotler, 2000). Perilaku konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan barang dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini (Engel, Blackwell dan Miniard 1993, dalam Ujang S, 2004). Sedangkan menurut Schiffman dan Kanuk (1994) Perilaku konsumen adalah perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan barang dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka (dalam Ujang S, 2004).

Perilaku konsumen terbentuk berdasarkan suatu proses sebelum dan sesudah seorang konsumen melakukan proses pembelian suatu barang maupun jasa. Seorang pembeli akan melakukan penilaian yang kemudian pada akhirnya akan mempengaruhi proses pengambilan keputusannya atas pembelian barang atau jasa tersebut. Tahapan pengambilan keputusan

seorang konsumen (Setiadi, 2008) yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, mengevaluasi alternatif, keputusan pembelian dan evaluasi pasca-pembelian.

Minat Beli adalah sesuatu diperoleh dari proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Menurut Kinnear dan Taylor dalam Tjiptono (2003), Minat Beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Minat Beli menurut Ferdinand (2002) merupakan pernyataan mental dari diri konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu. Sedangkan menurut Kotler (2008), Minat Beli konsumen adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai pada akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya.

Menurut Ferdinand (2002) Minat Beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:

1. “Minat transaksional adalah kecenderungan seseorang untuk membeli produk”
2. “Minat refrensial adalah kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain”
3. “Minat preferensial adalah menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefrensi utama pada suatu produk, namun preferensi ini dapat berubah jika terjadi sesuatu dengan produk prefrensinya”
4. “Minat eksploratif adalah menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut”

Saat ini, konsumen semakin kritis dan semakin selektif dalam berperilaku untuk mengkonsumsi produk yang dibutuhkannya. Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu banyak faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum melakukan penelitian. Penelitian yang dilakukan Miki A, dkk (2015) menyatakan bahwa citra merek berpengaruh terhadap Minat Beli. Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Lili S (2018) dimana citra merek, kualitas produk dan harga berpengaruh positif terhadap Minat Beli. Selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Ivan S (2018) tentang pengaruh e-WOM terhadap keputusan pembelian di agoda.com yang menjelaskan bahwa diantara tiga variabel e-WOM, satu diantaranya positif dan signifikan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Aditya A & Farah O (2016) menyatakan bahwa e-WOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Satu variabel lainnya yang memiliki pengaruh terhadap Minat Beli adalah diskon, dimana penelitiannya telah dilakukan oleh Edhar W, dll (2016) dan Ratih H, dkk (2017).

METODE

Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah para pelanggan Toko online Lazada Indonesia. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Electronic Word of Mouth (e-WOM)* dan *Discount* yang akan digunakan untuk menganalisis pengaruhnya terhadap Minat Beli dengan *Brand Image* sebagai variabel moderasi.

Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2009) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan Toko online Lazada Indonesia.

Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui sehingga untuk menentukan jumlah sampelnya digunakan rumus Malhotra yaitu minimal 4 atau 5 dikalikan jumlah variabel atau jumlah pertanyaan yang ada (Malhotra dalam Ershandi, 2013). Dari rumus Malhotra tersebut, dapat dilakukan perhitungan untuk mencari jumlah sampel yaitu:

$$\begin{aligned} N &= 5 \times \text{jumlah pertanyaan} \\ &= 5 \times 34 \\ &= 170 \text{ Responden} \end{aligned}$$

Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah deskriptif verifikatif dimana penelitian akan menemukan fakta dengan interpretasi yang tepat. Pada dasarnya penelitian verifikatif akan menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh langsung melalui wawancara dan daftar kuesioner tertutup yang meliputi karakteristik responden dan persepsi responden tentang *Electronic Word of Mouth (e-WOM)* dan *Discount* pada marketplace Lazada. Pengumpulan data primer menggunakan metode *Purposive Sampling*, dimana peneliti menetapkan syarat terhadap sampel yang diambil. Syarat tersebut adalah pelanggan marketplace Lazada Indonesia dengan minimal pembelian sebanyak dua kali.

Definisi Operasional Variabel

Variabel yang dianalisis dalam penelitian ini menjelaskan Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (X_1) dan *Discount* (X_2) Terhadap Minat Beli (Y) Pada marketplace Lazada Indonesia Dengan *Brand Image* (Z) Sebagai Variabel moderasi.

Metode Analisis Data

Terkait dengan tujuan penelitian maka alat analisis yang digunakan adalah SEM dengan menggunakan software PLS (*partial least square*). Pengukuran SEM dengan SmartPLS ini menggunakan *outer model* dan *inner model*. Evaluasi model pengukuran atau *outer model* dilakukan melalui *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*, dengan menguji validitas dengan melihat nilai *Loading Factor*, *Average Variance Extracted (AVE)*, *Communality*, dan menguji reliabilitas model dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Evaluasi model struktural atau *inner model* bertujuan untuk memprediksi hubungan antar variabel laten dengan melihat besarnya presentase *variance* yang dijelaskan yaitu dengan melihat nilai *R-Square*, serta pengujian signifikansi dengan melihat nilai *T-statistics* pada Tabel *Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)*. Evaluasi model dengan melihat nilai signifikansi *T-statistics* untuk mengetahui pengaruh antar variabel, melalui prosedur *jackknifing* atau *bootstrapping* terlebih dahulu berdasarkan model mediasi yang dibangun dalam penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini terdiri dari beberapa karakter yaitu: karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, status pernikahan, penghasilan, pendidikan terakhir dan frekuensi pembelian. Adapun karakteristik responden yang diperoleh dari hasil kuesioner dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 2: Karakteristik Responden

Jenis Kelamin	Laki-laki	73	42,94%
	Perempuan	97	57,06%
	Total	170	
Usia	< 18 tahun	23	13,53%
	18 – 25 tahun	42	24,71%
	36 - 45 tahun	54	31,76%
	46 – 55 tahun	48	28,24%
	> 56 tahun	3	1,76%
	Total	170	
Status Perkawinan	Belum Menikah	85	50,00%
	Menikah	37	21,76%
	Pernah Menikah	48	28,24%
	Total	170	
Penghasilan	< 3.000.000	47	27,65%
	3.000.000 - 5.000.000	45	26,47%
	5.000.000 - 10.000.000	40	23,53%
	> 10.000.000	38	22,35%
	Total	170	
Pendidikan Terakhir	SMU / SMK	57	33,53%
	Perguruan Tinggi (S1/S2/S3)	111	65,29%
	Lainnya	2	1,18%
	Total	170	
Frekuensi Pembelian	Kadang-kadang	42	24,71%
	Sering	67	39,41%
	Selalu	61	35,88%
	Total	170	

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas responden dalam penelitian ini berjumlah 170 responden. Terdiri atas 73 responden pria (42,94%) dan 97 responden wanita (57,06%). Berdasarkan usia terdapat 54 responden berusia 36-45 tahun (31,76%) merupakan usia responden terbanyak dalam penelitian ini. Berdasarkan kriteria status perkawinan sebanyak 85 responden (50%) belum menikah dan 37 responden (21,76%) sudah menikah. Berdasarkan kriteria penghasilan, terdapat 47 responden (27,65%) menerima penghasilan kurang dari Rp.3.000.000. Sedangkan penghasilan tertinggi di atas Rp.10.000.000 diterima oleh 38 responden (22,35%). Responden yang digunakan dalam penelitian ini memiliki pendidikan terakhir S1/S2/S3 sebanyak 111 responden (65,29%). Untuk frekuensi pembelian terdapat 67 responden masuk dalam kriteria sering (39,41%) dan 61 responden (35,88%) pada kriteria selalu serta 42 responden (24,71%) pada kriteria kadang-kadang.

Penelitian ini menggunakan analisis multivariat *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan tujuan untuk eksplorasi model penelitian. Hal ini dikarenakan, adanya pertimbangan dalam menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) mampu menganalisis variabel yang tidak dapat diukur (*unobserved variable*) serta mampu menghitung kesalahan-kesalahan dalam pengukuran (Sholihin dan Ratmono, 2013). Pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang digunakan dalam penelitian ini berbasis *Partial Least Square* (PLS). Pendekatan *Structural Equation Modeling – Partial Least Square* (SEM – PLS) dirasa mampu bekerja secara efisien meskipun menggunakan sampel dengan ukuran yang kecil serta terdapat

kelonggaran terkait asumsi-asumsi distribusi data (Sholihin dan ratmono, 2013). Karena, *Structural Equation Modeling –Partial Least Square* (SEM-PLS) merupakan model prediksi tanpa mengasumsikan distribusi tertentu dalam mengestimasi parameter penelitian (Hartono, 2011). Selain itu, *Structural Equation Modeling – Partial Least Square* (SEM-PLS) dapat menganalisis model penelitian yang bersifat reflektif, formatif dan laten tanpa masalah meskipun hanya menggunakan satu indikator dalam penelitian (Sholihin dan Ratmono, 2013). Kemudian, pendekatan SEM – PLS merupakan sebuah pemodelan kausal untuk memaksimalkan variansi *criterion latent variable* yang dapat dijelaskan oleh *predictor latent variable* (Sholihin dan Ratmono, 2013).

Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model Pengukuran (*Outer Model*) penelitian ini menggunakan uji validitas pada konstruk dan reliabilitas pada instrumen. Uji validitas didefinisikan sebagai kriteria utama dalam suatu penelitian ilmiah yang mengemukakan keberterimaan hasil penelitian pada publik (Hartono, 2011). Serta, pengupayaan untuk mengetahui kemampuan suatu pengukuran dalam instrumen penelitian (Hartono, 2011). Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan uji validitas konvergen dan uji validitas diskriminan. *Rule of Thumbs* pada uji validitas konvergen seperti: *outer loading* harus memiliki skor lebih dari 0,6 untuk dapat dianggap signifikan. Sedangkan, *rule of thumbs* pada uji validitas diskriminan dapat menggunakan akar *Average Variance Extracted* (AVE) dimana harus memiliki korelasi variabel laten yang lebih besar atau menggunakan *cross loading* yang harus lebih besar dari 0.7 dalam satu variabel (Hartono, 2011). Hasil pengukuran *Outer Loading* dalam penelitian ini dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 3: *Outer Loading*

	Brand Image (Z)	Discount (X2)	Electronic Word of Mouth (X1)	Minat Beli (Y)	Moderating Effect 1	Moderating Effect 2
Discount_(X2)*Brand Image_(Z)						0.785
Electronic Word of Mouth_(X1)*Brand Image_(Z)					0.911	
X1.1			0.844			
X1.2			0.791			
X1.3			0.716			
X1.4			0.727			
X1.5			0.788			
X1.6			0.823			
X1.7			0.795			
X1.8			0.778			
X1.9			0.811			
X2.1		0.827				
X2.2		0.708				
X2.3		0.898				
Y.1				0.834		
Y.2				0.801		
Y.3				0.822		
Y.4				0.871		

Y.5	0.711
Y.6	0.912
Z.1	0.738
Z.2	0.755
Z.3	0.849
Z.4	0.789
Z.5	0.865

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan pada tabel di atas, Variabel Y (minat beli) memiliki *outer loading* di atas 0,6. Begitu juga pada variabel X1 (*Discount*) dan X2 (*Electronic Word of Mouth*) yang memiliki skor nilai *outer loading* di atas 0,6. Meskipun, terdapat dua indikator yang bernilai kecil dari 0,6 yaitu pada X2.4 dan X2.5. Dimana, kedua indikator tersebut tidak dimasukkan kedalam model pada penelitian ini. Sedangkan, pada variabel Z (*Brand Image*) memiliki nilai skor setiap indikator di atas 0,6. Hal ini berarti bahwa variabel Y, X1, X2 dan Z telah memenuhi kriteria pada pengujian validitas dalam penelitian ini. Begitu juga pada variabel moderasi 1 dan variabel moderasi 2 yang memiliki nilai skor *outer loading* di atas 0,6.

Model Pengukuran (*Outer Model*) pada penelitian ini juga menguji reliabilitas terhadap instrumen penelitian yang dapat didefinisikan sebagai kekonsistensian suatu alat ukur dalam hal akurasi dalam mengukur dan ketepatan dalam mengukur (Hartono, 2011). Adapaun *rule of thumbs* uji reliabilitas penelitian ini menggunakan *cronbach alpha* dan *composite reliability* yang harus memiliki skor nilai lebih dari 0.7. Meskipun, jika ada salah satu indikator yang memiliki nilai 0,6 atau dibawah skor nilai 0,7 masih dapat ditoleransi. Karena, konstruk yang valid merupakan konstruk yang reliabel. Sehingga, konsistensi uji internal tidak mutlak harus dilakukan. Uji reliabilitas pada model pengukuran (*outer model*) penelitian ini telah (terpenuhi). Hasil AVE, *cronbach's alpha* dan *composite reliability* terlihat pada table dibawah ini:

Tabel 4: Cronbach Alpha, Composite Reliability, Average Variance Extracted (AVE)

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Brand Image_(Z)	0,875	0,766	0,725
Discount_(X2)	0,758	0,885	0,611
Electronic Word of Wouth_(X1)	0,859	0,796	0,696
Minat Beli_(Y)	0,866	0,778	0,798
Moderating Effect 1	1.000	1.000	1.000
Moderating Effect 2	1.000	1.000	1.000

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan table di atas, dapat terlihat bahwa analisis pada *cronbach's alpha* ditunjukkan hasil bahwa nilai skor lebih dari 0,7 yang berarti nilai *Cronbach alpha* digunakan dalam mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk (Hartono, 2011). Dimana variabel *Brand Image* sebesar 0,875, *Discount* sebesar 0,758, *Electronic Word of Wouth* sebesar 0,859, *Minat Beli* sebesar 0,866, serta *Moderating Effect 1* dan *Moderating Effect 2* sebesar 1,00 Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat keakuratan dan kehandalan semua variabel pada variabel Y, X1, X2, Z dan Moderasi 1 serta Moderasi 2 dalam penelitian ini.

Berdasarkan table di atas juga dapat dilihat nilai skor *Composite reliability* dimana hasil menunjukkan nilai skor di atas 0,7 maka dapat dinyatakan memenuhi reabilitas. Karena

skor nilai *Composite reliability* dapat mengukur nilai sesungguhnya suatu reliabilitas pada suatu konstruk (Hartono, 2011). Serta, nilai *Composite reliability* ini dinilai lebih baik dalam mengestimasi konsistensi internal suatu konstruk pada model pengukuran suatu penelitian (Hartono, 2011). Berdasarkan table di atas, maka terlihat bahwa setiap variabel pada penelitian ini skor untuk *composite reliability* diatas 0,7 dimana variabel *Brand Image* sebesar 0,766, *Discount* sebesar 0,885, *Electronic Word of Wouth* sebesar 0,796, *Minat Beli* sebesar 0,778, *Moderating Effect 1* dan *Moderating Effect 2* sebesar 1,00. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel secara keseluruhan dinyatakan realibel.

Pengukuran validitas melalui *Average Variance Extracted (AVE)* dimana skor diatas 0,5 maka dinyatakan memenuhi validitas. Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa secara keseluruhan variabel skor *Average Variance Extracted (AVE)* diatas 0,5, dimana *Brand Image* sebesar 0,725, *Discount* sebesar 0,611, *Electronic Word of Wouth* sebesar 0,696, *Minat Beli* sebesar 0,798, *Moderating Effect 1* dan *Moderating Effect 2* sebesar 1,00. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel secara keseluruhan dinyatakan memenuhi validitas.

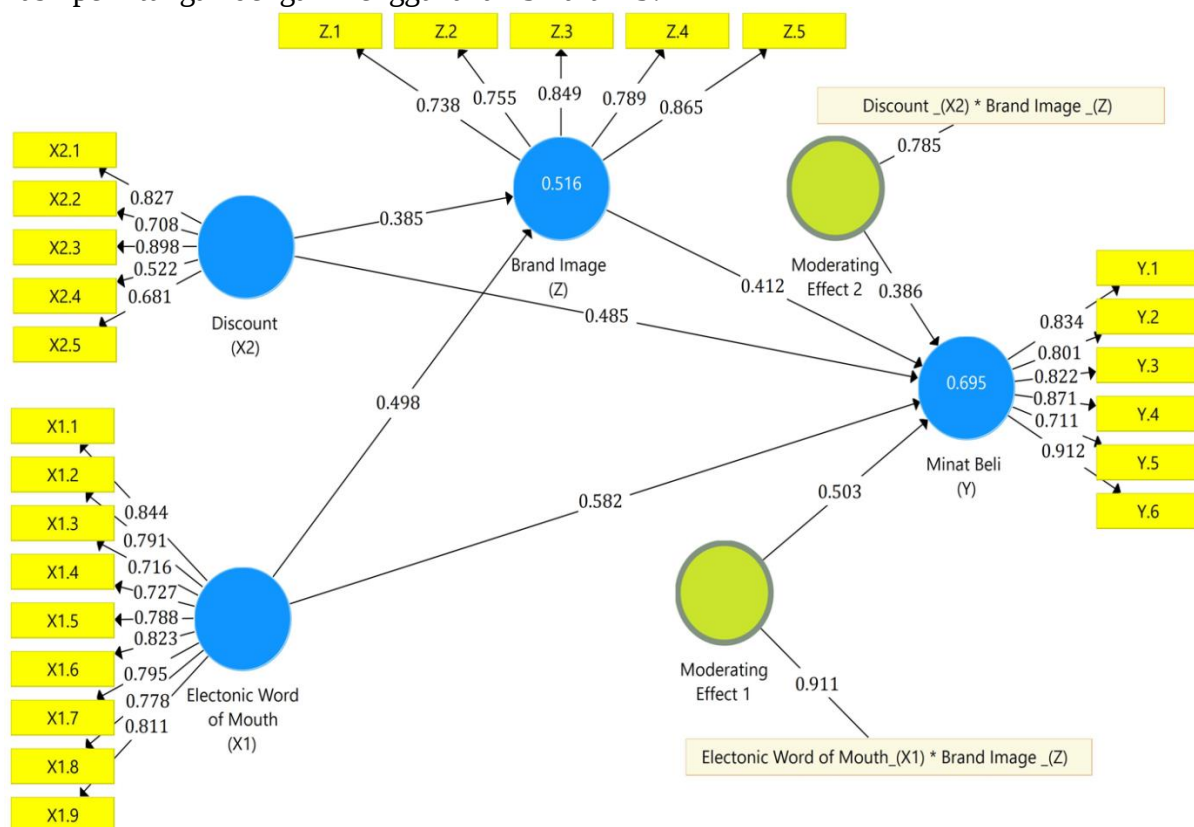
Secara keseluruhan model pengukuran (*Outer model*) dalam penelitian ini telah terpenuhi baik secara validitas maupun reliabilitas. Sehingga, peneliti melanjutkan untuk menguji Model Struktural (*Inner Model*).

Model Struktural (*Inner Model*)

Model Struktural (*Inner Model*) dalam penelitian ini menggunakan nilai R^2 untuk konstruk dependen, nilai koefisien *path* atau *t-values* tiap *path* untuk uji signifikansi antar konstruk dalam model structural (Hartono, 2011). Nilai koefisien *path* atau *inner model* menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis (Hartono, 2011).

Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, berikut merupakan model yang diperoleh dari hasil perhitungan dengan menggunakan SmartPLS:



Gambar 1: Model Penelitian

Pada gambar di atas terlihat hubungan pengaruh langsung variabel *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) terhadap minat beli memiliki nilai 0,582. Serta pengaruh langsung variabel *discount* terhadap minat beli memiliki nilai 0,485. Pengaruh Langsung pada kedua hubungan tersebut terdukung secara signifikan. Gambar di atas juga menunjukkan hubungan pengaruh tidak langsung antara *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) dan minat beli yang dimediasi oleh *Brand Image*. Dimana jalur *path coefficient* variabel *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) ke variabel *Brand Image* memiliki nilai 0,498. Kemudian mengalami penurunan nilai *path coefficient* pada jalur variabel *Brand Image* ke minat beli sebesar 0,412. Hal ini berarti variabel *Brand Image* memediasi hubungan pengaruh *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) terhadap minat beli secara parsial, dikarenakan adanya penurunan nilai jalur *path Coefficient*. Serta penelitian ini juga melihat pengaruh tidak langsung antara variabel *Discount* dan minat beli yang dimediasi oleh *Brand Image*. Dimana, Jalur *path coefficient* variabel *Discount* ke *Brand Image* memiliki nilai 0,385. Sedangkan *path coefficient* variabel *Brand Image* ke variabel minat beli mengalami kenaikan sebesar 0,412. Akan tetapi, kenaikan tersebut tidak sebesar pengaruh langsung antara variabel *Discount* terhadap minat beli sebesar 0,485. Sehingga, variabel *Brand Image* pada penelitian ini memediasi secara parsial pada hubungan *Discount* dan Minat Beli. Meskipun memediasi secara parsial hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa terdapat moderasi yang kuat pada hubungan tidak langsung tersebut. Untuk melihat signifikansi pada hubungan pengaruh langsung dan tidak langsung tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5: *Path Coefficient*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Brand Image_(Z) -> Minat Beli_(Y)	0,412	0,452	0,082	4,528	0,05
Discount_(X2) -> Brand Image_(Z)	0,385	0,311	0,012	8,325	0,05
Discount_(X2) -> Minat Beli_(Y)	0,485	0,428	0,076	7,564	0,05
Electronic Word of Mouth_(X1) -> Brand Image_(Z)	0,498	0,421	0,038	7,158	0,05
Electronic Word of Mouth_(X1) -> Minat Beli_(Y)	0,582	0,462	0,088	3,458	0,05
Moderating Effect 1 -> Minat Beli_(Y)	0,503	0,494	0,056	8,142	0,05
Moderating Effect 2 -> Minat Beli_(Y)	0,386	0,325	0,022	7,543	0,05

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas ditunjukkan bahwa indikator skor t-statistik lebih besar dari 1,972. Maka hal tersebut dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini berpengaruh signifikan dan model sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya. Tingkat signifikan pada *P Values* sebesar 0,05, pada tabel di atas terlihat bahwa dapat disimpulkan adanya pengaruh hubungan dari setiap variabel. Meskipun, pengaruh mediasi dalam penelitian ini hanya bersifat parsial.

Hasil pengujian pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Minat Beli sebesar 0,582, sedangkan pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Minat Beli dimoderasi *Brand Image* sebesar 0,503 dimana nilai mendekati nilai 1 (satu), hal ini menunjukkan bahwa *Brand Image* sebagai variabel moderasi dapat menguatkan pengaruh *Electronic Word of Mouth*

terhadap Minat Beli. Hasil pengujian pengaruh *Discount* terhadap Minat Beli sebesar 0,485, sedangkan pengaruh *Discount* terhadap Minat Beli dimoderasi *Brand Image* sebesar 0,386 dimana nilai mendekati nilai 1 (satu) , hal ini menunjukkan bahwa *Brand Image* sebagai variabel moderasi dapat menguatkan pengaruh *Discount* terhadap Minat Beli. *Brand Image* berpengaruh terhadap Minat Beli sebesar 0,412. *Discount* berpengaruh terhadap *Brand Image* sebesar 0,385. *Discount* juga berpengaruh langsung terhadap Minat Beli sebesar 0,485. *Electronic Word of Mouth* berpengaruh terhadap *Brand Image* sebesar 0,498 dan terhadap Minat Beli sebesar 0,582. Sedangkan Moderating Effect 1 terhadap Minat Beli adalah 0,503 dan Moderating Effect 2 terhadap variable yang sama adalah sebesar 0,386. Hasil pengujian pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Minat Beli sebesar 0,582, sedangkan pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Minat Beli dimoderasi *Brand Image* sebesar 0,503 dimana nilai mendekati nilai 1 (satu) , hal ini menunjukkan bahwa *Brand Image* sebagai variabel moderasi dapat menguatkan pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Minat Beli. Hasil pengujian pengaruh *Discount* terhadap Minat Beli sebesar 0,485, sedangkan pengaruh *Discount* terhadap Minat Beli dimoderasi *Brand Image* sebesar 0,386 dimana nilai mendekati nilai 1 (satu) , hal ini menunjukkan bahwa *Brand Image* sebagai variabel moderasi dapat menguatkan pengaruh *Discount* terhadap Minat Beli

Studi yang dilakukan oleh *e-marketer* menemukan bahwa 46,6% pengguna internet mendapatkan informasi melalui ulasan konsumen yang disediakan pada website atau aplikasi sebelum melakukan pembelian. Informasi ini dikenal dengan *Electronic Word of Mouth* (e-WOM). Menurut Hennig-Thurau et al (2004) e-WOM didefinisikan sebagai pernyataan positif maupun negatif yang ditulis oleh pelanggan tentang gambaran sebenarnya, keunggulan sebuah produk atau perusahaan dan disediakan untuk sesama konsumen institusi melalui media internet. e-WOM memberikan fasilitas akses kebutuhan informasi, meningkatkan kualitas informasi dan mengorganisir informasi. Hal ini dapat diartikan bahwa sumber informasi e-WOM tidak terikat dengan sebuah perusahaan tertentu dan tidak menguntungkan perusahaan manapun. Oleh karena proses komunikasi melalui e-WOM lebih dipercayai daripada sumber informasi yang berasal dari perusahaan. Pernyataan di atas sejalan dengan hasil dalam penelitian ini, dimana E-WOM mempengaruhi minat beli secara signifikan dengan nilai 0,582 dengan nilai P value 0,05.

Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mengetahui keadaan pasar dan konsumennya. Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan ialah dengan menggunakan strategi promosi. Promosi merupakan suatu program terkendali dan terpadu dari metode komunikasi dan material yang dirancang untuk menghadirkan perusahaan dan produk-produknya kepada calon konsumen (Boyd, et al (2000)). Promosi penjualan digunakan sebagai pembeda untuk produk baru dan merek yang sudah mapan. Untuk produk baru, pemasar memberikan sampel, kupon, dan pendanaan ulang. Untuk produk-produk yang telah lama perusahaan menggunakan diskon. *Discount* merupakan bentuk promosi penjualan yang sederhana dikarenakan hanya berupa pengurangan harga produk yang bersifat sementara (Boyd, et al. 2000). Strategi tersebut bertujuan untuk mendongkrak penjualan produk dalam periode waktu tertentu. Gitosudarmo (2000) diskon adalah harga yang lebih rendah dari harga yang seharusnya dibayarkan didasarkan pada beberapa hal diantaranya waktu pembayaran yang lebih awal, tingkat serta jumlah pembelian dan pembelian pada musim tertentu. Berdasarkan penjelasan di atas, sejalan dengan hasil dalam penelitian ini bahwa *Discount* dapat mempengaruhi minat beli secara signifikan dengan nilai 0,485 dan *P value* pada nilai 0,05.

Peter & Olson dalam Lutiary Eka Ratri (2007) mengemukakan citra merek sebagai persepsi konsumen dan preferensi terhadap merek sebagaimana yang direfleksikan oleh berbagai macam asosiasi merek yang ada dalam ingatan konsumen. Citra merek (*Brand Image*) merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari

informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu. Menurut Setiadi (2003), Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek. Berdasarkan penejelasan di atas, hasil dalam penelitian ini relevan dengan pernyataan tersebut. Dimana, *Brand Image* mampu mempengaruhi secara signifikan terhadap minat beli konsumen pada nilai 0,412 dan *P values* pada nilai 0,05. *Brand Image* juga menjadi variabel mediasi pada hubungan E-WOM terhadap minat beli dan hubungan Discount pada minat beli. Dimana, *Brand Image* mampu memediasi secara parsial.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis terbukti *Electronic Word of Mouth* (eWOM) dan *Discount* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *Brand Image*
2. Berdasarkan analisis terbukti *Electronic Word of Mouth* (eWOM) dan *Discount* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli
3. Berdasarkan analisis terbukti bahwa *Brand Image* mampu memediasi hubungan antara *Electronic Word of Mouth* (eWOM) dan *Discount* terhadap Minat Beli

Saran

Pesatnya perkembangan transaksi secara online dan semakin banyaknya pilihan *Market Place* pada saat ini, membuat masing-masing penyedia jasa menawarkan pelayanan yang semakin variatif dan unik. Tak terkecuali pada Lazada Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian ini, maka diharapkan upaya dalam menentukan strategi lebih berfokus kepada *Electronic Word of Mouth* (eWOM), *Discount* dan *Brand Image*, dimana hal-hal tersebut dapat menciptakan, mempertahankan serta meningkatkan Minat Beli bagi pelanggan.

REFERENSI

- Alma, Buchari. (2013). Kewirausahaan, Cetakan ke 19. Bandung: Alfabeta.
- Aditya Ayu & Farah Oktafani. (2016). Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) Terhadap Minat Beli Followers Instagram Pada Warunk Upnormal. *Jurnal Computech & Bisnis* Vol.10 No. 2.
- Augusty Ferdinand. (2006). Metode Penelitian Manajemen. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Endhar Widjaya, DKK. (2016). Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 38 No.2.
- Ferdinand, Augusty. (2006). Metode Penelitian Manajemen. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Fandy Tjiptono. (2006). Pemasaran Jasa. Malang: Banyumedia Publising.
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : UNDIP
- Ghozali, Imam. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, Ricky W dan Ronald J. Elbert. (2006). *Bisnis*, Edisi Kedelapan. Jakarta : Erlangga
- Hartono, J. (2011). Konsep dan aplikasi structural equation modeling berbasis varian dalam penelitian bisnis. *Yogyakarta: UPP STIM YKPN*.
- Hasan, Ali. (2013). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Caps
- I Gede Iwan Suryadi. (2007). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Karta jaya Hermawan. (2003). *Marketing in Venus*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.

- Kotler, Philip dan Garry Armstrong. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Terjemahan. Edisi Kedelapan. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran*, Terjemahan. Edisi Kedua Belas. Jakarta : Indeks
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Erlangga
- Laksana, Fajar. (2008). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Pertama. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Lamb, Hair, Mc Daniel. (2001). *Pemasaran*, Terjemahan. Edisi Kelima. Jakarta : Salemba Empat
- Lili Salfina. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian Anak-anak. Jurnal Indovisi Vol.1 no.1.
- Miki Ambarwati, Dkk. (2015). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli. Jurnal Administrasi Bisnis Vol.25 No.1.
- Rambat Lupiyoadi. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat.
- Ratih Hasanah, Dkk. (2017). Pengaruh Potongan Harga Terhadap Minat Beli. E-Proceeding of Management Vol.4 No.1.
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2013). Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 untuk hubungan nonlinier dalam penelitian sosial dan bisnis. *Yogyakarta: Penerbit Andi*.
- Swastha DH, Basu dan Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua Belas. Yogyakarta : Liberty
- Sudibyo. (2002). *Perilaku Konsumen dan Kesenambungan Kebutuhan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Swastha, Basu dan Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset
- Tjiptono. Fandy. (2003). *Marketing Scales*. ANDI. Yogyakarta.

BAGAIMANA KUALITAS LAPORAN KEUANGAN DINAS PEKERJAAN UMUM DAN PENATAAN RUANG KABUPATEN TANJUNG JABUNG TIMUR?

Sinta Olivia Supriady¹⁾, Tona Aurora Lubis²⁾

^{1),2)}Magister Manajemen, Pascasarjana Universitas Jambi

tonalubis@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kompetensi sumber daya manusia, pengendalian internal, dan pemanfaatan teknologi informasi terhadap kualitas laporan keuangan Dinas Pekerjaan Umum dan Penata Ruang Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Sampel penelitian yang digunakan sebanyak 55 orang responden, dimana data dari sampel dikumpulkan menggunakan kuesioner untuk kemudian dianalisis dengan *Structural Equation Modelling* (SEM) berbasis komponen *partial least squares path modeling* (PLS-SEM). Hasil analisis statistik membuktikan bahwa baik secara parsial maupun secara simultan, kompetensi sumber daya manusia, pengendalian internal, dan pemanfaatan teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap kualitas laporan keuangan.

Kata Kunci : *Kompetensi Sumber Daya Manusia, Pengendalian Internal, Pemanfaatan Teknologi Informasi, Dan Kualitas Laporan Keuangan*

LATAR BELAKANG

Semakin menguatnya tuntutan akuntabilitas atas lembaga-lembaga publik, baik dipusat maupun daerah menandai berkembangnya sektor publik di Indonesia. Salah satu jenis laporan akuntabilitas publik yang biasa digunakan adalah Laporan keuangan. Menurut Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2010 Laporan keuangan yang berkualitas merupakan laporan keuangan yang telah memenuhi karakteristik kualitatif laporan keuangan sesuai dengan Kerangka Konseptual Akuntansi Pemerintahan antara lain: relevan, andal, dapat dibandingkan dan dapat dipahami.

Kabupaten Tanjung Jabung Timur merupakan salah satu daerah yang menjadi sorotan dalam proses pelaksanaan tata laksana pemerintahan karena merupakan salah satu daerah pemekaran di provinsi Jambi. Pembenahan pada pengelolaan keuangan pemerintah daerah menjadi salah satu tugas yang harus dibenahi bagi pemerintah daerah yang tergolong baru. Pengelolaan keuangan pemerintah daerah harus dilakukan berdasarkan tata kelola pemerintahan yang baik (*good governance government*) yang memungkinkan para pemakai laporan keuangan untuk dapat mengakses informasi tentang hasil yang dicapai dalam penyelenggaraan pemerintahan daerah. Oleh karena itu, informasi yang terdapat di dalam Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (LKPD) harus bermanfaat dan sesuai dengan kebutuhan para pemakai (Arfianti, 2011).

Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (LKPD) setiap tahunnya memperoleh penilaian berupa opini dari Badan Pemeriksaan Keuangan (BPK). Pada tahun 2017 dan 2018 serta tahun 2012 dan 2013 BPK memberikan opini WTP (Wajar Tanpa Pengecualian) bagi pengelolaan keuangan daerah Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Namun pada pemeriksaan tahun 2015 dan 2016 hanya mendapatkan opini WDP (wajar dengan pengecualian).

Dinas PUPR menyumbang angka terbesar dalam pengelolaan anggaran di Kabupaten Tanjung Jabung Timur yaitu 20,14% dari total anggaran keseluruhan. Hal ini menjadikan Dinas PUPR Kabupaten Tanjung Jabung Timur sebagai SKPD dengan anggaran terbesar. Hal ini berarti kualitas tata kelola keuangan dan laporan keuangan Dinas PUPR sangat berpengaruh terhadap laporan keuangan pemerintah daerah (LKPD) Kabupaten Tanjung Jabung Timur.

Hasil pemeriksaan BPK atas LKPD Pemkab Tanjung Jabung Timur Tahun Anggaran 2015, BPK menemukan masih adanya kelemahan sistem pengendalian internal dalam penyusunan laporan keuangan. Hal ini membuat kualitas informasi laporan keuangan tidak meningkat itu karena sistem pengendalian internal belum berfungsi secara efektif.

Faktor lain yang mempengaruhi kualitas informasi laporan keuangan adalah sumber daya manusia (SDM). Nur (2017) menyatakan bahwa ketidaksiapan pemerintah daerah dalam menerapkan akuntansi berbasis aktual karena keterbatasan SDM yang dimiliki pemerintah daerah. Padahal penelitian yang dilakukan oleh Emilda Ihsanti (2014) menunjukkan bahwa kompetensi sumber daya manusia berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas laporan keuangan daerah.

Primayana, dkk (2014) menunjukkan pengendalian internal, pemanfaatan teknologi informasi, dan kompetensi SDM berpengaruh terhadap kualitas laporan keuangan. Sementara hasil penelitian Latjandu (2016) menunjukkan kompetensi SDM, pemanfaatan teknologi informasi dan efektifitas pengendalian intern secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas laporan keuangan pada pemerintah daerah Kabupaten Kepulauan Talaud.

Disisi lain, penelitian Sukmaningrum dan Harto (2012) menunjukkan bahwa kompetensi sumber daya manusia tidak mempengaruhi kualitas informasi laporan keuangan. Begitupula penelitian Desi Puspitawati (2016) yang menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi informasi tidak berpengaruh terhadap kualitas laporan keuangan Pemerintah Daerah Kabupaten / Kota di Provinsi Lampung. Berdasarkan hasil dari beberapa penelitian menunjukkan bahwa terdapat inkonsistensi variabel-variabel yang mempengaruhi kualitas laporan keuangan.

Penelitian ini menarik untuk diteliti mengingat belum adanya penelitian sebelumnya yang membahas mengenai kualitas laporan keuangan di Kabupaten Tanjung Jabung Timur dan adanya research gap mengenai faktor yang mempengaruhi kualitas laporan keuangan. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia, Pengendalian Internal, dan Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Kualitas Laporan Keuangan pada Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Kabupaten Tanjung Jabung Timur.

METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan Pegawai di Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Kabupaten Tanjung Jabung Timur yang berjumlah 113 orang sedangkan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebanyak 55 orang responden. Sampel dikumpulkan menggunakan kuesioner untuk kemudian dianalisis dengan *Structural Equation Modelling* (SEM) berbasis komponen *partial least squares path modeling* (PLS-SEM). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan data kualitatif yang berupa data primer dan data sekunder.

Tabel 1. Jumlah Sampel Penelitian yang Digunakan

No.	Golongan/Pendidikan	Jumlah
1	Pengguna Anggaran	1
2	Kuasa Pengguna Anggaran	6
3	Pejabat Pembuat Komitmen	10
4	Pejabat Pelaksana Teknis Kegiatan	15
5	Pengawas	14
6	Bendahara Pengeluaran	5
7	Bendahara Penerimaan	4
Jumlah		55

Sumber: disarikan oleh peneliti

Adapun operasionalisasi variabelnya adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Pengukuran
Kompetensi Sumber Daya Manusia (X1)	Kompetensi sumber daya manusia merupakan kemampuan dan karakteristik yang dimiliki seorang Pegawai Negeri Sipil berupa pengetahuan, keterampilan, dan sikap perilaku yang diperlukan dalam pelaksanaan tugas jabatannya, sehingga PNS tersebut dapat melaksanakannya tugasnya secara profesional, efektif dan efisien (Hutapea, 2008) .	- Pengetahuan - Keahlian dan kemampuan - Perilaku	Likert
Pengendalian Internal (X2)	Pengendalian internal merupakan proses yang integral pada tindakan dan kegiatan yang dilakukan secara terus menerus oleh pimpinan dan seluruh pegawai untuk memberikan keyakinan memadai atas tercapainya tujuan organisasi melalui kegiatan yang efektif dan efisien, keandalan pelaporan keuangan, pengamanan aset negara dan ketaatan terhadap peraturan perundang-undangan. (Janvrine, 2012)	- Lingkungan pengendalian - Penilaian resiko - Pemantauan	Likert
Pemanfaatan Teknologi (X3)	Pemanfaatan Teknologi dan Informasi bertujuan untuk memproses dan menyimpan informasi juga sebagai teknologi komunikasi untuk penyebaran informasi	- Software aplikasi akuntansi dan keuangan - Sistem informasi yang terintegrasi - Jaringan internet	Likert
Kualitas Laporan Keuangan (Y)	(Wilkinson et al (dalam Winidyaningrum dan Rahmawati 2010)) Ukuran-ukuran normatif yang perlu diwujudkan dalam informasi akuntansi sehingga dapat memenuhi tujuannya (PP No.71 Tahun 2010)	- Relevan (memiliki umpan balik, manfaat prediktif, tepat waktu dan lengkap) - Andal (penyajian jujur, dapat di verifikasi dan netralistis) - Dapat dibandingkan - Dapat dipahami	Likert

Sumber : Disarikan oleh peneliti

HASIL DAN PEMBAHASAN

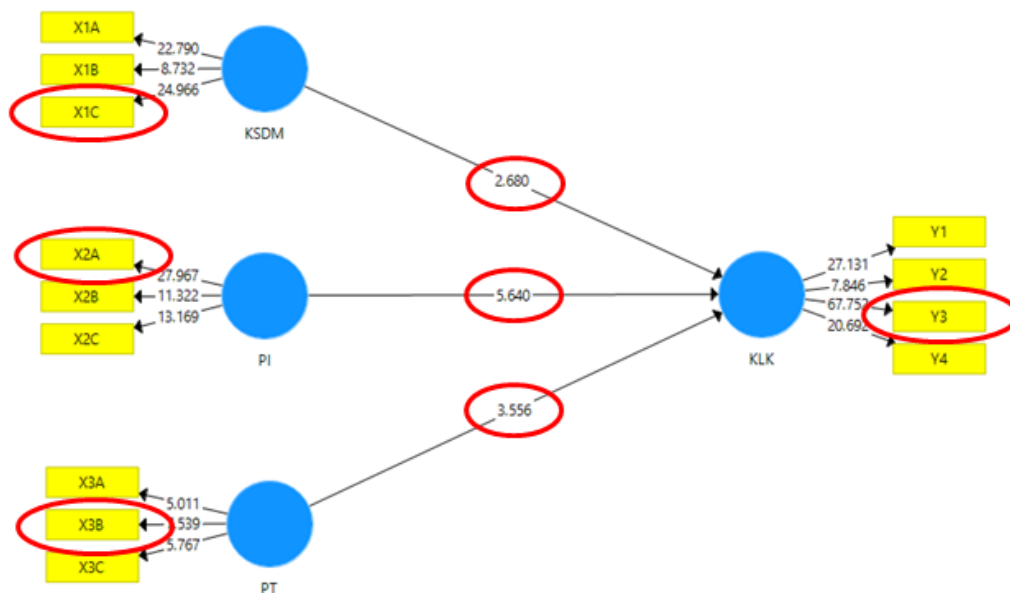
Berikut merupakan hasil pengukuran AVE, Composite Reliability dan Cronbach Alpha

Tabel 3. Hasil Pengukuran AVE, Composite Reliability dan Cronbach Alpha

No.		AVE	Composite Reliability	Cronbach Alpha
1	Kompetensi Sumber Daya Manusia (X1)	0,597	0,922	0,902
2	Pengendalian Internal (X2)	0,501	0,889	0,850
3	Pemanfaatan Teknologi (X3)	0,573	0,889	0,868
4	Kualitas Laporan Keuangan (Y)	0,531	0,931	0,919

Sumber: data primer olahan, 2019

Berdasarkan nilai AVE, *composite reliability*, dan *cronbach alpha* masing masing memiliki nilai diatas 0,5 , 0,7, dan 0,8 berarti bahwa setiap konstruk tersebut memiliki nilai *discriminant validity* yang baik, dapat memberikan hasil pengukuran yang akurat dan konsisten serta memiliki reliabilitas yang baik.



Gambar 1: Hasil Pengujian Hipotesis Berdasarkan Estimasi Inner Model

Dari hasil penghitungan *path analysis* didapat nilai pengaruh antara pengendalian internal (X2) terhadap kualitas laporan keuangan (Y) paling dominan daripada nilai pengaruh kompetensi sumber daya manusia (X1) dan pemanfaatan teknologi (X3) terhadap kualitas laporan keuangan (Y).

Tabel 4. Hasil Uji Pengaruh Secara Parsial

	Original Sample	Sample Mean	Standard Error	T Statistic	P Value
X1 → Y	0,339	0,315	0,124	2,721	0,007
X2 → Y	0,595	0,605	0,108	5,511	0,000
X3 → Y	0,237	0,239	0,067	3,521	0,000

Sumber: data primer olahan, 2019

Berdasarkan tabel tersebut maka dapat dilihat bahwa pengujian pengaruh antara kompetensi sumber daya manusia (X1) terhadap kualitas laporan keuangan (Y) menghasilkan koefisien parameter sebesar 0,339 dan nilai statistik t sebesar 2,721. Hasil tersebut menunjukkan bahwa secara parsial, pengaruh antara kompetensi sumber daya manusia terhadap kualitas laporan keuangan adalah positif dan signifikan.

Selanjutnya, Pengendalian internal (X2) terhadap kualitas laporan keuangan (Y) menghasilkan koefisien parameter sebesar 0,595 dan nilai statistik t sebesar 5,511. Hasil tersebut menunjukkan bahwa secara parsial, pengaruh antara pengendalian internal terhadap kualitas laporan keuangan adalah signifikan.

Selain itu, Pemanfaatan teknologi (X3) terhadap kualitas laporan keuangan (Y) menghasilkan koefisien parameter sebesar 0,237 dan nilai statistik t sebesar 3,521. Hasil tersebut menunjukkan bahwa secara parsial, pengaruh antara pemanfaatan teknologi terhadap kualitas laporan keuangan adalah positif dan signifikan.

Tabel 5. Hasil Uji Pengaruh Secara Simultan

	<i>Original Sample</i>	<i>Sample Mean</i>	<i>Standard Error</i>	<i>T Statistic</i>	<i>P Value</i>
X1, X2, & X3 → Y	0,854	0,846	0,060	14,133	0,000

Sumber: data primer olahan, 2019

Pengujian pengaruh kompetensi sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi, dan pengendalian internal secara simultan terhadap kualitas laporan keuangan menghasilkan koefisien parameter 0,854 dan nilai statistik t sebesar 14,133. Hal ini berarti bahwa kompetensi sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi, dan pengendalian internal secara simultan berpengaruh terhadap kualitas laporan keuangan.

Kompetensi sumber daya manusia berpengaruh signifikan terhadap kualitas laporan keuangan Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Darwanis dan Mahyani (2009), Megayanti, dkk (2015), dan Primayana, dkk (2014) yang membuktikan bahwa bahwa kompetensi sumber daya manusia memiliki pengaruh terhadap kualitas pelaporan keuangan daerah. Hal ini berkaitan dengan tingkat pendidikan SDM. Semakin baik dan semakin sering mengikuti pelatihan pengelolaan keuangan daerah maka semakin baik laporan keuangan yang dihasilkan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar pegawai PUPR Kab Tanjabtim telah mengikuti diklat pengelolaan keuangan dan akuntansi yaitu sebanyak 38 orang (69%), sedangkan 17 orang lainnya atau 31% belum mengikuti diklat tersebut.

Pengendalian internal berpengaruh signifikan terhadap kualitas laporan keuangan Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Hasil temuan ini mendukung hasil penelitian Chodijah dan Hidayah (2018), Sukmaningrum (2012), Husna (2013), dan Arfianti (2011) membuktikan bahwa pengendalian internal berpengaruh signifikan terhadap kualitas laporan keuangan daerah.

Berpengaruhnya pengendalian internal terhadap kualitas laporan keuangan Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Kabupaten Tanjung Jabung Timur dikarenakan optimalnya fungsi pengawasan yang dilaksanakan dalam hal pelaporan keuangan. Hal ini terbukti dari keterangan yang diperoleh jajaran staf keuangan yang terlibat dalam proses penyusunan laporan keuangan menyatakan bahwa fungsi pengawasan dalam sistem pengendalian internal di instansi tersebut sudah sesuai dengan rencana dan ketentuan peraturan perundang-undangan (Permendagri No 51 Tahun 2010 tentang Pedoman Pengawasan Penyelenggaraan Pemerintah Daerah).

Selain itu, pemanfaatan teknologi juga berpengaruh signifikan terhadap kualitas laporan keuangan Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Semakin baik pemanfaatan teknologi informasi maka semakin baik pula kualitas laporan keuangan yang dihasilkan instansi tersebut. Hal ini menerangkan bahwa hasil temuan empiris ini selaras dengan teori dan hasil penelitian terdahulu, seperti yang dilakukan oleh; Windyaningrum dan Rahmawati (2010), Chodijah dan Hidayah (2018), Angraeni dan Riduwan (2014), Setiawati dan Sari (2014), Trisaputra (2013), dan Arfianti (2011) yang membuktikan bahwa pemanfaatan teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelaporan keuangan daerah.

Teknologi informasi berperan dalam menyediakan informasi yang bermanfaat bagi para pengambil keputusan di dalam organisasi termasuk dalam hal pelaporan sehingga mendukung proses pengambilan keputusan dengan lebih efektif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Kompetensi sumber daya manusia, Pengendalian internal dan Pemanfaatan teknologi informasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kualitas laporan keuangan Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Kabupaten Tanjung Jabung Timur dan Kompetensi sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi informasi, dan pengendalian internal secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kualitas laporan keuangan Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Kabupaten Tanjung Jabung Timur.

Penelitian ini diharapkan mampu membawa kebermanfaatan bagi Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Kabupaten Tanjung Jabung Timur agar memiliki perilaku yang dapat mendukung dalam kegiatan penyusunan laporan keuangan, pengendalian internal dan pada pemanfaatan teknologi agar kualitas laporan keuangan daerah kedepannya dapat meningkat lebih baik lagi.

Peneliti mengharapkan pada penelitian berikutnya dapat menambahkan metode wawancara dalam studi lapangan agar data yang diperoleh memiliki tingkat keakurasian yang tinggi dan lebih valid, karena peneliti dapat mengkomunikasikan item-item penting dari penelitian tersebut secara langsung kepada responden sehingga tidak salah persepsi dalam memberikan jawaban ataupun tidak sesuai dengan realita. Selain itu bagi peneliti berikutnya, diharapkan agar memperbanyak jumlah variabel independen, misalnya dengan mempertimbangkan variabel pengawasan keuangan daerah atau penerapan standar akuntansi pemerintah ataupun variabel lainnya yang menjadi fenomena yang mampu mempengaruhi kualitas laporan keuangan pemerintah daerah di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Arfianti, D. 2011. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Informasi Pelaporan Keuangan Pemerintah Daerah*. Artikel Penelitian, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro
- Arfianti, D. dan Warsito, K. 2011. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Informasi Pelaporan Keuangan Pemerintah Daerah, (Studi pada Satuan Kerja Perangkat Daerah di Kabupaten Batang)*. Tesis. Universitas Diponegoro. Semarang
- BPK-RI. 2016. *Ikhtisar Hasil Pemeriksaan Semester I Tahun 2015*. Pemeriksaan Laporan Keuangan. Jakarta
- Ihsanti, E. 2014. *Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia dan Penerapan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah terhadap Kualitas Laporan Keuangan Daerah*. Artikel

- Penelitian. Program Studi Akuntansi FE Universitas Negeri Padang
- Latjandu Imelda, Kalangi Lintje. 2016. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah di Kabupaten Talaud*. Tesis
- Nur Evelyn Jelita Silaban. 2017. *Pengaruh Pengendalian Intern, Pemanfaatan Teknologi Informasi, dan Kompetensi Sumber Daya Manusia terhadap Kualitas Laporan Keuangan pada Pemerintah Daerah Kabupaten Serdang Bedagai dengan Komitmen Organisasi sebagai Variabel Moderating*. Tesis, Magister Akuntansi Universitas Sumatera Utara
- Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2005 tentang Standar Akuntansi Pemerintahan.
- Peraturan Pemerintah Nomor 56 Tahun 2005 tentang Sistem Informasi Keuangan Daerah.
- Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2005 tentang Pengelolaan Keuangan Daerah. Lembaga Negara RI Tahun 2005 Nomor 40. Peraturan Pemerintah Nomor 134 Tahun 2005 tentang Pengelolaan Keuangan Daerah.
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 13 Tahun 2006 tentang Pedoman Pengelolaan Keuangan Daerah.
- Peraturan Pemerintah (PP) No. 3 Tahun 2007 tentang Laporan Penyelenggaraan Pemerintah Daerah Kepada Pemerintah Laporan Keterangan Pertanggungjawaban Kepala Daerah Kepada Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Dan Informasi Laporan Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah Kepada Masyarakat.
- Peraturan Pemerintah Nomor 60 Tahun 2008 Tentang Sistem Pengendalian Intern Pemerintah.
- Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2010 Tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Nomor 56 Tahun 2005 Tentang Sistem Informasi Keuangan Daerah
- Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2010 tentang Standar Akuntansi Pemerintahan.
- Primayana, K.H., Anantawikrama Tungga Atmadja, dan Nyoman Ari Surya Darmawan. 2014. Pengaruh Kapasitas Sumber Daya Manusia, Pengendalian Intern Akuntansi, Pemanfaatan Teknologi Informasi, Dan Pengawasan Keuangan Daerah Terhadap Keterandalan Pelaporan Keuangan Pemerintah Daerah (Studi Pada Pemerintah Daerah Kabupaten Buleleng). *E-Journal Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Akuntansi*, Vol. 2 (1)
- Sukmaningrum. 2012. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Informasi Pelaporan Keuangan: Studi Empiris pada Pemerintah Kabupaten dan Kota Semarang*. Artikel Penelitian, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
- Winidyaningrum dan Rahmawati. 2010. *Pengaruh Kapasitas Sumber Daya Manusia dan Pemanfaatan Teknologi informasi, Terhadap Keterandalan dan Ketepatan waktu dan Pelaporan Keuangan Pemerintah Daerah dengan Variabel Intervening Pengendalian Intern Akuntansi: Studi Empiris di Pemda Subosukawonosraten*. Simposium Nasional Akuntansi XIII, Purwokerto



ISBN 978-623-92349-5-9





SERTIFIKAT

Nomor: 1619/UN21.5/PP/2020

diberikan kepada :

Hadion Wijoyo

atas partisipasinya sebagai

PRESENTER

**THE 2nd JAMBI ECONOMICS, BUSINESS & ACCOUNTING CONFERENCE
8 NOVEMBER 2020**

TEMA

**“URGENSI TEKNOLOGI INFORMASI BAGI PERGURUAN TINGGI DAN PRAKTIK BISNIS
DALAM ERA PANDEMI”**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Jambi


Dr. H. Junaidi, SE., M.Si
NIP.19670602 199203 1 003

Jambi, 08 November 2020
Ketua Panitia


Dr. Ilham Wahyudi, S.E., M.Si
NIP.197510 19200312 1 002