

Manajemen & Kewirausahaan

Volume 3 No 2 Tahun 2022

e-issn: 2774-6941



Manajemen & Kewirausahaan
Berbagi Ilmu dan Pengetahuan





Managemen & Kewirausahaan

Berbagi Ilmu dan Pengetahuan

Vol. 3, No. 2, 2022 ISSN 2774-6941 (*online*)

Diterbitkan oleh Jurusan Managemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Manado. Jurnal ini berfokus pada kajian managemen, bisnis, dan kewirausahaan dan diterbitkan dua kali dalam satu tahun.

Editor in Chief:

Nikolas Fajar W (Universitas Negeri Manado)

Managing Editor:

Aditya Pandowo (Universitas Negeri Manado)

Dewan Editor:

Aprih Santoso (Universitas Semarang)

Liem Gai Sien (Universitas Ma Chung, Malang, Association of International Business and Professional Management)

Paulus Kindangen (Universitas Sam Ratulangi)

Stefany I. Angmalisang (Universitas Negeri Manado)

Tinneke E. M. Sumual (Universitas Negeri Manado)

Affiliated by: Asosiasi Program Studi Managemen dan Bisnis Indonesia (APSMBI)

Indexed by:



Alamat Redaksi:

Jurusan Managemen FEB-UNIMA
Jl Kampus UNIMA Tondano-95618
Sulawesi Utara

editor.mk@unima.ac.id

<https://ejurnal.unima.ac.id/index.php/managemen-dan-kewirausahaan/index>

TIM REVIEWER

Alfiana, Manajemen - *Universitas Widyatama, Bandung*

Arie F. Kawulur, Manajemen - *Universitas Negeri Manado*

Elfitra Azliyanti, Manajemen - *Universitas Bung Hatta, Padang*

Grace J. Sopotan, Manajemen - *Universitas Negeri Manado*

Innocentius Bernarto, Manajemen - *Universitas Pelita Harapan, Jakarta*

Lydia I. Kumajas, Manajemen - *Universitas Negeri Manado*

Merinda H. Ch. Pandowo, Manajemen - *Universitas Sam Ratulangi, Manado*

Muhammad Rasyidin, Manajemen - *Universitas Malikusaleh, Aceh*

Ni Made Suci, Manajemen - *Universitas Pendidikan Ganesha, Bali*

Nina Farliana, Manajemen - *Universitas Negeri Semarang, Semarang*

Nova Ch. Mamuaya, Manajemen - *Universitas Negeri Manado*

Suwatno, Manajemen - *Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung*

Wayan Ardhani, Manajemen - *Universitas Mahendradatta, Bali*

Johan Reinner Tumiwa, Manajemen - *University of Debrecen, Hungary*

Leomar Miano, Manajemen - *Southern Luzon State University, Philipines*

Lynet Okiko, Manajemen - *Adventist University of South Africa, South Africa*

Alamat Redaksi:

Jurusan Manajemen FEB-UNIMA
Jl Kampus UNIMA Tondano-95618
Sulawesi Utara

editor.mk@unima.ac.id

<https://ejurnal.unima.ac.id/index.php/manajemen-dan-kewirausahaan/index>

DAFTAR ISI

Pengaruh Kompetensi SDM Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bank Sulut Go Cabang Amurang.....	75
<i>Dewi Sartika Suhardi, Arie Kawulur, Jetje F. Sumampouw</i>	
Pengaruh Struktur Modal Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Kebijakan Dividen Pada Perusahaan Sektor Aneka Industri Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020.....	79
<i>Yuwinda Manarisip, Tinneke Sumual, Lydia Kumajas</i>	
Peran Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediator Kualitas Layanan dan Niat Beli Kembali Pada Ojek Online di Indonesia.....	101
<i>Sudarto Sudarto</i>	
Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Minat Beli Pada Produk Scarlett Dengan Kesadaran Merek Sebagai Variabel Mediasi.....	111
<i>Ridel Sumampouw, Jetje F. Sumampouw, Aditya Pandowo</i>	
Pengaruh Struktur Modal, Kebijakan Dividen, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Cyclical Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020.....	125
<i>Meisin Savira Sorongan, Grace J. Sopotan, Ramon A. F. Tumiwa</i>	
Covid-19 Related Stress and Teaching in Distance Learning: Exploring Its Relationship Among Faculty Members in State University in Quezon Province...	139
<i>Sheena Kryzel M. Javier, Jerald Victor C. Brosas, Leomar C. Miano</i>	

Alamat Redaksi:

Jurusan Manajemen FEB-UNIMA
Jl Kampus UNIMA Tondano-95618
Sulawesi Utara

editor.mk@unima.ac.id

<https://ejurnal.unima.ac.id/index.php/manajemen-dan-kewirausahaan/index>

PENGARUH KOMPETENSI SDM DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. BANK SULUT GO CABANG AMURANG

Dewi Sartika Suhardi¹, Arie F. Kawulur², Jetje F. Sumampouw³

¹²³ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Manado, Indonesia

dewisartikasuhardi@gmail.com¹, ariekawulur@unima.ac.id², jetjesumampouw@unima.ac.id³

Diterima : 21-04-2022

Direvisi : 11-05-2022

Disetujui : 19-05-2022

Abstrak Tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh antara kompetensi SDM dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan pada PT Bank Sulut Go Cabang Amurang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan banyaknya sampel yang diteliti dalam penelitian ini ada 36 orang dengan teknik pengumpulan data yang dilakukan membagikan kuesioner. Hasil dari penelitian ini yaitu kompetensi SDM berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT Bank Sulut Go Cabang Amurang, lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT Bank Sulut Go Cabang Amurang, kompetensi SDM dan lingkungan kerja secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja karyawan pada PT Bank Sulut Go Cabang Amurang.

Kata Kunci: Kompetensi SDM; Lingkungan Kerja; Kinerja

Abstract The purpose of this study, namely to determine and analyze the effect of human resource competence and work environment on employee performance at PT Bank SulutGo Amurang Branch. This study uses quantitative methods and the number of samples studied in this study were 36 people with data collection techniques carried out by distributing questionnaires. The results of this study are human resource competencies have a significant effect on employee performance at PT Bank SulutGo Amurang Branch, work environment has a significant effect on employee performance at PT Bank Sulut Go Amurang Branch, human resource competencies and work environment jointly affect employee performance at PT Bank SulutGo Amurang Branch.

Keywords: human resource competence; work environment; performance

PENDAHULUAN

Didalam suatu organisasi atau perusahaan, sumber daya manusia (SDM) adalah asset yang paling berharga atau dapat dikatakan sebagai aspek utama yang terpenting bagi kelangsungan aktivitas keseluruhan didalam suatu organisasi atau perusahaan. "Betapapun majunya teknologi, berkembangnya informasi, tersedianya modal dan memadainya bahan, namun jika tanpa sumber daya manusia maka akan sulit bagi organisasi untuk mencapai tujuannya" (Gomes, 2003). Menurut beliau, perusahaan harus mampu

mengelola sumber daya manusia ini dengan baik demi adanya perkembangan serta kemajuan dari perusahaan. dengan demikian, kunci keberhasilan perusahaan sangat ditentukan oleh tercapainya hasil kinerja yang baik oleh karyawan. Hariandja, (2013) mengungkapkan bahwa kinerja adalah "hasil pekerjaan yang dihasilkan oleh karyawan yang ditunjukkan sesuai dengan perannya dalam organisasi". Didalam perusahaan, naik atau turunnya tingkat kinerja karyawan dapat disebabkan oleh beberapa faktor dan telah diketahui bahwa penilaian kerja ini merupakan salah satu proses kerja perusahaan

sehingga penilaian kerja ini dapat diperhatikan oleh beberapa faktor, diantaranya faktor kompetensi dan lingkungan kerja.

Kompetensi pada umumnya adalah kemampuan (skill) atau keahlian yang dimiliki oleh seseorang yang mendorong proses kinerja menjadi lebih baik, dengan adanya kompetensi yang memadai dari seorang karyawan maka akan membawa dampak positif bagi setiap tugas dan tanggung jawab yang di kerjakan. Selain kompetensi, lingkungan kerja juga menjadi salah satu faktor didalam kinerja.

Lingkungan kerja merujuk pada hal-hal yang ada disekitar serta melingkupi kerja karyawan dan bukan hanya tentang bentuk fisik tempat kerja tapi ada faktor-faktor lain yaitu kepemimpinan dan komunikasi, lingkungan kerja ini sangat dibutuhkan oleh seluruh karyawan yang ada diperusahaan, karena lingkungan kerja yang baik dapat menciptakan kenyamanan dan mampu mendorong semangat kerja karyawan dalam mengerjakan tugas yang lebih baik.

PT Bank SulutGo Cabang Amurang adalah bank pembangunan daerah sulawesi utara dan gorontalo yang melayani penghimpunan dan peminjaman dana yang berupa tabungan, pengiriman uang, setoran tunai, maupun pengkreditan. Salah satu misi dari PT Bank SulutGo Cabang Amurang adalah melaksanakan tata kelola perusahaan yang baik secara konsisten dan terus berinovasi menciptakan model bisnis, layanan dan produk yang terbaik serta bernilai tambah kepada nasabah. namun, untuk mencapai misi tersebut sering terjadi kendala yaitu kurangnya tingkat kinerja dari karyawan karena faktor dari kompetensi dan lingkungan kerja, kinerja karyawan kurang optimal karena target kinerja yang dicapai per periode nya bervariasi ada yang tidak sampai capai target ada yang bisa mencapai target yang ditentukan, kurang optimalnya kinerja karyawan juga bisa dilihat adanya pengeluhan dari nasabah karena pelayanan terkesan lambat, hal ini

dipengaruhi oleh kualitas dari karyawan yang kurang cekatan dan terampil dalam mengerjakan tugas. serta kecepatan dalam pencapaian target lamban.

Tabel 1
Penilaian Kinerja Karyawan PT. Bank SulutGo Cabang Amurang 2021

Bulan	Capaian (Target 100%)	Deskripsi
Jan	99	•Deskripsi kerja
Feb	95	•Kuantitas kerja
Maret	97	•Pengetahuan
April	87	kerja
Mei	90	•Akuntabilitas dan
Juni	81	ketergantungan
Juli	89	•Pengambilan
Agust	86	keputusan
Sept	85	•Pelayanan dan
Okt	97	relasi

Sumber: Bank SulutGo, 2021

Pada tabel penilaian kinerja Karyawan menunjukkan jika pada setiap bulannya pada PT. Bank Sulut Go Cabang Amurang memiliki target kerja yang harus dicapai dan dinilai dari beberapa indikator yang telah ditentukan oleh perusahaan, pencapaian target inilah menjadi tolak ukur dari tinggi rendahnya kinerja karyawan.

Kemudian perusahaan kurang memperhatikan aspek lingkungan kerja sehingga lingkungan kerja masih kurang nyaman karena suasana yang kurang menyenangkan, suhu, udara dan ruangan yang sempit membuat karyawan tidak bebas bergerak sehingga membuat karyawan kurang optimal dan kurang efektif dan efisien dalam mengerjakan setiap tugas dan tanggung jawab.

Dari uraian latar belakang masalah diatas maka peneliti tertarik menarik judul "Pengaruh Kompetensi SDM dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Bank Sulut Go Cabang Amurang".

TINJAUAN LITERATUR

Kinerja Karyawan

Kinerja karyawan atau dalam bahasa inggris employee performance ini merupakan pencapaian yang di hasilkan oleh setiap karyawan yang kemudian dinilai perusahaan untuk melihat kualitas kerja yang dicapai apakah meningkat atau turun. Kinerja menurut pendapat Wirawan, (2016) adalah keluaran yang dihasilkan oleh fungsi-fungsi atau indikator-indikator suatu pekerjaan atau suatu profesi dalam waktu tertentu”.

Ada juga menurut para ahli Mangkunegara, (2017) mengatakan bahwa “kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya”.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas mengenai kinerja karyawan, maka penulis menyimpulkan bahwa kinerja karyawan adalah suatu hasil (output) dari keseluruhan kinerja karyawan yang berdasarkan quality kerja yang dapat diperhatikan dan dinilai oleh perusahaan untuk bahan pertimbangan.

Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kinerja

Menurut Wirawan, (2016) dalam “Faktor-faktor yang mempengaruhi Kinerja antara lain:

1. Faktor internal pegawai, yaitu faktor-faktor dari dalam diri pegawai yang merupakan faktor bawaan dari lahir dan faktor yang diperoleh ketika ia berkembang. Faktor-faktor yang diperoleh, seperti pengetahuan, keterampilan, etos kerja, pengalaman kerja, dan motivasi kerja.
2. Faktor lingkungan internal organisasi yaitu dukungan dari organisasi dimana ia bekerja. Dukungan tersebut sangat mempengaruhi tinggi rendahnya kinerja pegawai. Faktore-faktor lingkungan internal organisasi tersebut antara lain visi, misi, dan tujuan organisasi, kebijakan

organisasi, teknologi strategi organisasi, system manajemen, system manajemen, kompensasi, kepemimpinan, budaya organisasi dan teman sekerja.

3. Faktor lingkungan eksternal organisasi, yaitu keadaan, kejadian atau situasi yang terjadi dilingkungan eksternal organisasi yang mempengaruhi kinerja pegawai. Faktor-faktor lingkungan eskternal organisasi tersebut antara lain kehidupan ekonomi, kehidupan politik kehidupan sosial, budaya dan agama masyarakat dan kompetitor.

Indikator Kinerja Karyawan

Indikator kinerja karyawan menurut Wirawan (2009:166) adalah sebagai berikut:

1. Keterampilan kerja
Penguasaan pegawai mengenal prosedur (metode/teknik/tata cara/peralatan) pelaksanaan tugas tugas jabatannya
2. Kualitas pekerjaan
Kemampuan pegawai menunjukan kualitas hasil kerja ditinjau dari segi ketelitian dan kerapian.
3. Tanggung jawab
Kesediaan pegawai untuk melibatkan diri sepenuhnya dalam melaksanakan pekerjaannya dan menanggung konsekuensi akibat kesalahan/kelalaian dan kecerobohan pribadi dalam melaksanakan tugas.
4. Prakarsa
Kemampuan pegawai dalam mengembangkan ide/gagasan dan tindakan yang menunjang penyelesaian tugas.
5. Disiplin
Kesediaan pegawai dalam memenuhi peraturan perusahaan yang berkaitan dengan ketepatan waktu masuk/pulang kerja, jumlah kehadiran, dan keluar kantor bukan untuk urusan dinas.

6. Kerjasama
Kemampuan pegawai untuk membina hubungan dengan pegawai lain dalam rangka menyelesaikan tugas
7. Kuantitas pekerjaan
Kemampuan pegawai dalam menyelesaikan sejumlah hasil tugas setiap harinya.

Kompetensi SDM

Kompetensi adalah skill atau kemampuan dari masing-masing individu yang berpengaruh terhadap proses kerja. Ada definisi kompetensi menurut Edison et al., (2020) menjelaskan bahwa kompetensi “adalah kemampuan individu untuk melaksanakan suatu pekerjaan dengan benar dan memiliki keunggulan yang didasarkan pada hal-hal yang menyangkut pengetahuan (*knowledge*), keahlian (*skill*), dan sikap (*attitude*)”. Sedangkan definisi kompetensi menurut Wibowo, (2016) mendefinisikan kompetensi adalah “suatu kemampuan untuk melaksanakan atau melakukan suatu pekerjaan atau tugas yang dilandasi atas keterampilan dan pengetahuan serta didukung oleh sikap kerja yang dituntut oleh pekerjaan tersebut”.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas mengenai kompetensi SDM, maka penulis menyimpulkan bahwa kompetensi adalah bagian dari kualitas seseorang yang berlandaskan atau didasari oleh aspek-aspek yaitu pengetahuan, keterampilan atau keahlian dan sikap dari seseorang untuk menghasilkan kinerja yang baik serta untuk mencapai visi-misi dari perusahaan.

Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kompetensi

Didalam kompetensi ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhinya yaitu menurut Zwell, (2000) mengungkapkan bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kecapakan kompetensi seseorang yaitu:

1. Keyakinan dan Nilai-Nilai
Keyakinan orang tentang dirinya maupun terhadap orang lain akan

sangat memengaruhi perilaku. Apabila orang percaya bahwa mereka tidak kreatif dan inovatif, mereka tidak akan berusaha berpikir tentang cara baru atau berbeda dalam melakukan sesuatu. Untuk itu, setiap orang harus berpikir positif baik tentang dirinya maupun terhadap orang lain dan menunjukkan ciri orang yang berpikir kedepan.

2. Keterampilan
Keterampilan memainkan peran dikebanyakan kompetensi. Berbicara didepan umum merupakan keterampilan yang dapat dipelajari, dipraktikkan, dan diperbaiki. Keterampilan menulis juga dapat diperbaiki dengan instruksi, praktik dan umpan balik.
3. Pengalaman
Keahlian dari banyak kompetensi memerlukan pengalaman mengorganisasi orang, komunikasi dihadapan kelompok, menyelesaikan masalah, dan sebagainya.
4. Karakteristik Kepribadian
Kepribadian dapat memengaruhi keahlian manajer dan pekerja dalam sejumlah kompetensi, termasuk dalam penyelesaian konflik, menunjukkan kepedulian interpersonal, kemampuan bekerja dalam tim, memberikan pengaruh dan membangun hubungan.
5. Motivasi
Dengan memberikan dorongan, apresiasi terhadap pekerjaan bawahan, memberikan pengakuan dan perhatian individual dari atasan dapat mempunyai pengaruh positif terhadap motivasi seseorang bawahan.
6. Isu Emosional
Perasaan tentang kewenangan dapat memengaruhi kemampuan komunikasi dan menyelesaikan konflik dengan manajer. Orang mungkin mengalami kesulitan mendengarkan orang lain apabila mereka tidak merasa didengar.
7. Kemampuan Intelektual
Kompetensi tergantung pada pemikiran kognitif seperti pemikiran konseptual

dan pemikiran analitis. Tidak mungkin memperbaiki setiap intervensi yang diwujudkan suatu organisasi.

8. Budaya Organisasi

Budaya organisasi memengaruhi kompetensi sumber daya manusia dalam kegiatan sebagai berikut:

- a) Praktik rekrutmen dan seleksi
- b) Sistem penghargaan mengomunikasikan pada pekerja
- c) Praktik pengambilan keputusan
- d) Filosofi organisasi misi, visi, dan nilai-nilai berhubungan dengan semua kompetensi.
- e) Kebiasaan dan prosedur memberi informasi kepada pekerja tentang berapa banyak kompetensi yang diharapkan.
- f) Komitmen pada pelatihan dan pengembangan mengomunikasikan pada pekerja tentang pentingnya kompetensi tentang kepemimpinan.

Indikator Kompetensi

Adapun indikator variabel kompetensi menurut teori Gordon dalam (Sutrisno, 2019) menyebutkan bahwa indikator kompetensi karyawan terdiri dari:

1. Pengetahuan (*Knowledge*)
2. Pemahaman (*Understanding*)
3. Kemampuan/*Keterampilan (Skill)*
4. Nilai (*Value*)
5. Sikap (*Attitude*)
6. Minat (*Interest*)

Lingkungan Kerja

Didalam suatu organisasi atau perusahaan lingkungan kerja ini menjadi salah satu bagian yang penting untuk diperhatikan dan dipantau karena lingkungan kerja sangat berpengaruh terhadap proses kerja karyawan setiap hari di perusahaan. Menurut Sunyoto, (2012) menyatakan lingkungan kerja merupakan komponen yang sangat penting ketika karyawan melakukan aktivitas bekerja. Dengan memperhatikan lingkungan kerja yang baik atau

menciptakan kondisi kerja yang mampu memberikan motivasi untuk bekerja, maka akan membawa pengaruh terhadap kinerja karyawan dalam bekerja". Kemudian, menurut Sutrisno, (2019) menyatakan "lingkungan kerja adalah keseluruhan sarana dan prasarana kerja yang ada disekitar karyawan yang sedang melakukan pekerjaan yang dapat mempengaruhi pelaksanaan pekerjaan.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas mengenai lingkungan kerja, maka penulis menyimpulkan bahwa lingkungan kerja merupakan salah satu hal yang penting yang perlu diperhatikan oleh setiap organisasi atau perusahaan karena lingkungan kerja ini sebagai tempat bekerja seluruh karyawan yang dapat membantu kinerja semakin efektif dan efisien.

Jenis-jenis Lingkungan Kerja

Didalam lingkungan kerja ada jenis-jenis yang termasuk yaitu menurut Sedarmayanti, (2017), menyatakan bahwa secara garis besar, jenis lingkungan kerja terbagi menjadi 2 antara lain:

- a) Lingkungan tempat kerja/ Lingkungan kerja fisik (*Physical Working Environment*),
- b) Suasana kerja/Lingkungan kerja non-fisik (*Non-Physical Working Environment*).

Faktor-faktor Lingkungan Kerja

Ada faktor-faktor yang mempengaruhi lingkungan kerja yaitu Menurut (Sedarmayanti, (2017) dalam faktor yang dapat mempengaruhi terbentuknya suatu kondisi lingkungan kerja dikaitkan dengan kemampuan pegawai, diantaranya:

1. Penerangan/cahaya di tempat kerja
2. Temperatur ditempat kerja
3. Kelembaban di tempat kerja
4. Sirkulasi udara di tempat kerja
5. Kebisingan di tempat kerja
6. Getaran mekanis di tempat kerja

7. Bau tidak sedap di tempat kerja
8. Tata warna di tempat kerja
9. Dekorasi di tempat kerja
10. Musik di tempat kerja
11. Keamanan di tempat kerja

Indikator Lingkungan Kerja

Menurut Sedarmayanti, (2017) adalah indikator penentu dalam lingkungan kerja adalah sebagai berikut:

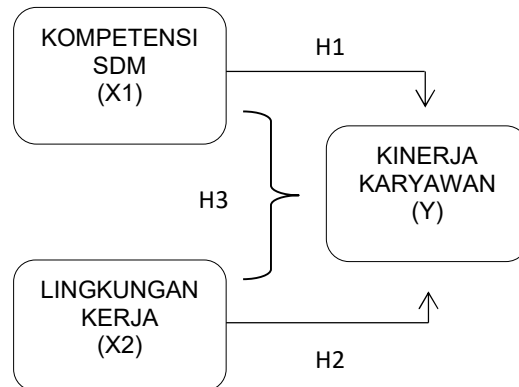
- 1) Penerangan
- 2) Suhu udara
- 3) Suara bising
- 4) Penggunaan warna
- 5) Ruang gerak yang diperlukan
- 6) Keamanan kerja
- 7) Hubungan karyawan

Kerangka Berpikir

Didalam kinerja karyawan dipengaruhi oleh dua faktor yaitu kompetensi sdm dan lingkungan kerja. Kompetensi sdm kerja menjadi point penting bagi kelangsungan kerja, karyawan yang mempunyai kualitas kerja yang baik akan memberikan keuntungan bagi perusahaan sehingga kompetensi sdm ini berpengaruh. Kompetensi merupakan perpaduan anatar pengetahuan dan keterampilan dengan karakteristik yang diperlukan perusahaan untuk menghasilkan kinerja yang sesuai dengan tujuan perusahaan (Manopo, 2011). Kemudian Nitisemo, (2011) mendefinisikan lingkungan kerja “sebagai segala sesuatu yang ada disekitar pekerja dan yang dapat mempengaruhi dirinya dalam menjalankan tugas-tugas yang dibebankan”. Sehingga suasana atau kondisi lingkungan kerja ini perlu diperhatikan oleh perusahaan jika lingkungan kerja ini terkelola dengan baik maka karyawan dapat mengerjakan setiap tugas dan tanggung jawab dengan baik tanpa adanya penghalang untuk bekerja. Dalam penelitian ini menggunakan variable independent yaitu kompetensi

SDM (X1) dan lingkungan kerja (X2) terhadap variable dependent yaitu kinerja karyawan (Y).

Model Penelitian



Gambar 1.
Model Penelitian

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan hasil dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Efendi et al., (2017) menunjukkan bahwa kompetensi SDM berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Perkembangan perusahaan dipengaruhi oleh kompetensi karyawan, kompetensi merupakan karakteristik seseorang yang dapat mempengaruhi cara berpikir dan bertindak (Ahmadi & Sulistyono, 2018). Kompetensi sumber daya manusia yang memadai mendorong kinerja karyawan oleh Efendi et al., (2017). Kompetensi ialah kapabilitas seseorang guna menyelesaikan berbagai macam pekerjaan sesuai dengan tanggung jawabnya (Parmin, 2017). Berdasarkan teori dan hasil penelitian sebelumnya dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

H1: Terdapat pengaruh kompetensi SDM Terhadap kinerja karyawan pada PT Bank SulutGo Cabang Amurang

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Irawan, 2016) menunjukkan bahwa Lingkungan Kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan. dalam penelitian yang dilakukan oleh Efendi et al., (2017) menyatakan bahwa lingkungan kerja adalah keseluruhan alat perkakas dan abahan yang dihadapi lingkungan

sekitarnya dimana seseorang bekerja, metode kerjanya, serta pengaturan kerjanya baik sebagai perseorangan maupun sebagai kelompok serta hubungan antara pimpinan, sesama rekan kerja maupun dengan bawahan yang dapat berpengaruh terhadap pekerjaannya. Sehingga lingkungan kerja sangat penting dan mempunyai pengaruh terhadap kinerja. Untuk mendapat suasana kerja yang baik perlu memperhatikan berbagai faktor penunjang dalam lingkungan kerja fisik yaitu pengaturan ruang kerja, penerangan, kebisingan suara, warna dinding, perlengkapan kerja, fasilitas kerja dan kebersihan tempat kerja (Irawan, 2016). Berdasarkan teori dan hasil penelitian sebelumnya dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

H2: Terdapat pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. Bank SulutGo Cabang Amurang

Lingkungan kerja yang nyaman dapat menjamin karyawan bersemangat dalam bekerja (Pramana & Sudharma, 2013). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Efendi et al., (2017) menyatakan bahwa kompetensi adalah keahlian dan keterampilan dasar serta pengalaman pekerja yang dapat mempengaruhi mereka dalam melaksanakan pekerjaan atau tugas lainnya secara efektif dan efisien atau sesuai dengan standar perusahaan yang telah ditentukan. Berdasarkan teori dan hasil penelitian sebelumnya dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

H3: Kompetensi SDM dan lingkungan kerja terdapat pengaruh secara bersama sama terhadap kinerja karyawan Pada PT Bank SulutGo Cabang Amurang

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yakni dengan metode survei. Sugiyono, (2019) berpendapat bahwa "metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari

tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya (perlakuan tidak seperti dalam eksperimen).

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: Objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Dengan demikian populasi dalam penelitian ini adalah karyawan PT Bank SulutGo Cabang Amurang yang berjumlah 56 karyawan.

Dalam pengambilan jumlah sampel dari populasi 56 karyawan maka menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$
$$n = \frac{56}{1 + 56(0,1)^2}$$
$$n = \frac{56}{1 + 0,56} \quad n = \frac{56}{1,56}$$

$$n = 35,8 \text{ (dibulatkan menjadi 36)}$$

Jadi dalam penelitian ini pengambilan jumlah sampel sebanyak 36 karyawan pada PT Bank Sulut Go Cabang Amurang

Dimana :

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi

e : Persentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan masih bisa ditolerir atau diinginkan (0,1)

Teknik Pengumpulan dan Pengukuran Data

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dalam bentuk angket atau kuesioner yang berisi daftar pertanyaan dan di jawab tertulis oleh responden yaitu karyawan PT Bank SulutGo Cabang Amurang dan

menggunakan teknik observasi yaitu dengan melakukan pengamatan terhadap masalah yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data Responden

Table 1 dibawah ini menunjukkan data demografi dari responden.

Tabel 1.
Deskriptif Statistik

Deskripsi	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin		
Laki – Laki	25	69,4%
Perempuan	11	30,6%
Umur		
21 – 30	12	33,3%
31 – 40	16	44,4%
41 – 50	7	19,4%
51 – 60	1	2,9%
> 60	-	
Lama Kerja		
1 – 5	11	30,6%
6 – 10	12	33,3%
11 – 15	8	22,2%
16 – 20	3	8,3%
21 – 25	-	-
25 - 30	2	5,6%
Pendidikan		
SMA/SMK	14	38,9%
Sarjana	22	61,1%

Sumber: Hasil olahan data

Berdasarkan jenis kelamin, responden laki-laki sebanyak 25 orang atau 69,4% sedangkan responden perempuan sebanyak 11 orang atau 30,6%. Secara usia, rentang usia responden terbesar 44,4% berada pada usia 31–40 tahun, diikuti 33,3% pada rentang usia 21-30 tahun sedangkan paling sedikit tercatat pada 1% berusia 51-60 tahun. Sementara berdasarkan latar belakang pendidikan, sebagian besar berpendidikan sarjana (61,1%) dan sisanya (38,9%) adalah SMA/SMK atau sederajat.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas menurut Sundayana, (2014) adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Sebuah instrument dikatakan valid apabila mampu mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat (Sundayana,2014).

1. Uji validitas kompetensi SDM (X1)

Berikut ini adalah adalah tabel yang menunjukkan hasil uji validitas variabel kompetensi SDM:

Tabel 2

Hasil Uji Validitas Kompetensi SDM (X1)

Item	rhitung	rtabel	Ket
X1	0,463528	0,3291	Valid
X2	0,453294		Valid
X3	0,446081		Valid
X4	0,453566		Valid
X5	0,507992		Valid
X6	0,458145		Valid
X7	0,424502		Valid
X8	0,444035		Valid
X9	0,437282		Valid
X10	0,454612		Valid

Sumber: Hasil olahan data

Berdasarkan tabel 2 hasil perhitungan uji validitas maka dapat diketahui bahwa keseluruhan item pertanyaan yang berdasarkan indicator variabel kompetensi SDM memiliki nilai r hitung > r tabel. Sehingga dapat dikatakan seluruh item yang berdasarkan indicator variabel kompetensi SDM dinyatakan valid.

2. Uji validitas lingkungan kerja (X2)

Berikut ini adalah adalah tabel yang menunjukkan hasil uji validitas variabel lingkungan kerja:

Tabel 3

Hasil Uji Validitas Lingkungan Kerja (X2)

Item	rhitung	rtabel	Ket
X1	0,447921	0,3291	Valid
X2	0,410083		Valid
X3	0,424316		Valid
X4	0,436512		Valid

X5	0,413879		Valid
X6	0,399089		Valid
X7	0,448556		Valid
X8	0,448556		Valid
X9	0,425951		Valid
X10	0,436786		

Sumber: Hasil olahan data

Berdasarkan tabel 3 hasil perhitungan uji validitas maka dapat diketahui bahwa keseluruhan item pertanyaan yang berdasarkan indicator variabel lingkungan kerja memiliki nilai r hitung $>$ r tabel. Sehingga dapat dikatakan seluruh item yang berdasarkan indicator variabel lingkungan kerja dinyatakan valid.

3. Uji validitas kinerja karyawan (Y)

Berikut ini adalah adalah tabel yang menunjukkan hasil uji validitas variabel kinerja karyawan.

Tabel 4
Hasil Uji Validitas Kinerja Karyawan (Y)

Item	rhitung	rtabel	Ket
Y1	0,475917	0,3291	Valid
Y2	0,483352		Valid
Y3	0,454911		Valid
Y4	0,407726		Valid
X5	0,488352		Valid
X6	0,480419		Valid
X7	0,437713		Valid
X8	0,422596		Valid
X9	0,430292		Valid
X10	0,425756		

Sumber: Hasil olahan data

Berdasarkan tabel 4 hasil perhitungan uji validitas maka dapat diketahui bahwa keseluruhan item pertanyaan yang berdasarkan indicator variabel kinerja karyawan memiliki nilai r hitung $>$ r tabel. Sehingga dapat dikatakan seluruh item yang berdasarkan indicator variabel kinerja karyawan dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrument penelitian adalah suatu alat yang memberikan hasil yang tetap sama/konsisten (Sundayana,

2014). Instrumen yang reliabel adalah instrument yang jika di cobakan secara berulang-ulang pada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama dengan asumsi tidak terdapat perubahan psikologis terhadap responden.

Untuk menentukan suatu instrumen reliabel atau tidak maka bisa menggunakan batas nilai *Cronbach Alpha* 0,6. Apabila nilai *Alpha* lebih dari 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian telah reliabel Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini:

Tabel 5
Hasil Uji Reliabilitas

No	Konstruk	Cronbach Alpha	Ket
1	Kompetensi SDM	0,645	Reliabel
2	Lingkungan Kerja	0,619	Reliabel
3	Kinerja Karyawan	0,716	Reliabel

Sumber: Hasil olahan data

Berdasarkan tabel 5 hasil uji reliabilitas variabel penelitian menunjukan bahwa setiap item pertanyaan dari variabel penelitian memiliki nilai koefisien *Cronbach Alpha* \geq 0,6 sehingga dapat diketahui setiap item pertanyaan berdasarkan indicator pada masing-masing variabel penelitian dinyatakan reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas ini digunakan untuk mengetahui atau mendeteksi apakah data berdistribusi normal apa tidak. Untuk mengetahui data yang dipakai dalam penelitian ini berdistribusi normal atau tidak maka dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Dimana dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Apabila Asymp sig. (2 tailed) atau nilai signifikansi \geq tingkat signifikansi

(0,05 atau 5%) maka H0 diterima dan H1 ditolak. Artinya, residual berdistribusi normal.

2. Apabila Asymp sig. (2 tailed) atau nilai signifikansi \leq tingkat signifikansi (0,05 atau 5) maka H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya, residual berdistribusi tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada sebuah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat pada besaran *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai VIF \leq 10 dan atau nilai Tolerance \geq 0,1 maka dapat disimpulkan tidak terdapat masalah multikolinearitas, begitu pula sebaliknya (Gunawan,2016:102).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastistas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, dalam penelitian ini untuk mendeteksi apakah terjadi masalah heteroskedastisitas atau tidak maka menggunakan Uji *Glejser Test* melalui Aplikasi SPSS. Ketentuan Uji *Glejser Test* adalah:

1. Jika nilai sig. pada uji glejser test \geq 0,05 maka disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.
2. Jika nilai sig. pada uji glejser test \leq 0,05 maka disimpulkan terjadi masalah teroskedastisitas.

Tabel 6
Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji	Eligibilitas	Hasil Uji
Normalitas	0,05	0,200
Multikoleniaritas	1<n>10	1,676
Heterokedasitis	0,05	0,557

Sumber data diolah (2021)

Berdasarkan tabel 5. hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* nilai Asymp. Sig (2-tailed) atau nilai signifikansi adalah, 0,200 sehingga dapat dilihat dan dipastikan nilainya lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, artinya residual berdistribusi normal sehingga model regresi yang di hasilkan dapat digunakan untuk pengambilan keputusan.

Berdasarkan tabel 6 hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai VIF = 1,676 \leq 10. Dengan demikian didalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

Berdasarkan tabel 6 hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat bahwa nilai sig. Variabel kompetensi SDM 0,400 \geq 0,05 pada nilai signifikansi. Variabel lingkungan kerja 0,557 \geq 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas antara variabel kompetensi SDM terhadap variabel lingkungan kerja.

Analisis Regresi Berganda

Tabel 7
Uji Regresi Linear Berganda

	B	t	Sig
Konstanta	6.159	0.01	.991
Kompetensi SDM	.480	3.686	.001
Lingkungan Kerja	.356	2.451	.020

r = 0.782^a
r² = 0.612
Adjusted r²= 0.425
F = 26.034

Sumber data diolah (2021)

Berdasarkan tabel 7 dapat dilihat bahwa persamaan regresinya adalah $Y = 6,159 + 0,483X_1 + 0,356 X_2$. Nilai konstanta adalah bernilai 6,159 artinya kompetensi SDM dan lingkungan kerja bernilai 0 (nol), maka kinerja karyawan akan tetap ada sebesar 6,159. Nilai koefisien regresi variabel kompetensi bernilai positif, yaitu 0,483, artinya setiap

peningkatan variabel kompetensi sebesar 1 satuan akan meningkatkan kinerja karyawan sebesar 0,483 satuan dengan asumsi variabel lain konstan dan begitu juga sebaliknya. Nilai koefisien regresi variabel lingkungan kerja bernilai positif, yaitu 0,356 artinya setiap peningkatan variabel lingkungan kerja sebesar 1 satuan akan meningkatkan kinerja karyawan sebesar 0,356 satuan dengan asumsi variabel lain konstan dan begitu juga sebaliknya.

Uji Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan bahwa nilai koefisien (r) sebesar 0,782 atau 78,2% yang artinya variabel kompetensi SDM (X_1) dan lingkungan kerja (X_2) memiliki hubungan kuat terhadap kinerja karyawan (Y). Sementara itu nilai determinasi yaitu dapat dilihat nilai r^2 sebesar 0,612 yang artinya bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel kompetensi SDM (X_1) dan lingkungan kerja (X_2) terhadap kinerja karyawan (Y) sebesar 61,2% dan sisanya 38,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh atau tidak secara parsial Kompetensi SDM dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan.

Berdasarkan tabel 7 hasil uji t dapat dilihat bahwa nilai signifikansi dari variabel kompetensi SDM (X_1) diperoleh $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,686 > 2,034$ (nilai t tabel) maka dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh antara variabel kompetensi SDM (X_1) terhadap variabel kinerja karyawan (Y), kemudian dapat dilihat nilai signifikansi variabel lingkungan kerja (X_2) diperoleh $0,020 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,451 > 2,034$ (nilai t tabel) maka dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh antara variabel lingkungan kerja (X_2) terhadap variabel kinerja karyawan (Y).

b. Uji f (simultan)

Uji f yakni uji secara bersamaan terhadap koefisien regresi yakni pengaruh dari seluruh variabel bebas terhadap variabel dependen. Uji hipotesis ini menggunakan statistik f dengan kesimpulannya yaitu apabila nilai f hitung melebihi f tabel juga nilai sig tidak melampaui 0,05, diartikan bahwa peneliti menolak H_0 dan menerima H_a . Sedangkan jika f hitung tidak melebihi nilai f tabel serta $sig > 0,05$, memiliki arti H_0 diterima dan H_a ditolak.

Berdasarkan tabel 7 dapat dilihat bahwa nilai F hitung $26,034 > 0,328$ (F tabel) atau nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ diartikan peneliti menolak H_0 dan menerima H_a . Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara kompetensi SDM dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan.

Pembahasan

Pengaruh Kompetensi SDM terhadap Kinerja Karyawan

Berdasarkan pengolahan data memberikan hasil bahwa kompetensi sdm berpengaruh terhadap kinerja karyawan PT Bank SulutGo Cabang Amurang. Dimana melalui hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa perhitungan t dimana nilai t hitung sebesar $3,686 > 2,034$ t tabel, dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh peneliti Callista, (2016) berjudul pengaruh kompetensi SDM terhadap kinerja karyawan pada PT. Tresnamuda Sejati Cabang Surabaya yang menyatakan bahwa kompetensi SDM berpengaruh terhadap kinerja karyawan.

Dengan ini semakin tinggi kompetensi SDM yang dimiliki oleh karyawan maka akan meningkatkan kinerja dari karyawan maka sangat diperlukan keterampilan (*skill*) dari karyawan agar dapat tercapai setiap tujuan perusahaan dan berdampak positif bagi kinerja di perusahaan.

Pengaruh Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan

Berdasarkan pengolahan data memberikan hasil bahwa lingkungan kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan PT Bank SulutGo Cabang Amurang. Dimana melalui hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa perhitungan t dimana hasil t hitung sebesar $2,451 > 2,034$ t tabel, dengan nilai signifikansi $0,020 < 0,05$. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh peneliti (Sunarsi et al., 2020) yang berjudul Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Mentari Persada Di Jakarta yang menyatakan bahwa Lingkungan Kerja Berpengaruh Terhadap Kinerja Karyawan.

Pengaruh Kompetensi SDM dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan

Berdasarkan pengolah data menunjukkan bahwa kompetensi sdm dan lingkungan kerja secara simultan (bersama-sama) terdapat pengaruh terhadap kinerja karyawan dapat dilihat dengan nilai F hitung $16,223 > 0,328$ (f tabel) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh peneliti (Syaputra & Arman, 2020) dengan judul Pengaruh Kompetensi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Bank Mandiri Syariah Bangkinang menyatakan bahwa kompetensi dan lingkungan kerja secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel kinerja karyawan.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab IV, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kompetensi SDM berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Karyawan pada PT Bank Sulut Go Cabang

Amurang. Artinya, semakin baik Kompetensi SDM yang di perusahaan maka Kinerja Karyawan akan semakin meningkat.

2. Lingkungan Kerja berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Karyawan pada PT Bank Sulut Go Cabang Amurang. Artinya, semakin baik Lingkungan Kerja yang ada di perusahaan maka Kinerja Karyawan akan semakin meningkat.

3. Kompetensi SDM dan Lingkungan Kerja berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Karyawan pada PT Bank Sulut Go Cabang Amurang. Artinya, semakin baik Kompetensi SDM dan Lingkungan Kerja yang ada di perusahaan maka Kinerja Karyawan akan semakin meningkat.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini maka saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan (PT. Bank Sulut Go Cabang Amurang)

Disarankan kiranya lebih meningkatkan kompetensi SDM setiap individu karyawan yaitu kualitas individu yang lebih cekatan serta terampil dengan mengadakan training atau pelatihan kepada setiap individu karyawan dan lebih memperhatikan lingkungan kerja perusahaan yaitu suasana kerja yang menyenangkan, suhu udara dan ruangan yang lebih luas agar dapat meningkatkan kinerja karyawan dengan cara melakukan renovasi ruangan yang lebih baik. Karena penelitian ini membuktikan bahwa kinerja karyawan dipengaruhi oleh kompetensi SDM dan lingkungan kerja.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya hendaknya untuk lebih menambah referensi dan sumber terkait dengan kompetensi SDM, lingkungan kerja dan kinerja karyawan, kemudian penelitian

selanjutnya hendaknya dapat melakukan penelitian dengan variabel-variabel lainnya yang bisa memberikan informasi yang lebih tepat dan lengkap tentang variabel dependen dan independen dalam penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, S., & Sulistyono. (2018). Pengaruh Kompetensi, Kepemimpinan, dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai di Kantor Pertahanan Kabupaten Bogor. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 15(2), 203–211.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33370/jmk.v15i2.239>
- Callista, N. (2016). Pengaruh Kompetensi SDM Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Tresnamuda Sejati Cabang Surabaya. *Agora*, 4(2), 45–51.
- Edison, E., Anwar, J., & Komariyah, I. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Alfabeta.
- Efendi, M., Widarko, A., & Priyono, A. A. (2017). Pengaruh Kompetensi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Study Kasus Pada Karyawan Bagian Produksi Perusahaan Rokok Adi Bungsu Malang. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 6(5), 203–2017.
- Gomes, F. C. (2003). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Andi.
- Hariandja, M. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Gramedia.
- Irawan, B. (2016). Pengaruh Kompetensi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Presol Indo Prima Palembang. *Motivasi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 1(1), 1–12.
<https://doi.org/https://doi.org/10.32502/motivasi.v1i1.690>
- Mangkunegara, A. P. (2017). *Manajemen Sumber Daya Perusahaan* (14th ed.). Remaja.
- Manopo, C. (2011). *Competency Based Talent and Performance: Management System*. Salemba Empat.
- Nitisemo, A. S. (2011). *Manajemen Personalia* (5th ed., Vol. 14). Ghalia.
- Parmin. (2017). Pengaruh Kompensasi, Kompetensi, dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Guru Tidak tetap (GTT) dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Fokus Bisnis*, 16(01), 21–40.
<https://doi.org/https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v16i01.78>
- Pramana, A. A. G. K., & Sudharma, I. N. (2013). Pengaruh Kompensasi, Lingkungan Kerja Fisik dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *E-Jurnal Manajemen*, 2(9), 1175–1188.
- Sedarmayanti. (2017). *Perencanaan dan Pengembangan SDM untuk Meningkatkan Kompetensi, Kinerja dan Produktivitas Kerja*. PT. Refika Aditama.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (18th ed.). Alfabeta.
- Sunarsi, D., Wijoyo, H., Dharmapala Riau, S., Prasada, D., & Andi, D. (2020). Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Mentari Persada di Jakarta. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi*, 117–124.
- Sundayana, R. (2014). *Statistika Penelitian Pendidikan*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. CAPS (Center For Academic Publising Service).

Sutrisno, E. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (9th ed.). Kencana.

Syaputra, Y., & Arman. (2020). Pengaruh Kompetensi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Bank Mandiri Syariah Bangkinang. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 2(2), 111–118.

Wibowo. (2016). *Manajemen Kinerja* (4th ed.). Rajawali Pers.

Wirawan. (2016). *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia*. Raja Grafindo Persada.

Zwell, M. (2000). *Creating a Culture of Competence*. John Wiley & Sons Inc.

PENGARUH STRUKTUR MODAL DAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN TERHADAP KEBIJAKAN DIVIDEN PADA PERUSAHAAN SEKTOR ANEKA INDUSTRI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2015-2020

Yuwinda J. Manarisip¹, Tinneke E. M. Sumual², Lydia I. Kumajas³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Manado

¹yuwindamanarisip03@gmail.com ²tinneke.sumual@unima.ac.id ³lydia.kumajas@unima.ac.id

Diterima : 21-04-2022

Direvisi : 11-05-2022

Disetujui : 19-05-2022

Abstrak Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh struktur modal dan pertumbuhan perusahaan terhadap kebijakan dividen. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diambil melalui website resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) dan menggunakan metode asosiatif yang bersifat kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 16 perusahaan sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama 6 tahun, yaitu dari tahun 2015-2020. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi data panel dengan *Random Effect Model* (REM) sebagai model yang terpilih. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Struktur Modal (DER) berpengaruh negative dan signifikan terhadap kebijakan dividen (DPR) hasil penelitian ini didukung oleh teori keagenan. Pertumbuhan perusahaan (*Aset/Growth*) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kebijakan dividen (DPR) hasil penelitian ini didukung oleh *signalling Theory*.

Katakunci: struktur modal; pertumbuhan perusahaan; kebijakan dividen.

Abstract The purpose of this study is to analyze and determine the effect of capital structure and company growth on dividend policy. The data used in this study is secondary data taken through the official website of the Indonesia Stock Exchange (www.idx.co.id) and using quantitative associative methods. The sample in this study consisted of 16 companies in the various industrial sectors listed on the Indonesia Stock Exchange for 6 years. The analytical method used in this study uses panel data regression analysis with the *Random Effect Model* (REM) as the chosen model. The results show that capital structure (DER) has a negative and significant effect on Dividend Policy (DPR). The results of this study are supported by agency theory. Company growth (*Assets/Growth*) has a positive and insignificant effect on dividend policy (DPR). The results of this study are supported by signaling theory.

Keywords: capital structure; company growth; dividend policy.

PENDAHULUAN

Ada dua acara yang dapat dilakukan untuk mengukur perkembangan ekonomi suatu negara yaitu dengan mengetahui perkembangan berbagai jenis industri pada suatu negara dan mengetahui tingkat perkembangan pasar modal. Menurut UU No 8 Tahun 1995 tentang pasar modal menyatakan bahwa pasar modal Indonesia memiliki peran yang strategis dalam pembangunan nasional

sebagai salah satu sumber pembiayaan bagi dunia usaha dan wahana investasi bagi masyarakat. Perusahaan manufaktur dalam perkembangan perekonomian suatu negara dituntut untuk bersaing di dunia industri. Perusahaan yang kinerjanya baik akan meningkatkan kepercayaan investor untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut, namun jika perusahaan tersebut kinerjanya kurang optimal maka tingkat

kepercayaan investor terhadap perusahaan juga akan menurun.

Perusahaan yang menguntungkan adalah perusahaan yang mampu membayarkan dividennya (Silaban & Purnawati, 2016). Kebijakan dividen dapat dihitung dengan menggunakan salah satu proksi yaitu *Dividend Payout Ratio*, yaitu presentase laba yang dibagikan dalam bentuk dividen tunai, artinya penentuan DPR akan mempengaruhi keputusan investor dan disisi lain akan berpengaruh pada kondisi keuangan perusahaan. Jika perusahaan membagikan dividen yang besar maka akan membuat perusahaan terlihat lebih menarik.

Struktur modal merupakan perimbangan atau perbandingan antara hutang dengan modal sendiri yang digunakan perusahaan untuk membiayai aktivitya. Salah satu keputusan yang penting dihadapi manajer keuangan dalam kaitannya dengan kelangsungan operasi perusahaan adalah keputusan pendanaan atau keputusan struktur modal, yaitu keputusan keuangan yang berkaitan dengan komposisi hutang. Struktur modal dapat dihitung dengan menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER), dimana DER sendiri merupakan perbandingan total hutang perusahaan dengan total modal sendiri perusahaan.

Pertumbuhan perusahaan adalah suatu tujuan yang sangat diharapkan oleh pihak internal maupun eksternal suatu perusahaan karena memberikan dampak yang baik bagi perusahaan seperti investor, kreditur, dan para pemegang saham. Pertumbuhan perusahaan akan mempengaruhi kebijakan dividen dimana dengan tingkat pertumbuhan yang baik maka perusahaan tentunya akan mengalokasikan dana yang di dapat perusahaan untuk berinvestasi sehingga akan mengurangi pembagian dividen kepada para pemegang saham (Brigham & Houston, 2014). Cara yang sering digunakan untuk mengetahui pertumbuhan perusahaan diukur dengan mengukur kenaikan investasi atau kenaikan aktiva perusahaan.

Menariknya dalam penelitian ini yaitu penelitian sebelumnya mendapatkan hasil yang berbeda-beda, ada peneliti yang menemukan hasil negative dan ada juga yang menemukan positif. Baik pengaruh struktur modal terhadap kebijakan dividen maupun pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap kebijakan dividen.

Selain fenomena riset diatas, ada juga fenomena *Dividend Payout Ratio* (DPR) pada perusahaan-perusahaan yang tergabung dalam sektor aneka industry yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dimana sebanyak 16 perusahaan yang membagikan dividen mengalami fluktuasi hingga penurunan DPR dari tahun ke tahun. Kemudian sebanyak 18 perusahaan tidak membagikan dividen, ada yang karena mengalami kerugian dan ada yang menahan labanya sebagai laba ditahan untuk kepentingan operasional perusahaan.

Dilihat dari masalah yang dipaparkan diatas maka penelitian dengan topik Kebijakan Dividen dengan merumuskan judul sebagai berikut: "Struktur Modal dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Kebijakan Dividen pada Perusahaan Sektor Aneka Industri yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia".

TINJAUAN LITERATUR

Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Masalah keagenan adalah masalah yang timbul akibat konflik kepentingan antara manajer (agen) dan pemegang saham (principal).

Trade Off Theory

Teori ini berawal dari sebuah artikel yang ditulis oleh Modigliani & Miller, (1963) dengan judul *Corporate Income Taxes on the Cost of Capital: A Correction* Dalam teori ini menjelaskan tentang seberapa banyak hutang perusahaan dan berapa banyak ekuitas perusahaan sehingga terjadi keseimbangan antara

biaya yang dikeluarkan dengan keuntungan.

Signalling Theory

Signalling theory menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan kepada pihak eksternal. Teori ini didasarkan pada asumsi bahwa manajer dan pemegang saham tidak mempunyai akses informasi perusahaan yang sama (Pamungkas et al., 2017).

Struktur Modal

Menurut Winarno, (2013) struktur modal menunjukkan proporsi atas penggunaan utang untuk membiayai investasinya. Menurut Syamsuddin, (2011), struktur modal merupakan penentuan komposisi modal, yaitu perbandingan antara hutang dan modal sendiri atau dengan kata lain struktur modal merupakan hasil atau akibat dari keputusan pendanaan (*financing decision*) yang intinya memilih apakah akan menggunakan hutang atau ekuitas untuk mendanai operasi perusahaan. Variabel ini diukur menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) dengan rumus:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Pertumbuhan Perusahaan

Menurut Safrida dalam Silaban & Purnawati, (2016) pertumbuhan perusahaan diinginkan oleh pihak internal dan eksternal suatu perusahaan karena pertumbuhan yang baik memberikan tanda perkembangan perusahaan. Tingkat pertumbuhan adalah perubahan (peningkatan atau penurunan) total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan (Brigham & Houston, 2014). Pertumbuhan perusahaan dihitung dengan menggunakan total asset, yaitu presentase perubahan total asset (TA):

$$\text{Growth} = \frac{\text{TA sekarang} - \text{TA sebelumnya}}{\text{TA sebelumnya}} \times 100\%$$

Kebijakan Dividen

Kebijakan dividen menyangkut tentang penggunaan laba yang menjadi hak para pemegang saham. Pada dasarnya, laba tersebut bisa dibagi sebagai dividen atau ditahan untuk diinvestasikan kembali. Kebijakan dividen merupakan keputusan apakah laba yang diperoleh pada akhir tahun akan dibagikan kepada pemegang saham dalam bentuk dividen atau akan ditahan untuk menambah modal guna pembiayaan investasi dimasa yang akan datang (Harjito & Martono, 2011). Menurut Hanafi, (2016) dividen merupakan kompensasi yang diterima oleh pemegang saham, disamping *capital gain*. *Dividen Payout Ratio* bisa dihitung dengan rumus:

$$\text{Dividen Payout Ratio} = \frac{\text{Dividen per share}}{\text{Earning per share}}$$

Kerangka Berpikir Dan Hipotesis

1. Pengaruh Struktur Modal Terhadap Kebijakan Dividen

Menurut Lopolusi, (2013) perusahaan dengan penggunaan hutang dalam jumlah yang besar, maka menyebabkan semakin besar pula kewajiban yang harus dipenuhi oleh perusahaan. peningkatan hutang akan mempengaruhi tingkat pendapatan bersih yang tersedia bagi pemegang saham termasuk dividen yang akan diterima karena perusahaan akan lebih memprioritaskan untuk membayar kewajiban bunga dan hutang dibandingkan membayar dividen. berdasarkan penjelasan di atas hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H1: Struktur Modal (DER) berpengaruh negative terhadap kebijakan dividen (DPR)

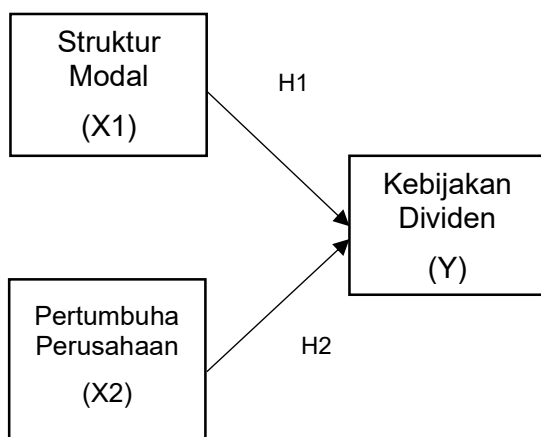
2. Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Kebijakan Dividen

Ross et al., (2015) mengatakan bahwa kebutuhan pendanaan eksternal dan pertumbuhan sudah pasti akan saling berhubungan. Perusahaan yang memiliki pertumbuhan yang tinggi akan memiliki kecenderungan membayar dividen yang rendah, karena perusahaan lebih tertarik untuk berinvestasi dari pada dibagikan sebagai dividen. Semakin cepat tingkat pertumbuhan suatu perusahaan, semakin besar kebutuhan pendanaan untuk membiayai pertumbuhan perusahaan tersebut. Dengan besarnya kebutuhan akan dana untuk waktu mendatang, perusahaan biasanya lebih senang untuk menahan labanya daripada membagikannya sebagai dividen kepada para pemegang saham mengingat batasan biayanya (Riyanto, dalam Setiawati & Yesica, 2016). Berdasarkan penjelasan diatas hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H2: Pertumbuhan Perusahaan (Asset) berpengaruh negative terhadap kebijakan dividen (DPR).

Model Penelitian

Untuk memberikan Gambaran yang jelas dan sistematis, maka dapat dibuat suatu kerangka berpikir dari pengaruh struktur modal dan pertumbuhan perusahaan terhadap kebijakan dividen.



Gambar 1. Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode asosiatif kausal yang bersifat kuantitatif karena penelitian ini berkaitan dengan objek penelitian yaitu pada perusahaan dengan kurun waktu tertentu dengan mengumpulkan data berupa laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan informasi yang berkaitan dengan perusahaan yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 52 perusahaan Manufaktur sektor aneka Industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020. Sektor aneka industry merupakan salah satu bagian dari sektor perusahaan manufaktur yang ada di Indonesia. Alasan peneliti memilih sektor aneka industry sebagai objek penelitian, adalah karena sektor ini memiliki aktivitas produksi yang relative besar serta produk-produk yang dihasilkan dalam sektor merupakan produk yang dibutuhkan dan banyak diminati oleh konsumen dalam menunjang kehidupan sehari-hari dan sektor ini juga merupakan salah satu sektor yang memiliki kontribusi yang cukup besar dalam dunia investasi.

Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2019). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel yang didasarkan pada kriteria-kriteria yang harus dipenuhi oleh perusahaan yang ada di dalam populasi untuk dijadikan sebagai sampel. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 16 perusahaan yang sudah ditentukan

dengan menggunakan metode *purposive sampling* yang membatasi pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria-kriteria tersebut adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur sektor aneka industri yang mempunyai data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
2. Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan mempublikasikan laporan keuangan tahunan dan laporan tahunan yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
3. Perusahaan yang membagikan dividen periode 2015-2020
4. Perusahaan-perusahaan yang menggunakan mata uang rupiah.

Tabel 1.
Proses Pengambilan Sampel

No	Keterangan	Jumlah
1.	Populasi perusahaan manufaktur sektor aneka industri yang terdaftar di BEI periode 2015-2020	52 perusahaan
2.	Perusahaan yang tidak memiliki data yang lengkap dan perusahaan yang tidak membagikan dividen.	30 perusahaan
3.	Perusahaan yang menggunakan mata uang asing	6 perusahaan
4.	Perusahaan yang membagikan dividen periode 2015-2020	16 perusahaan

Sumber: Hasil olahan data

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif adalah metode yang bergantung pada kemampuan untuk menghitung data secara akurat. Analisis kuantitatif juga

adalah analisis untuk memperkirakan secara kuantitatif pengaruh beberapa variabel independent terhadap variabel dependen, baik secara Bersama-sama maupun sendiri-sendiri. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan metode regresi data panel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Deskriptif statistik merupakan perhitungan yang digunakan untuk mengetahui karakteristik dan gambaran awal variabel penelitian. Statistic deskriptif meliputi nilai mean, minimum, maksimum, dan jumlah observasi dari sampel penelitian.

Tabel 2.
Hasil Pengujian Statistik Deskriptif

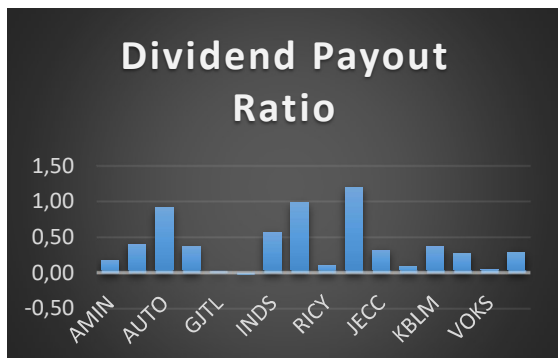
	DPR	DER	PP
Mean	0.383115	1.080697	0.092641
Median	0.270322	0.699628	0.065610
Maximum	3.521127	3.750990	0.932742
Minimum	-0.604595	0.019443	-0.200613
Std. Dev.	0.592315	0.893879	0.183061
Skewness	3.309648	1.070797	2.107379
Kurtosis	16.53138	3.126806	9.407683
Jarque-Bera Probability	907.6534	18.41003	235.2904
Sum	0.000000	0.000101	0.000000
Sum Sq. Dev.	36.77907	103.7469	8.893555
Observations	33.32954	75.90693	3.183564
Cross sections	96	96	96
	16	16	16

Sumber: Hasil olahan data

Dari hasil pengujian deskriptif statistic pada tabel 2 menunjukkan bahwa variabel Y (DPR) dengan menggunakan observasi sebanyak 96 memiliki mean (nilai rata-rata) sebesar 0.383115, sedangkan median (nilai tengah) 0.270322, maksimum (nilai tertinggi) sebesar 3.521127, sedangkan minimum (nilai terendah) -0.604595, dan nilai standar deviasi 0.592315. Perusahaan dengan nilai DPR tertinggi adalah PT Trisula International Tbk pada tahun 2017, hal ini diakibatkan oleh penurunan *Earning Per Share* dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu 2016. Penurunan ini diakibatkan oleh kinerja penurunan

penjualan ekspor garmen perusahaan, serta biaya operasional yang dikeluarkan terkait konsolidasi operasional ritel dengan penutupan brand maupun toko yang tidak produktif. sedangkan perusahaan yang memiliki nilai DPR terendah adalah PT Indomobil Sukses International Tbk (IMAS) pada tahun 2015.

Gambar 2
Rata-Rata Dividen Payout Ratio (DPR)
Perusahaan Sektor Aneka Industri Yang
Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode
2015-2020



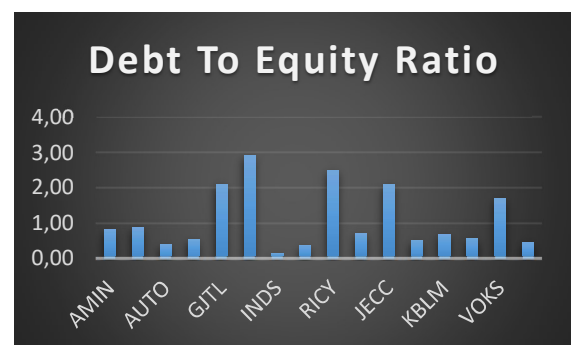
Sumber: Hasil olahan data

Dari gambar 2 terlihat bahwa nilai Debt to Equity Ratio (DPR) pada perusahaan Sektor Aneka Industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020 mengalami naik turun atau fluktuasi. Pada perusahaan AMIN nilai DPR sebesar 0,18, pada perusahaan ASII naik menjadi sebesar 0,40. Pada perusahaan AUTO nilai DPR sebesar 0,92 namun pada perusahaan BOLT turun menjadi 0,37. Pada perusahaan GJTL nilai DPR sebesar 0,02, namun pada perusahaan IMAS mengalami penurunan hingga -0,02. Nilai DPR pada perusahaan INDS sebesar 0,57. Pada perusahaan SSM sebesar 0,99. Pada perusahaan RICY nilai DPR sebesar 0,11 dan pada perusahaan TRIS naik menjadi sebesar 1,20, namun pada perusahaan JECC Nilai DPR turun menjadi 0,32, Pada perusahaan KBLI nilai DPR sebesar 0,10. Pada perusahaan KBLM nilai DPR sebesar 0,37 dan pada perusahaan SCCO mengalami penurunan 0,27. Nilai DPR pada perusahaan VOKS sebesar

0,05 dan pada perusahaan BATA naik menjadi 0,29.

Dari hasil pengujian statistic deskriptif pada tabel 2 menunjukkan gambaran bahwa variabel X1 (DER) dengan menggunakan observasi sebanyak 96 memiliki nilai mean (nilai rata-rata) sebesar 1.080697, sedangkan nilai median (nilai tengah) 0.699628, nilai maximum (tertinggi) 3.750990, sedangkan nilai minimum (terendah) 0.019443, dan nilai standar deviasi 0.893879. perusahaan dengan nilai tertinggi adalah PT Indomobil Sukses International Tbk (IMAS) pada tahun 2019, hal ini disebabkan oleh Kenaikan total liabilitas sebesar 14,42% terutama pada utang bank jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya dan Jumlah ekuitas mengalami penurunan sebesar 7,77% jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya, ini diakibatkan oleh kenaikan beban seperti beban penjualan, beban umum dan administrasi, beban operasi lain, beban keuangan, beban pajak penghasilan, dan penurunan pendapatan operasi lain. Sedangkan perusahaan dengan nilai terendah adalah PT Indospring Tbk (INDS) pada tahun 2016.

Gambar 3
Rata-Rata Debt to Equity Ratio (DER)
Pada Perusahaan Aneka Industri Yang
Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode
2015-2020



Sumber: Hasil olahan data

Dari gambar 3 dapat dilihat bahwa nilai DER pada perusahaan aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015-2020 mengalami fluktuasi atau naik turun. Perusahaan

AMIN memiliki nilai DER sebesar 0.81. perusahaan ASII memiliki nilai DER sebesar 0,88. Perusahaan AUTO memiliki nilai DER sebesar 0.38. Pada perusahaan BOLT nilai DER sebesar 0.53 dan pada perusahaan GJTL nilai DER naik menjadi 2.10. pada perusahaan IMAS nilai DER sebesar 2.91 dan pada perusahaan INDS nilai DER turun menjadi 0.14 kemudian pada perusahaan SMSM nilai DER mengalami kenaikan sebesar 0.36. Pada perusahaan RICY nilai DER sebesar 2.49 namun pada perusahaan TRIS nilai DER mengalami penurunan sebesar 0.71. Pada perusahaan JECC nilai DER sebesar 2.09 kemudian pada perusahaan KBLI nilai DER turun menjadi 0.50. Pada perusahaan KBLM nilai DER sebesar 0.68 dan pada perusahaan SCCO nilai DER mengalami penurunan sebesar 0.56. Pada perusahaan VOKS nilai DER sebesar 1.69 namun pada perusahaan BATA nilai DER menurun hingga 0.45.

Dari hasil pengujian statistic deskriptif pada tabel 2 di atas menunjukkan gambaran bahwa variabel X2 (PP) dengan menggunakan observasi sebanyak 96 memiliki nilai mean (rata-rata) sebesar 0.092641, nilai median (nilai tengah) sebesar 0.065610, nilai tertinggi (Maximum) sebesar 0.932742, nilai Terendah (Minimum) sebesar -0.200613, dan yang terakhir nilai standar deviasi sebesar 0.183061. perusahaan dengan nilai tertinggi adalah PT Kabelindo Murni Tbk (KBLM) tahun 2017 ini karena total asset perseroan dan entitas anak pada tahun 2017 naik 93,27% bila dibandingkan dengan total asset perseroan dan entitas anak pada tahun 2016, asset lancar mengalami kenaikan sebesar 39,04% dibandingkan tahun sebelumnya yang disebabkan oleh naiknya kas dan setara kas sebesar 81,62% dan piutang usaha sebesar 73,71% dibandingkan dengan tahun sebelumnya ini disebabkan oleh kenaikan beban penjualan dan kolektibilitas piutang yang mengalami percepatan sehingga piutang mengalami kenaikan. Asset tidak lancar mengalami peningkatan 180,89% dibandingkan tahun sebelumnya ini disebabkan oleh

meningkatnya asset tetap sebesar 179,62%, peningkatan ini disebabkan karena adanya penilaian kembali asset tetap oleh perusahaan. Sedangkan perusahaan dengan nilai terendah adalah PT Kabelindo Murni Tbk (KBLM) tahun 2020, hal ini diakibatkan karena asset perseroan pada akhir tahun 2020 turun 20,06% bila dibandingkan dengan tahun sebelumnya, penurunan tersebut disebabkan oleh menurunnya asset lancar sebesar Rp255,4 miliar rupiah. Asset lancar juga mengalami penurunan sebesar 44,35% yang terutama disebabkan oleh turunnya piutang usaha dan persediaan. Asset tidak lancar mengalami penurunan sebesar 0,32% yang disebabkan oleh menurunnya asset tetap sebesar 0,77%.

Gambar 4
Rata-Rata Growth Pada Perusahaan Aneka Industri Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020



Sumber: Hasil olahan data

Dari gambar 4 di atas dapat dilihat bahwa nilai aset perusahaan pada perusahaan aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2020 mengalami fluktuasi atau naik turun. Pada perusahaan AMIN nilai aset perusahaan sebesar 0.17 namun pada perusahaan ASII nilai aset perusahaan turun menjadi 0.06. Pada perusahaan AUTO nilai aset perusahaan sebesar 0.01 dan pada perusahaan BOLT nilai aset perusahaan naik sebesar 0.04 namun pada perusahaan GJTL nilai aset perusahaan turun menjadi 0.02. Pada perusahaan IMAS nilai aset perusahaan sebesar 0.13 dan pada perusahaan INDS

nilai aset perusahaan turun menjadi 0.04 kemudian pada perusahaan SMSM nilai aset perusahaan mengalami kenaikan sebesar 0.12. Pada perusahaan RICY nilai Aset Perusahaan sebesar 0.07. Pada perusahaan TRIS nilai aset perusahaan sebesar 0.16 dan pada perusahaan JECC nilai aset perusahaan sebesar 0.07. Pada perusahaan KBLI nilai aset perusahaan sebesar 0.17 dan pada perusahaan KBLM nilai aset perusahaan turun menjadi 0.13. Pada perusahaan SCCO nilai aset perusahaan sebesar 0.17 namun pada perusahaan VOKS nilai aset perusahaan turun menjadi 0.12 begitu pula pada perusahaan BATA nilai aset perusahaan menurun hingga 0.00.

Analisis Regresi Data Panel

1. Uji Chow

Tabel 3
Hasil Uji Chow

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	2.007790	(15,78)	0.0249
Cross-section Chi-square	31.344364	15	0.0079

Sumber: Hasil olahan data

Berdasarkan hasil uji chow pada tabel 7 dapat diketahui (prob) *cross section Chi-square* sebesar $0.0249 < 0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini berarti bahwa model *fixed effect* lebih baik dari pada model *Common Effect*.

2. Uji Hausman

Tabel 4
Hasil Uji Hausman

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	0.858000	2	0.6512

Sumber: Hasil olahan data

Berdasarkan hasil uji hausman pada tabel 4 dapat diketahui (Prob) *cross section random* sebesar $0.6512 > 0,05$. Dari hasil uji hausman tersebut dapat

disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak, ini berarti bahwa model *Random Effect* lebih baik dari pada model *Fixed Effect*.

3. Uji Lagrange Multiplier

Tabel 5.
Hasil Uji Lagrange Multiplier

Test Hypothesis			
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	3.793277	1.900251	5.693529
	(0.0515)	(0.1681)	(0.0170)

Sumber: Hasil olahan data

Berdasarkan hasil uji Lagrange Multiplier pada tabel 9 di atas dapat dilihat bahwa (Prob) Breusch-Pagan sebesar $0.0170 < 0,05$. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa model *Random Effect* lebih baik digunakan daripada model *Common Effect*.

4. Hasil Estimasi Model

Tabel 6.
Hasil Uji Random Effect Model

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.578264	0.123110	4.697150	0.0000
DER?	-0.200011	0.085259	-2.345933	0.0211
PP?	0.226706	0.303984	0.745783	0.4577
Effects Specification			S.D.	Rho
Cross-section random			0.237616	0.1705
Idiosyncratic random			0.524025	0.8295
Weighted Statistics				
Root MSE	0.512596	R-squared	0.059090	
Mean dependent var	0.256342	Adjusted R-squared	0.038855	
S.D. dependent var	0.531220	S.E. of regression	0.520798	
Sum squared resid	25.22442	F-statistic	2.920233	
Durbin-Watson stat	1.786369	Prob(F-statistic)	0.058883	
Unweighted Statistics				
R-squared	0.108449	Mean dependent var	0.383115	
Sum squared resid	29.71497	Durbin-Watson stat	1.516412	
R-squared	0.108449	Mean dependent var	0.383115	

Sumber: Hasil olahan data

Berdasarkan tabel 6 hasil pengujian *Random Effect Model* menunjukkan bahwa struktur modal memiliki nilai koefisien sebesar -0.200011. Dapat disimpulkan bahwa struktur modal berpengaruh negative.

Berdasarkan tabel 6 hasil pengujian *Random effect Model* menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan memiliki koefisien sebesar 0.226706. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan perusahaan (Aset) berpengaruh positif.

Persamaan regresi diatas memiliki makna sebagai berikut:

1. Konstanta = 0.578264. Jika variabel struktur modal dan pertumbuhan perusahaan = 0, maka nilai kebijakan dividen 0.578264
2. Koefisien DER (X_1) = -0.200011. artinya struktur modal (DER) memiliki hubungan negative atau untuk setiap perubahan 1% struktur modal (DER) maka kebijakan dividen (DPR) mengalami penurunan sebesar - 0.200011.
3. Koefisien PP (X_2) = 0.226706. artinya pertumbuhan perusahaan (Asset) memiliki hubungan positif atau untuk setiap perubahan 1% pertumbuhan perusahaan (Asset) maka kebijakan dividen (DPR) mengalami kenaikan sebesar 0.226706.

Dari hasil estimasi diatas dengan menggunakan metode *Random effect model*, maka dapat diperoleh persamaan regresi data panel sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1DER + b_2PP + e$$
$$DPR = 0.578264 + (-0.200011) + 0.226706 + e$$

Uji Parsial (T)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah pengaruh antar variabel independent terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikansi dibawah 0,05 atau 5% dan tidak signifikan

di atas 0,05 (5%) dengan menggunakan ***Random Effect Model***.

1. Struktur Modal (DER) terhadap Kebijakan Dividen (DPR)

Hipotesis seperti terlihat pada tabel 6 yang menggunakan *random effect model* sebagai model terpilih menunjukkan bahwa variabel struktur modal memiliki nilai probabilitas sebesar $0.0211 < 0,05$. Ini berarti bahwa struktur modal berpengaruh secara signifikan terhadap kebijakan dividen atau dengan kata lain Hipotesis 1 (H1) **diterima**.

2. Pertumbuhan Perusahaan (Aset) Terhadap Kebijakan Dividen (DPR)

Hipotesis seperti terlihat pada tabel 6 di atas yang menggunakan *random effect model* menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan perusahaan memiliki nilai probabilitas sebesar $0.4577 > 0,05$. Ini menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap kebijakan dividen atau dengan kata lain hipotesis 2 (H2) **Ditolak**.

Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Struktur Modal Terhadap kebijakan Dividen Pada Perusahaan Sektor Aneka Industri Yang Terdaftar di BEI Periode 2015-2020

Berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian ini, diperoleh hasil nilai koefisien regresi sebesar -0.200011 dengan nilai signifikansi (probabilitas) sebesar 0.0211 (lebih kecil dari 0,05), artinya struktur modal yang diprosikan dengan DER berpengaruh negative dan signifikan terhadap kebijakan dividen yang diprosikan dengan DPR pada perusahaan aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2020, sehingga hipotesis yang diajukan sebelumnya dinyatakan diterima.

Menurut Lopolusi, (2013) perusahaan dengan penggunaan hutang dalam jumlah yang besar, akan menyebabkan semakin besar pula

kewajiban yang harus dipenuhi oleh perusahaan. Peningkatan hutang pada gilirannya akan mempengaruhi besar kecilnya laba bersih yang tersedia bagi para pemegang saham termasuk dividen yang akan diterima, karena kewajiban tersebut lebih diprioritaskan daripada pembagian dividen. Struktur modal berpengaruh negative dan signifikan terhadap kebijakan dividen ini sesuai dengan penjelasan *agency theory* yang mengatakan bahwa hutang merupakan cara untuk mengurangi konflik keagenan. Perusahaan yang mempunyai hutang akan dipaksa mengeluarkan kas yang tersedia dari perusahaan untuk membayar bunga hutang dan pelunasan hutang sebelum membagikan dividen. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan *Trade-Off Theory* yang mengatakan bahwa penggunaan hutang akan meningkatkan nilai perusahaan dikarenakan adanya bunga yang dapat dikurangkan pajak, namun penggunaan hutang yang terlalu besar akan menimbulkan resiko kebangkrutan bagi perusahaan.

2. Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Kebijakan Dividen Pada Perusahaan Sektor Aneka Industri Yang Terdaftar di BEI Periode 2015-2020

Berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian ini, maka diperoleh hasil nilai koefisien regresi sebesar 0.226706 dengan nilai probabilitas sebesar 0.4577 (lebih besar dari 0,05) yang berarti bahwa pertumbuhan perusahaan yang diprosikan dengan Growth berpengaruh positif dan tidak signifikan atau dapat dikatakan tidak berpengaruh terhadap kebijakan dividen yang diprosikan dengan DPR pada perusahaan aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2020, sehingga hipotesis yang diajukan sebelumnya dinyatakan ditolak.

Adanya teori signal yang berpendapat bahwa dividen digunakan sebagai alat prediksi kondisi perusahaan pada masa yang akan datang. Jadi ada kecenderungan harga saham akan naik

jika ada pengumuman kenaikan *cash dividend* dan harga saham akan turun jika ada pengumuman penurunan dividen. Hal ini tentunya akan mempengaruhi keputusan investor dalam berinvestasi pada perusahaan. Pada saat asset sudah cukup atau bertumbuh maka laba perusahaan dapat dibagikan sebagai dividen tidak lagi untuk membeli asset.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada perusahaan sektor aneka Industri dalam penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Struktur modal (X1) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kebijakan dividen (Y) pada perusahaan sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2020. Dimana jika beban hutang semakin tinggi, maka kemampuan perusahaan untuk membagi dividen akan semakin rendah, karena kewajiban untuk melunasi hutang lebih diprioritaskan daripada pembagian dividen.
2. Pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap kebijakan dividen pada perusahaan sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015-2020. Hasil ini bertolak belakang dengan hipotesis penelitian. Dimana jika perusahaan memilih untuk meningkatkan perusahaan maka secara otomatis dana yang dibutuhkan untuk meningkatkan perusahaan cukup besar seperti membeli asset (mesin, peralatan, kendaraan), melakukan investasi, dan melakukan promosi atau iklan. Pada saat asset sudah cukup atau bertumbuh maka laba perusahaan dapat dibagikan sebagai dividen tidak lagi untuk membeli asset.

Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka peneliti mengajukan

saran yang sekiranya dapat bermanfaat, sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan sangat diharapkan untuk lebih meningkatkan kebijakan dividen. Hal ini bertujuan agar perusahaan dapat memberikan gambaran bagi investor bahwa perusahaan tersebut memberikan pengembalian atas investasi yang mereka lakukan pada perusahaan tersebut. Perusahaan juga harus memperhatikan struktur modal terlebih pada hutang, karena hutang yang tinggi dapat berpengaruh pada laba yang dihasilkan oleh perusahaan, hal ini akan mengakibatkan berkurangnya pembagian dividen karena perusahaan akan menggunakan Sebagian besar laba untuk membayar hutang. Kemudian dalam meningkatkan perusahaan perusahaan bisa melakukannya dengan melihat kondisi keuangan perusahaan hal ini juga dapat berpengaruh pada kebijakan dividen yang nantinya akan perusahaan bagikan.
2. Bagi Investor, dalam menentukan perusahaan untuk dijadikan tempat investasi hendaknya investor memperhatikan dan mempertimbangkan keputusan pendanaan yang berkaitan dengan porsi hutangnya. Investor harus berhati-hati untuk berinvestasi pada perusahaan dengan struktur hutang yang tinggi, karena perusahaan dengan struktur hutang yang tinggi memiliki resiko kebangkrutan yang tinggi. Investor lebih disarankan untuk memilih berinvestasi pada perusahaan besar yang lebih mapan dari sisi total asset dan perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

Brigham, E., & Houston, J. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan 1* (14th ed.). Salemba Empat.

Hanafi, M. (2016). *Manajemen Keuangan* (2nd ed.). BPFE.

Harjito, A., & Martono. (2011). *Manajemen Keuangan* (Edisi Kedua). Ekonisia.

Lopolusi, I. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Dividen Sektor Manufaktur. *Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 2(1), 1–18.

Modigliani, F., & Miller, M. H. (1963). Corporate Income Taxes on the Cost of Capital: A Correction. *The American Economic Review*, 53(3), 433–443.

Pamungkas, I. D., Ghozali, I., & Tarmizi, A. (2017). The Effects of The Whistleblowing System on Financial Statements Fraud: Ethical Behavior as The Mediators. *International Journal of Civil Engineering and Technology*, 8(10), 1592–1598.

Ross, S., Westerfield, R., & Jordan, B. (2015). *Essentials of Corporate Finance* (8th ed.). McGraw-Hill Higer Education.

Setiawati, L. W., & Yesica, L. (2016). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Kebijakan Utang, Collateralizable Assets, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan Dividen Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012–2014. *Jurnal Akuntansi*, 10(1), 52–83. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25170%2Fjrak.v10i1.561>

Silaban, D. P., & Purnawati, N. K. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Kepemilikan, Pertumbuhan Perusahaan dan Efektivitas Usaha terhadap Kebijakan Dividen. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(2), 1251–1281.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (18th ed.). Alfabeta.

Syamsuddin, L. (2011). *Manajemen Keuangan Perusahaan (Konsep Aplikasi dalam: Perencanaan, Pengawasan, dan Pengambilan Keputusan)*. Rajawali Pers.

Winarno, D. (2013). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, dan Operating Cash Flow Terhadap Return Saham (Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di BEI). *Jurnal Akuntansi*, 1(3), 1–29.

PERAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI KUALITAS LAYANAN DAN NIAT BELI KEMBALI PADA OJEK ONLINE DI INDONESIA

Sudarto

Universitas Borneo Tarakan, Indonesia

sudarto.fekon@gmail.com

Diterima : 06-05-2022
Direvisi : 26-05-2022
Disetujui : 01-06-2022

Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan ojek online terhadap kepuasan konsumen, kualitas layanan terhadap niat membeli kembali dan kepuasan konsumen sebagai pemediasi terhadap minat pembelian ulang konsumen. Penelitian ini dilakukan di kota Tarakan pada tahun 2021 dengan populasi yang digunakan yaitu pernah melakukan jasa menggunakan ojek online, sampel penelitian berjumlah 110 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan survey online dan menggunakan skala likert mulai skala 1-5. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah path analysis (analisis jalur). Hasil penelitian kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas layanan secara langsung berpengaruh positif signifikan terhadap minat pembelian ulang dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap minat pembelian ulang.

Kata kunci: kepuasan pelanggan; kualitas layanan; niat beli Kembali

Abstract *The goal of this study is to see how consumer satisfaction, service quality, and consumer satisfaction as a mediating of consumer repurchase interest are influenced by online motorcycle taxi service quality. This study was conducted in Tarakan in 2021 with a population of 110 people who had used online motorbike taxis. Data was gathered through an online survey with a Likert scale of 1 to 5. Path analysis was employed as an analytical tool in this investigation (path analysis). The findings of the study show that service quality has a large positive impact on customer satisfaction, that service quality has a direct impact on repurchase interest, and that customer satisfaction has a considerable positive impact on repurchase interest.*

Keywords: customer satisfaction; service quality; and repurchase intention

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi di era globalisasi saat ini sangatlah pesat. Internet menjadi salah satu kemajuan yang terus berkembang membantu dan memudahkan masyarakat dalam kegiatan sehari-hari. Internet juga mengubah gaya hidup masyarakat menjadi serba online. Transportasi merupakan salah satu factor penunjang penting dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Transportasi online merupakan salah satu jasa transportasi yang menggunakan kemajuan teknologi untuk mengantar penumpang, makanan

dan lain sebagainya, seperti Go-Jek, Grab, Uber, Maxim, M-Jek, Oyi jek yang dapat dengan mudah diakses melalui hp Android dan iOS.

Semakin banyaknya transportasi online berdampak semakin ketatnya persaingan yang menyebabkan terjadinya adanya persaingan terhadap loyalitas pelanggan yang membuat konsumen semakin selektif dalam memilih transportasi online harus bias menciptakan pelayanan yang terbaik serta harga yang sangat terjangkau demi terciptanya mendapatkan loyalitas pelanggan yang

semakin percaya melakukan pembelian ulang dengan menjaga kualitas serta mengutamakan kepuasan terhadap pelayanan yang terbaik yang telah diberikan.

Pelanggan merupakan factor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan karena pelanggan merupakan asset yang dapat menentukan keberhasilan perusahaan (Al-Haqam & Hamali, 2016). Banyak cara yang dilakukan transportasi online untuk mempertahankan pelanggan, salah satunya yaitu meningkatkan mutu dan kualitas, serta memprioritaskan kepuasan pelanggan. Kepuasan didefinisikan sebagai perasaan konsumen, baik itu dalam bentuk kesenangan ataupun kekecewaan yang ditimbulkan dari membuat perbandingan tampak dari suatu barang atau jasa lalu erat hubungannya dengan keinginan pelanggan pada barang atau jasa itu (Kotler, 2000). Apabila pelanggan merasa puas, akan menciptakan hubungan emosional antara penyedia jasa dengan pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan kunci utama untuk bersaing dalam lingkungan bisnis yang dimana pada jaman era globalisasi saat ini tingkat persaingan semakin tinggi dan ketat. Kualitas layanan website transportasi online diukur dari konsep WebQual 4.0 yang teridentifikasi menjadi tiga dimensi, yaitu kegunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*), dan kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*). Kualitas layanan sangatlah penting untuk membentuk minat beli pelanggan.

Minat beli adalah perilaku pelanggan yang memberikan petunjuk tentang sampai seberapa jauh komitmen konsumen dalam memutuskan untuk membeli. Minat pembelian ulang diyakini bergantung kepada tingkat kepuasan konsumen berdasarkan pengalaman yang baik pada pembelian sebelumnya (Priskila & Priskila, 2019). Niat untuk menggunakan kembali barang atau jasa merupakan cerminan bahwa jasa yang

ditawarkan perusahaan berkualitas sehingga pelanggan merasa puas. Menurut (Schiffman & Kanuk, 2015), pembelian atau penggunaan ulang biasanya menandakan bahwa produk tersebut menandakan bahwa produk tersebut memenuhi persetujuan pelanggan dan pelanggan bersedia memakainya kembali.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan ojek online terhadap kepuasan konsumen, kualitas layanan terhadap niat membeli kembali dan kepuasan konsumen sebagai pemoderasi terhadap minat pembelian ulang konsumen.

TINJAUAN LITERATUR

Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan kunci dari ukuran kepuasan. Dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, kualitas menjadi pembeda antara perusahaan satu dengan lainnya (Christian & Nuari, 2016). Kualitas pelayanan diartikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang diterima atau diperoleh. Ada 5 dimensi dari ServQual (Bhatt & Sahil Bhanawat, 2016), yakni bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*).

Bukti fisik (*tangibles*) merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Dimensi berikutnya, yaitu keandalan (*reliability*) merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya, seperti pelayanan tanpa kesalahan dan tingkat akurasi yang tinggi. Dimensi ketiga ialah ketanggapan (*responsiveness*) merupakan suatu

kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Selain dimensi ketanggapan, dimensi selanjutnya ialah jaminan (*assurance*) merupakan pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. Adapun dimensi terakhir ialah empati (*emphaty*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pemahaman tentang kebutuhan pelanggan secara individual.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan pelanggan adalah perasaan individu yang dihasilkan terhadap rasa senang atau kecewa yang dirasakan atau harapannya dari suatu produk atau jasa (Kotler & Keller, 2016). Harapan pelanggan diyakini mempunyai peran yang besar dalam menentukan suatu kepuasan. Menurut Meesala & Paul, (2018) kepuasan pelanggan adalah faktor kunci yang mendorong ketika kinerja produk atau layanan melebihi yang diharapkan. Jika kinerja atau pengalaman yang diterima konsumen lebih kecil dari harapan maka konsumen akan merasa tidak puas. Sebaliknya, jika sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen akan merasa puas. Jika kinerja atau pengalaman yang didapat lebih besar dari harapan maka konsumen akan merasa sangat senang.

Ada 5 konsep inti mengenai objek pengukuran kepuasan pelanggan (Tjiptono, 2014), yaitu kepuasan pelanggan keseluruhan, dimensi kepuasan pelanggan, konfirmasi harapan, niat beli ulang, serta kesediaan untuk merekomendasikan.

Minat Beli Ulang

Minat pembelian ulang merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah

dilakukan di masa lalu (Rosaliana, 2018). Menurut Sartika, (2017) minat beli ulang adalah minat pembelian terhadap suatu produk atau jasa yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan di masa lalu. Sedangkan menurut Murwanti et al., (2017) minat pembelian ulang merupakan suatu komitmen konsumen yang terbentuk setelah konsumen melakukan pembelian suatu produk atau jasa sebelumnya. Komitmen timbul karena kesan positif konsumen atau kepuasan yang diterima sesuai dengan yang diinginkan dari suatu produk. Produk yang sudah melekat dalam hati pelanggan akan menyebabkan pembelian ulang. Maka dapat disimpulkan minat beli ulang merupakan keinginan seseorang untuk membeli kembali produk atau jasa di tempat yang sama dan berminat melakukan pembelian di masa mendatang.

Ada 4 dimensi minat pembelian ulang (Saidani & Arifin, 2012), yaitu minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, dan minat eksploratif. Minat transaksional merupakan kecenderungan konsumen untuk selalu membeli ulang produk yang telah dikonsumsinya. Minat referensial merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dikonsumsinya kepada orang lain. Minat preferensial merupakan perilaku konsumen yang menjadikan produk yang telah dikonsumsinya sebagai pilihan utama. Minat eksploratif merupakan keinginan konsumen untuk selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya.

Kerangka Pemikiran

Menurut penelitian Triawan, (2017) Ada beberapa dimensi dari kualitas pelayanan yakni kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati yang tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, namun salah satu dimensi kualitas pelayanan yaitu berwujud dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen motor uber di Yogyakarta. Berbeda dengan Adriani & Warmika, (2019) yang berpendapat

bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sejalan dengan Irdiana & Iristian, (2019) bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Demikian pula Setyawati, (2019) kualitas layanan elektronik mempunyai dampak positif pada kepuasan dan niat beli elektronik.

H₁: Kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Menurut penelitian yang telah dilakukan Adriani & Warmika, (2019) yang berpendapat bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan kembali. Puspitasari & Aprileny, (2021) mengungkapkan secara parsial dan simultan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Sejalan dengan Juliet, (2020) bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat beli kembali jasa antar ojek online Grab-Bike di Jakarta Pusat. Demikian pula Pradana & Sanaji, (2018) mengatakan bahwa kualitas E-Service lebih berpengaruh terhadap niat beli ulang dan kepuasan.

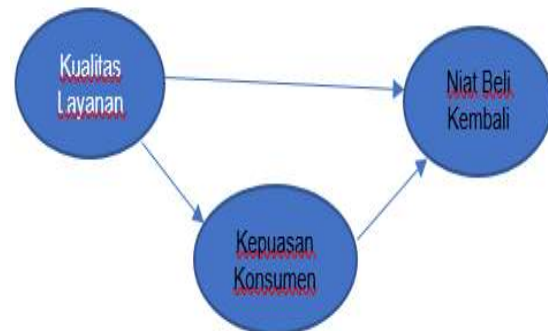
H₂: Kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap niat beli ulang

Menurut penelitian yang telah dilakukan Adriani & Warmika, (2019) kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan dengan niat menggunakan kembali. Selanjutnya Dwipayana & Sulistyawati, (2018) berpendapat bahwa kepuasan memediasi secara positif hubungan antara kepercayaan terhadap niat beli ulang. Tingginya tingkat kepercayaan dan kepuasan konsumen akan meningkatkan peluang niat membeli ulang dari konsumen. Sejalan dengan Irdiana & Iristian, (2019) mengungkapkan bahwa kualitas layanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat memesan kembali dengan kepuasan pelanggan sebagai variable mediasi. Kepuasan sangatlah berperan besar

dalam kaitannya sebagai mediasi antara kualitas layanan dengan loyalitas pelanggan menurut Singh & Thakur, (2012).

H₃: Kepuasan pelanggan mempengaruhi minat pembelian ulang konsumen

Model Penelitian



Gambar 1. Model penelitian

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah orang yang pernah melakukan transaksi menggunakan aplikasi transportasi online. Metode penentuan 110 sampel dengan menggunakan pedoman dari Hair et al., (2014) yang menyatakan bahwa minimal sampel adalah 5 x jumlah indikator variable yang digunakan. Penelitian ini dilakukan di kota Tarakan pada bulan Juni 2021.

Teknik Pengumpulan dan Pengukuran Data

Metode penelitian ini menggunakan survey online, dengan menggunakan skala likert mulai skala 1-5 (sangat tidak setuju- sangat setuju). Pengukuran pada penelitian ini dilakukan secara bertahap untuk menguji hipotesis. Tahap pertama adalah melakukan uji confirmatory factor analysis (CFA), hal ini dilakukan untuk menguji kelayakandari indikator-indikator yang digunakan pada setiap variable. Hal yang dilakukan adalah menguji validitas dan realibilitas (AVE, Cronbach alpha, dan critical ratio). Model

PLS dilakukan dengan mengevaluasi model pengukuran (outermodel) dan model struktural (innermodel). Penilaian model pengukuran (outer model) bertujuan menguji validitas konstruk dan reliabilitas instrumen. Untuk uji validitas konstruk digunakan metode validitas konvergen (nilai AVE ≥ 0.50) dan validitas diskriminasi dari Fornell-Larcker Criterion (nilai akar AVE > korelasi variabel laten). Untuk uji reliabilitas digunakan metode reliabilitas indikator (nilai factor loading ≥ 0.50) dan metode reliabilitas konsistensi internal (composite reliability ≥ 0.70 dan Cronbach's Alpha ≥ 0.60). Pengujian model struktural (inner model) dilakukan dengan menggunakan metode bootstrap (Hair et al, 2014). Skor inner model ditunjukkan oleh nilai t-statistik ≥ 1.98 dengan $\alpha = 5\%$. Tahap kedua adalah mengukur nilai CFA dari indicator variable. Tahap ketiga adalah menguji pengaruh variable independen terhadap variable dependen secara langsung dan juga menggunakan variable moderasi untuk menguji hipotesis, hal tersebut dapat dilihat pada gambar 1 dibawah, kami menggunakan Smart PLS 3.0 sebagai alat untuk mengujinya. sebagai tambahan, kami juga menguji nilai R-Square, f-square dan loading factor sebagai alat untuk memperkuat analisis

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data Responden

Tabel 1 dibawah ini menunjukkan data demografi dari responden.

Tabel 1.
Deskriptif Statistik

Deskripsi	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin		
Laki – Laki	25	23%
Perempuan	85	77%
Umur		
18 – 24	109	99%
> 24	1	1%
Status		
Belum Menikah	100	91%
Menikah	10	9%

Pendapatan		
< 5.000.000	110	100%
> 5.000.000	0	0%
Frekuensi bertransaksi online		
< 5 kali	45	41%
5 – 10 kali	32	29%
11 – 20 kali	7	6%
> 20 kali	26	18%

Sumber: Hasil olahan data

Berdasarkan jenis kelamin, responden laki-laki sebanyak 25 orang atau 23% sedangkan responden perempuan sebanyak 85 orang atau 77%. Secara usia, rentang usia responden sebanyak 99% berada pada usia 18 – 24 tahun sedangkan 1% berusia diatas 24 Tahun.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji reliabilitas konstruk dapat dilakukan dengan metode reliabilitas konsistensi internal (composite reliability ≥ 0.70 dan Cronbach's Alpha ≥ 0.60) dan metode reliabilitas indikator (nilai factor loading ≥ 0.50) (Hair et al, 2014). Tabel 2 menunjukkan bahwa indikator penelitian telah memenuhi persyaratan reliabilitas. Penilaian validitas konvergen dilakukan dengan melihat nilai AVE (AVE ≥ 0.50 dikatakan valid) (Hair et al, 2014).

Hasil uji validitas dan realibilitas pada Tabel 2. Memperlihatkan jika seluruh instrumen penelitian yang dipakai guna mengukur variabel kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, serta niat beli ulang mempunyai nilai koefisien korelasi pada skor total seluruh item pertanyaan melewati nilai yang dipersyaratkan sebesar 0.6. Hal ini menunjukkan bahwa butir-butir pernyataan dalam instrumen penelitian tersebut valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Hasil uji reliabilitas pada Tabel 2. Memperlihatkan keseluruhan instrumen penelitian telah memenuhi syarat reliabilitas atau kehandalan. Koefisien determinasi digunakan untuk melihat

seberapa besar keterubahan variabel terikat akibat variabel bebas.

Table 2
Mean, Validation and Reliability

No	Construct/ Item Mean	Factor Loading > 0.7	Composite Realibility > 0.7	AVE > 0.5
Kualitas Layanan				
KK1		0.843		
KK2		0.830	0.933	0.737
KK3		0.902		
KK4		0.895		
KK5		0.820		
Kepuasan Konsumen				
KK1		0.918	0.946	0.853
KK2		0.919		
KK3		0.934		
Niat Membeli kembali				
NBK1		0.924	0.938	0.835
NBK2		0.908		
NBK3		0.908		

Sumber: Hasil olahan data

Tabel 2 menunjukkan bahwa besarnya pengaruh kualitas layanan dan kepuasan konsumen terhadap keterubahan niat membeli kembali adalah sebesar 66%. Sisanya, sebanyak 44% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian. Penilaian validitas diskriminasi

dilakukan dengan melihat nilai akar AVE melalui Fornell-Larcker Criterion (Nilai akar AVE > Korelasi variabel laten). Tabel 2 dan 3 menunjukkan bahwa variabel penelitian telah memenuhi persyaratan validitas

Tabel 3
Discriminant Validity

Konstruk	Kualitas Layanan	Kepuasan Konsumen	Niat Membeli Kembali
Kualitas Layanan	0.859	-	-
Kepuasan Konsumen	0.882	0.924	-
Niat Membeli kembali	0.459	0.555	0.914

Sumber: Hasil olahan data

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai koefisien jalur yang menunjukkan tingkat signifikansi. Skor koefisien jalur atau inner model yang ditunjukkan oleh nilai t-statistik harus lebih besar dari nilai t-tabel pengujian dua arah (> 1.98) dengan $\alpha = 5\%$. Hasil bootstrap dapat dilihat Tabel 4.

Tabel 4
Hypothesis Test

	Jalur	Koefisien	t	P	Ket
H1	L-KK	.822	31.089	.000	diterima
H2	L-NBK	.459	6.712	.000	diterima
H3	K-NBK	.675	4.141	.000	diterima

Sumber: Hasil olahan data

Tabel 4 menunjukkan bahwa hipotesis pertama (H1) memiliki t-statistik sebesar 31.098 (>1.98) dan nilai signifikansi sebesar 0.000 (< 0.05). Dengan demikian, H1 **diterima**. Hipotesis kedua (H2) memiliki nilai t-statistik sebesar 6.712 (>1.98) dan nilai signifikansi sebesar 0.000 (<0.05) sehingga H2 **diterima**. Hipotesis ketiga (H3) memiliki nilai t-statistik sebesar 4.141 (>1.98) dan nilai signifikansi sebesar 0.000 (<0.05) dengan demikian, H3 **diterima**.

Pembahasan

Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (sig. 0.000 < 0.05). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (Adriani & Warmika, 2019; Setyawati, (2019); Irdiana & Iristian, (2019) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian ini, dimensi utama kualitas layanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah dimensi reliability. Terbukti dari hasil analisis statistik deskriptif, bahwa produk dan harga tersedia lebih efektif dan memudahkan konsumen dalam mencari informasi penting di toko-toko online. reliability menjadi petunjuk bagi konsumen untuk memilih produk yang diinginkan secara terstruktur. Pengguna toko online akan terbantu oleh navigasi reliability yang efektif dan dapat berdampak positif pada kepuasan pelanggan. Sebaliknya, pengguna toko online akan menjadi kecewa jika tidak mendapatkan reliability dari suatu produk yang dicari akibat petunjuk yang tidak terstruktur dan akhirnya berdampak negatif pada kepuasan pelanggan.

Kualitas Layanan terhadap Niat Membeli Kembali

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan secara langsung berpengaruh positif terhadap minat pembelian ulang (sig. 0.000 < 0.05). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Adriani & Warmika, 2019; Juliet, 2020) bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat beli kembali jasa antar ojek online Grab-Bike di Jakarta Pusat. Semakin baik penilaian konsumen terhadap kualitas ojek online maka semakin tinggi minat konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kualitas toko online secara tidak langsung berpengaruh positif terhadap minat pembelian ulang melalui kepuasan pelanggan (sig. 0.000 < 0.05) dengan nilai VAF 28.57%. Dengan demikian, kepuasan pelanggan dikategorikan sebagai variabel mediasi sebagian (partial mediation).

Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Membeli kembali

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap minat pembelian ulang (sig. 0.000 < 0.05). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Adriani & Warmika, 2019; Dwipayana & Sulistyawati, 2018) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan dengan niat menggunakan kembali.

Dalam penelitian ini, dimensi utama kepuasan pelanggan yang paling berpengaruh adalah responden merasa menggunakan ojek online adalah keputusan yang tepat untuk melakukan niat beli ulang dimana timbul keinginan konsumen untuk menggunakan jasa ojek online lagi. Berbagai alasan tertera dalam karakteristik responden seperti dapat melihat produk secara langsung, ada jasa pergantian barang jika tidak sesuai, proses pengambilan barang produk cepat, dan lain-lain.

Kepuasan Konsumen Sebagai Mediasi Antara Kualitas Pelayanan dan Niat Membeli kembali

Menurut temuan penelitian, kualitas layanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya semakin baik pelayanan yang ditawarkan oleh ojek online maka semakin puas pelanggannya. Menurut temuan penelitian, kualitas layanan memiliki pengaruh yang menguntungkan dan signifikan terhadap niat pembelian kembali. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas layanan yang ditawarkan oleh ojek online, semakin besar kemungkinan pelanggan untuk membeli lagi dari mereka.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Kepuasan konsumen memiliki efek yang positif dan cukup signifikan pada niat pembelian kembali. Artinya semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan maka semakin besar kemungkinan pelanggan untuk membeli ojek online lagi. Berdasarkan temuan tersebut, penyedia ojek online harus meningkatkan kualitas layanannya untuk meningkatkan minat beli konsumen terhadap ojek online. Karena kepuasan konsumen dapat sangat memediasi dampak kualitas layanan pada niat pembelian kembali. Jika kualitas pelayanan yang diberikan kurang baik maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan yang berakibat pada turunnya niat beli ulang konsumen terhadap ojek online

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas layanan berpengaruh terhadap niat membeli kembali. Selanjutnya, kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap minat pembelian ulang.

Saran

Untuk penelitian berikutnya dapat menambahkan variable lain seperti harga dan waktu tunggu pesan jasa online sebagai variabel yang dapat meningkatkan niat beli Kembali.

Limitasi dan Implikasi Manajerial

Penelitian ini hanya dilakukan di kota Tarakan dengan dengan sampel yang terbatas, untuk penelitian selanjunya dapat menambahkan jumlah sampel atau pun lokasi yang beragam. untuk perusahaan ojek online harus meningkatkan kualitas layanannya agar konsumen dapat terus menggunakan jasa tersebut

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, N. N., & Warmika, I. G. K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Nilai Terhadap Tepuasan Dan Niat Menggunakan Kembali. *E-Jurnal Manajemen*, 8(4), 1956–1985. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v8.i4.p3>
- Al-Haqam, R. F., & Hamali, A. Y. (2016). The Influence of Service Quality toward Customer Loyalty: A Case Study at Alfamart Abdurahman Saleh Bandung. *Binus Business Review*, 7(2), 203. <https://doi.org/10.21512/bbr.v7i2.1686>
- Bhatt, A. K., & Sahil Bhanawat, D. (2016). Measuring Customer Satisfaction Using ServQual Model-An Empirical Study. *International Journal of Trend in Research and Development*, 3(1), 267–277. www.ijtrd.com
- Christian, M., & Nuari, V. (2016). Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen studi kasus: Belanja online Bhinneka.com. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 33–53.

- <https://doi.org/10.20885/jsb.vol20.iss1.art4>
- Dwipayana, B., & Sulistyawati, E. (2018). Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh Kepercayaan Terhadap Niat Beli Ulang Pada Go-Food di FEB UNUD. *E-Jurnal Manajemen UNUD*, 7(10), 5197–5229. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i10.p1>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). Multivariate Data Analysis. In *Prentice-Hall, Inc* (Vol. 1, Issue 6). <https://doi.org/10.1038/259433b0>
- Irdiana, S., & Iristian, J. (2019). Minat Memesan Kembali Transportasi Online. *Wiga: Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 9(2), 110–118. <https://doi.org/10.30741/wiga.v9i2.448>
- Juliet, J. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Kembali Jasa Antar Ojek Online Merek Grab-Bike Di Jakarta Pusat. *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, 27(1), 1–13.
- Kotler, P. (2000). Marketing Management, Millenium Edition. In *Marketing Management* (10th Ed, Vol. 23, Issue 6). Prentice Hall. [https://doi.org/10.1016/0024-6301\(90\)90145-T](https://doi.org/10.1016/0024-6301(90)90145-T)
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management. In *Upper Sadlle River* (15th ed.). Pearson. <https://doi.org/10.1108/ssmt.2001.21913cab.040>
- Meesala, A., & Paul, J. (2018). Service quality, consumer satisfaction and loyalty in hospitals: Thinking for the future. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 40, 261–269. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.10.011>
- Murwanti, S., Anggrahini, D., & Pratiwi, P. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Minat Beli Ulang Jasa Service Motor dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Bengkel Motor AHASS Cabang UMS). *Perkembangan Konsep Dan Riset E-Business Di Indonesia*, 207–227.
- Pradana, M. D., & Sanaji. (2018). Pengaruh E-Service Quality Dan Kemudahan Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Jasa Uber Motor Di Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1), 1–10.
- Priskila, T., & Priskila, A. (2019). Pengaruh Kualitas Website (Webqual 4.0) dan Kualitas Pelayanan (Servqual) online to Offline (O2O) Commerce Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Minat Pembelian Ulang. *Jurnal Manajemen*, 16(2), 109–126. <https://doi.org/https://doi.org/10.25170/jm.v16i2.846>
- Puspitasari, R., & Aprileny, I. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Konsumen Pelanggan Aplikasi Grab di PT. Sido Muncul Kebon Jeruk). STEI Jakarta.
- Rosaliana, F. (2018). *Pengaruh Sales Promotion Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Minat Pembelian*. Universitas Brawijaya.
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada

Ranch. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* |Vol, 3(1), 1–22.

Sartika, D. (2017). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk You C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 10–21. <https://doi.org/10.33633/jpeb.v2i1.2231>

Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2015). *Consumer Behavior* (11th ed.). Prentice Hall.

Setyawati, S. M. (2019). Dampak Integrasi E-Service Quality dan E-Satisfaction pada E-Repurchase Intention Konsumen Aplikasi GO-JEK Kategori GO-RIDE. *Performance*, 26(2), 77–84. <https://doi.org/https://doi.org/10.20884/1.jp.2019.26.2.1630>

Singh, A. P., & Thakur, S. (2012). Impact of Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty: In the Context of Retail Outlets in DB City Shopping Mall Bhopal. *International Journal of Management Research and Review*, 2(12), 334–344. www.ijmrr.com

Triawan, E. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen dan Pengaruh Kepuasan Konsumen pada Niat Menggunakan Kembali Ojek Online (Uber Motor di Yogyakarta)*. STIE YKPN.



PENGARUH *ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH* TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK SCARLETT DENGAN KESADARAN MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Ridel Sumampouw¹, Jetje F. Sumampouw², Aditya Pandowo³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Manado

[1ridelcs99@gmail.com](mailto:ridelcs99@gmail.com) [2jetjesumampouw@unima.ac.id](mailto:jetjesumampouw@unima.ac.id) [3aditya.pandowo@unima.ac.id](mailto:aditya.pandowo@unima.ac.id)

Diterima : 02-06-2022

Direvisi : 11-06-2022

Disetujui : 20-06-2022

Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk membahas dan menganalisis pengaruh langsung *electronic word-of-mouth* (e-WOM) terhadap minat beli, pengaruh langsung e-WOM terhadap kesadaran merek, pengaruh langsung kesadaran merek terhadap minat beli, dan pengaruh tidak langsung e-WOM terhadap minat beli yang dimediasi oleh kesadaran merek. Jumlah sampel yang digunakan adalah 132 sampel. Sampel diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah *partial least square structural equation model* (PLS-SEM) menggunakan perangkat lunak SmartPLS 3 versi 3.3.7. Hasil menunjukkan bahwa (1) e-WOM memiliki pengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap minat beli, (2) e-WOM memiliki pengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap kesadaran merek, (3) kesadaran merek memiliki pengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap minat beli, dan (4) e-WOM memiliki pengaruh tidak langsung yang positif dan signifikan terhadap minat beli melalui kesadaran merek.

Kata kunci: *Electronic Word-of-Mouth*; e-WOM; Kesadaran Merek; Minat Beli

Abstract *This study aims to discuss and analyze the direct effect of electronic word-of-mouth (e-WOM) on purchase intention, the direct effect of e-WOM on brand awareness, the direct effect of brand awareness on purchase intention, and the indirect effect of e-WOM on purchase intention which mediated by brand awareness. The number of samples used is 132 samples. Samples were taken using purposive sampling technique. The analysis technique used is the partial least square structural equation model (PLS-SEM) using the software SmartPLS 3 3.3.7 version. The results show that (1) e-WOM has a positive and significant direct effect on purchase intention, (2) e-WOM has a positive and significant direct effect on brand awareness, (3) brand awareness has a positive and significant direct effect on purchase intention, and (4) e-WOM has a positive and significant indirect effect on purchase intention through brand awareness.*

Keywords: *Electronic Word-of-Mouth*; e-WOM; Brand Awareness; Purchase Intention

PENDAHULUAN

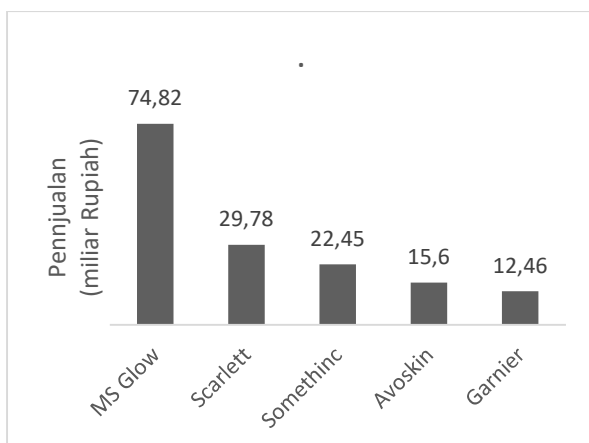
Pandemi Covid-19 mengharuskan orang-orang menghabiskan lebih banyak waktu di rumah. Hal ini mendorong orang-orang untuk giat merawat kesehatan tubuh dan juga kulit. Hal tersebut tergambar dari meningkatnya pertumbuhan industri kimia, farmasi, dan obat tradisional termasuk kosmetik. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada kuartal I-2020, pertumbuhan industri tersebut mencapai level 5,59%. Selain itu, pasar kosmetik di Indonesia

diproyeksikan naik sebesar 7% pada tahun 2021 (Rizaty, 2021).

Pasar Indonesia sendiri diperebutkan oleh industri kosmetik global seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan penampilan. Indonesia diprediksi akan menjadi pasar kosmetik terbesar ke-5 di dunia. Dengan populasi wanita lebih dari 150 juta jiwa, Indonesia bisa menjadi pasar potensial produk kecantikan 10—15 tahun ke depan. Tiga hal mendasar yang berpotensi mendorong pertumbuhan industri ini di Indonesia ialah

besarnya populasi penduduk usia muda, cukup baiknya pertumbuhan ekonomi Indonesia, dan besarnya kontribusi media sosial (Sofia, 2021)

Ada banyak perusahaan yang bersaing di dalam industri ini. Dalam pemeringkatan Top 5 Brand Perawatan Wajah di E-Commerce Bulan Mei 2021, Scarlett bertengger di posisi kedua dengan angka penjualan sebesar Rp29,78 miliar. Sementara itu, produk MS Glow berada di posisi pertama dengan angka penjualan Rp74,82 miliar, dua kali lebih banyak daripada produk Scarlett. Di posisi ketiga sampai kelima berturut-turut ialah Somethinc dengan angka penjualan Rp22,45 miliar, Avoskin dengan angka penjualan Rp15,6 miliar, dan Garnier dengan angka penjualan Rp12,46 miliar.



Gambar 1

Top 5 Brand Perawatan Wajah di *E-Commerce* Bulan Mei 2021 (compas)

Berdasarkan data pada Bagan 1, Scarlett terlihat kesulitan untuk menguasai pasar, hal ini menandakan masih adanya masalah pada minat beli pelanggan. Oleh karena itu, Scarlett dalam hal ini perlu memperhatikan variabel tersebut dalam operasi bisnisnya. Minat beli adalah keinginan untuk membeli produk; minat beli akan timbul apabila seorang konsumen sudah terpengaruh terhadap mutu dan kualitas dari suatu produk dan informasi seputar produk (Duriyanto, 2011).

Perkembangan teknologi dan informasi membuat produk kosmetik semakin beragam dan terjangkau. Hal ini mengakibatkan munculnya persaingan. Perusahaan dituntut untuk memiliki kreativitas dan inovasi dalam penyelenggaraan bisnisnya. Upaya-upaya yang bisa dilakukan perusahaan untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan minat belinya adalah dengan menciptakan *electronic word-of-mouth* (e-WOM). Selain itu, agar mudah dikenali dan dipertimbangkan, pemasar perlu meyakinkan para pelanggan untuk memiliki kesadaran puncak (*top-of-mind awareness*) atas merek mereka (Belch & Belch, 2021)

Penelitian-penelitian terdahulu menemukan bahwa e-WOM memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli (Sarayar et al., 2021). *Electronic word-of-mouth* juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kesadaran merek (Raharja & Dewakanya, 2020). Penelitian lainnya menemukan bahwa kesadaran merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli (Irvanto & Sujana, 2020; Repi et al., 2020). Walau pun begitu, berbeda dengan penelitian-penelitian tersebut, penelitian lain menemukan bahwa e-WOM tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli (Meybiani et al., 2019). *Electronic word-of-mouth* juga memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kesadaran merek (Andrea & Keni, 2021). Selain itu, ditemukan juga bahwa kesadaran merek tidak berpengaruh langsung terhadap minat beli (Susilo & Semuel, 2015).

Penelitian ini dilakukan mengingat besarnya potensi yang melekat pada industri kosmetik di Indonesia; adanya perbedaan hasil pada penelitian-penelitian sebelumnya; serta masih jarangya penelitian tentang peran kesadaran merek dalam memediasi pengaruh e-WOM terhadap minat beli.

TINJAUAN LITERATUR

Minat Beli

Minat beli adalah ketertarikan yang dirasakan oleh konsumen terhadap suatu barang atau jasa yang dipengaruhi oleh sikap eksternal maupun internal dirinya (Zainurossalamia, 2020). Menurut Kotler & Keller, (2016) minat beli merupakan respons perilaku yang muncul terhadap suatu objek, yang menunjukkan keinginan konsumen untuk membeli. Duriyanto, (2011) mengemukakan bahwa minat beli adalah sesuatu yang berhubungan dengan rencana dari konsumen untuk membeli produk tertentu, termasuk berapa unit yang dibutuhkan pada periode tertentu.

Priansa, (2016) mengemukakan empat indikator dalam minat pembelian konsumen, yaitu minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, dan minat eksploratif.

- (1) Minat transaksional adalah kecenderungan konsumen untuk membeli produk berdasarkan kepercayaan yang tinggi kepada perusahaan;
- (2) minat referensial adalah kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain setelah konsumen tersebut memiliki pengalaman dan informasi tentang produk;
- (3) minat preferensial adalah minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya; dan
- (4) minat eksploratif adalah minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

Electronic Word-of-Mouth (e-WOM)

Turban et al., (2018) mengemukakan bahwa e-WOM

marketing, yang bisa juga disebut *viral marketing (viral advertising)*, adalah metode di mana orang-orang memberi tahu orang lain (biasanya teman) tentang suatu produk yang ia suka atau tidak suka; ketika informasi maupun opini tentang sebuah produk atau jasa didorong untuk disebar dari orang ke orang. Penyebaran dari orang ke orang ini dapat terjadi melalui media surat elektronik, pesan teks, ruang percakapan (*chat room*), layanan pesan instan, media sosial, grup diskusi, atau media *microblogging* (Turban, et al., 2018). Goyette et al., (2010) sebagaimana dikutip dalam (Raharja & Dewakanya, 2020) mengungkapkan bahwa e-WOM ialah *word-of-mouth* yang dilakukan melalui media. Litvin et al., (2008) mengungkapkan “e-WOM merupakan komunikasi sosial dalam internet di mana penjelajah web saling mengirimkan maupun menerima informasi dengan produk secara *online*”.

Goyette et al., (2010) membagi e-WOM ke dalam tiga dimensi yaitu *intensity*, *valence of opinion*, dan *content*.

- (1) *Intensity* adalah banyaknya pendapat yang ditulis oleh konsumen. Indikator-indikator dari *intensity* ialah frekuensi mengakses informasi dari jejaring sosial, frekuensi interaksi dengan pengguna jejaring sosial, dan banyaknya ulasan yang ditulis oleh pengguna jejaring sosial.
- (2) *Valence of opinion*, ialah pendapat positif ataupun negatif tentang produk, jasa, dan merek. Dua sifat dimensi ini yaitu negatif dan positif. Dimensi ini meliputi komentar positif dari pengguna jejaring sosial dan rekomendasi dari pengguna jejaring sosial.
- (3) *Content* adalah isi informasi dari jejaring sosial tentang produk dan jasa. Indikator-indikator dimensi ini termasuk informasi variasi, informasi kualitas, dan informasi harga

Kesadaran Merek

Kesadaran merek merujuk pada kemampuan pembeli potensial dalam

mengenalinya dan mengingat kembali bahwa suatu merek merupakan bagian dari suatu kategori produk tertentu (Aaker, 1991). Menurut Widyastuti, (2017) kesadaran merek adalah usaha yang dilakukan pelanggan untuk membentuk hubungan antara merek dengan kategori produk atau jasa tertentu; Kotler & Keller, (2016), kesadaran merek ialah keberadaan suatu merek dalam pikiran pelanggan yang dapat menjadi penentu dalam beberapa kategori dan biasanya memiliki peranan kunci dalam ekuitas merek.



Gambar 2
Piramida Kesadaran Merek (Aaker, 1991)

Aaker, (1991) mengemukakan piramida kesadaran merek untuk menggambarkan kesadaran merek dari tingkat yang terendah sampai tingkat yang tertinggi sebagai berikut:

- a. *Brand recognition* (pengenalan merek) adalah tingkat minimal dari kesadaran merek yaitu pengenalan merek didasarkan pada *aided recall* (pengingatan kembali lewat bantuan).
- b. *Brand recall* (pengingatan kembali terhadap merek) adalah ketika orang dapat mengingat/menyebutkan nama merek dalam keadaan *unaided* (tanpa bantuan). *Brand recall* menunjukkan posisi merek yang kuat.
- c. *Top-of-mind awareness* (kesadaran puncak) adalah apabila merek tersebut adalah merek pertama yang muncul dalam keadaan *unaided recall*.

Kerangka Berpikir

Hubungan *electronic word-of-mouth* dengan minat beli

Kudeshia & Kumar, (2017) mengungkapkan bahwa perilaku dari konsumen dapat dibentuk oleh e-WOM yang kemudian pada akhirnya akan menciptakan minat beli pada konsumen (Permadi & Suryadi, 2019). Dalam penelitian terdahulu, (Sarayar et al., 2021) menemukan bahwa e-WOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Hal ini sejalan dengan penelitian Ardiansyah & Marlina, (2021) yang menemukan bahwa e-WOM berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

H₁: Electronic word-of-mouth berpengaruh langsung terhadap minat beli

Hubungan *electronic word-of-mouth* dengan kesadaran merek

Syahrivar & Ichlas, (2018) mengemukakan bahwa e-WOM berpengaruh signifikan terhadap kesadaran merek. Dalam penelitiannya dijelaskan bahwa e-WOM yang informatif, akurat, dan dapat dipercaya yang muncul pada jaringan daring (*cyberspace*) bisa membuat konsumen dan calon konsumen mengingat dan mengenali merek. Dalam penelitian yang lain, Raharja & Dewakanya, (2020) menemukan bahwa e-WOM memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kesadaran merek. Mereka juga menemukan bahwa peningkatan e-WOM dapat meningkatkan kesadaran merek. Hal ini sejalan dengan Azhar (2021) yang menemukan bahwa e-WOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran merek.

H₂: Electronic word-of-mouth berpengaruh langsung terhadap kesadaran merek

Hubungan kesadaran merek dengan minat beli

Hsin et al., (2009) menyimpulkan bahwa semakin tinggi kesadaran merek, semakin tinggi pula minat beli konsumen. Dalam penelitian yang lain, Irvanto &

Sujana, (2020) menemukan bahwa kesadaran merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Begitu juga dengan Repi et al., (2020) yang dalam penelitiannya menemukan bahwa kesadaran merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli secara parsial.

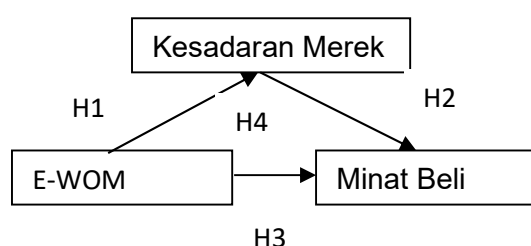
H₃: Kesadaran merek berpengaruh langsung terhadap minat beli

Hubungan *electronic word-of-mouth* dengan minat beli yang dimediasi oleh kesadaran merek

Zacharias (2019) dalam penelitiannya menemukan bahwa e-WOM memengaruhi minat beli melalui kesadaran merek sebesar 35% tetapi kontribusi pengaruh e-WOM lebih besar terhadap minat beli yaitu sebesar 32,3%.

H₄: Electronic word-of-mouth berpengaruh secara tidak langsung terhadap minat beli melalui kesadaran merek.

Model Penelitian



Gambar 3. Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Metode penelitian kuantitatif ialah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme. Jenis penelitian ini digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Dalam jenis penelitian ini, data dikumpulkan menggunakan instrumen penelitian dan analisis datanya bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk

menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019).

Populasi pada penelitian ialah konsumen dan calon konsumen produk Scarlett yang berada di Sulawesi Utara sedangkan sampel yang digunakan berjumlah 132 sampel yang diambil menggunakan teknik *non-probability – purposive sampling* dengan kriteria responden pengguna aktif media sosial dan/atau layanan pesan instan, menggunakan mesin pencari dalam setahun terakhir, menggunakan layanan lokapasar daring dalam dua tahun terakhir; dan mengetahui keberadaan merek Scarlett.

Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan *Partial Least Square Structural Equation Model* (PLS-SEM) yang dilakukan dengan mengikuti langkah-langkah penentuan model, evaluasi model pengukuran (*outer model*), dan evaluasi model struktural (*inner model*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah para konsumen dan calon konsumen Scarlett di Sulawesi Utara. Responden dalam penelitian ini berjumlah 132 orang yang terdiri atas 86% responden berjenis kelamin perempuan dan 14% responden berjenis kelamin laki-laki. Hal ini dapat dipahami karena industri kecantikan dan perawatan tubuh lebih identik dengan kaum perempuan dibanding dengan laki-laki. Responden dalam penelitian ini memiliki rentang usia 16 s.d. 32 tahun dengan rerata usia 22 tahun. Responden dalam penelitian ini juga memiliki latar pekerjaan yang beragam. Namun, mayoritas responden atau sebanyak 76% responden berstatus sebagai siswa/mahasiswa. Berdasarkan jenis kelaminnya, responden terbagi atas responden laki-laki dan perempuan.

Tabel 1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin Responden	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	18	14%
Perempuan	114	86%
Total	132	100%

Sumber: hasil olahan data, 2022

Tabel 1 memperlihatkan bahwa jumlah responden perempuan jauh lebih banyak dari responden laki-laki. Dari 132 responden, sebanyak 114 responden atau 86% responden berjenis kelamin perempuan sedangkan 18 responden lainnya atau 14% responden berjenis kelamin laki-laki.

Tabel 2
Usia Responden

Kelompok Usia (Tahun)	Frekuensi	Persentase
16 - 20	47	36%
21 - 25	71	54%
26 - 30	12	9%
31 - 35	2	1%
Total	132	100%

Sumber: hasil olahan data, 2022

Dari Tabel 2 yang menampilkan sebaran usia responden, dapat diketahui bahwa lebih dari setengah responden, atau sebesar 54% responden, berusia 21 – 25 tahun; 36% responden berusia 16 – 20 tahun; 9% responden berusia 26 – 30 tahun; dan 1% responden berusia 31 – 35 tahun. Dapat dilihat bahwa jumlah responden didominasi oleh usia 21-25 yang merupakan usia muda. Analisis lebih lanjut dari data primer menunjukkan usia rata-rata seluruh responden adalah 22 tahun.

Tabel 3
Alamat Responden

Alamat Responden (Kab/Kota)	Frekuensi	Persentase
Bolaang M Timur	4	3%
Minahasa	72	54%
Minahasa Selatan	9	7%
Minahasa Utara	12	9%
Bitung	4	3%

Manado	14	11%
Tomohon	9	7%
Kabupaten/Kota Lainnya di Sulawesi Utara	8	6%
Total	132	100%

Sumber: hasil olahan data, 2022

Dari Tabel 3 yang menampilkan sebaran alamat responden, dapat dilihat bahwa sebesar 54% responden berasal dari Kab. Minahasa, 11% responden berasal dari Kota Manado, 9% responden berasal dari Kab. Minahasa Utara, dan 7% responden berasal dari Minahasa Selatan. Lebih lanjut, 7% responden berasal dari Kota Tomohon, 3% responden berasal dari Kota Bitung, dan 3% responden berasal dari Kab. Bolaang Mongondow Timur. Sementara itu, 6% sisanya adalah responden yang berasal dari kabupaten/kota lainnya di Sulawesi Utara.

Tabel 4
Pekerjaan Responden

Pekerjaan Responden	Frekuensi	Persentase
Siswa/mahasiswa	100	76%
Wiraswasta	4	3%
Swasta	10	8%
ASN/PNS	2	1%
Lain-lain	16	12%
Total	132	100%

Sumber: hasil olahan data, 2022

Tabel 4 menunjukkan bahwa setidaknya 3 dari 4 responden berstatus sebagai siswa/mahasiswa, 12% responden termasuk dalam kategori lain-lain, 8% responden bekerja di sektor swasta, 3% responden bekerja sebagai wiraswasta, dan 1% lainnya bekerja sebagai ASN/PNS.

Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Pengujian model pengukuran dilakukan untuk mengetahui uji validitas dan reliabilitas. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah konstruk sudah memenuhi syarat untuk diteliti atau tidak. Dalam uji validitas dan reliabilitas ini, terdapat tiga macam

evaluasi yang dilakukan, yaitu *convergent validity* dan *discriminant validity*, dan *composite reliability*.

1. Convergent Validity

Convergent validity dilakukan dengan melihat item *reliability* yang ditunjukkan oleh nilai *loading factor*. Chin (1998) dalam Ghozali (2006) mengungkapkan, untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran, nilai *loading* 0,5 sampai 0,6 dianggap cukup memadai. Dalam penelitian ini, batas *loading factor* yang digunakan ialah sebesar 0,6. Adapun hasil *outer loadings* dalam penelitian ini telah memenuhi persyaratan tersebut.

2. Discriminant Validity

Discriminant validity memperlihatkan ketika konstruk secara empiris dapat dibedakan dengan konstruk lain. Salah satu metode yang digunakan untuk menguji *discriminant validity* adalah dengan mengevaluasi *cross loadings* indikator. Metode ini mensyaratkan *loadings* dari setiap indikator terhadap konstraknya lebih tinggi daripada *cross loadings* terhadap konstruk yang lain (Hair, Sarstedt, Hopkins, & Kuppelwieser, 2014). Adapun hasil *cross loadings* dalam penelitian ini telah memenuhi persyaratan tersebut.

3. Composite Reliability

Composite reliability memungkinkan PLS-SEM mengakomodasi reliabilitas indikator yang berbeda-beda (Hair, Sarstedt, Hopkins, & Kuppelwieser, 2014).

Tabel 5
Construct Reliability and Validity

	Cronbach's α	rho_A	Composite Reliability	AVE
M	0.718	0.723	0.824	0.54
X	0.883	0.887	0.911	0.633
Y	0.942	0.948	0.951	0.684

Sumber: hasil olahan data, 2022

Reliabilitas item diuji menggunakan *average variance extracted* (AVE), *composite reliability*, dan *Cronbach's α* .

Tabel 5 menunjukkan bahwa semua konstruk dalam pengujian reliabilitas memiliki nilai *Cronbach's α* dan *composite reliability* di atas 0,7; serta nilai di atas 0,5 untuk pengujian validitas menggunakan AVE.

Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

1. Analisis Varian (R^2)

Tabel 6
R Square

	R Square
M	0.531
Y	0.409

Sumber: hasil olahan data, 2022

Analisis varian atau uji determinasi dilakukan untuk mengetahui besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dari hasil pada Tabel 6, dapat dilihat bahwa kesadaran merek (M) dipengaruhi sebesar 53,1% oleh e-WOM, sedangkan 46,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel dalam penelitian ini. Dalam hasil tersebut juga dapat dilihat bahwa minat beli (Y) dipengaruhi sebesar 40,9% oleh e-WOM dan kesadaran merek, sedangkan 59,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel dalam penelitian ini.

2. Construct Crossvalidated Redundancy (Q^2)

Tabel 7
Construct Crossvalidated Redundancy

	SSO	SSE	Q²
M	528.000	389.379	0.263
X	792.000	792.000	
Y	1188.000	873.079	0.265

Sumber: hasil olahan data, 2022

Nilai *cross-validated redundancy* (Q^2) digunakan untuk mengukur *predictive relevance* dari model struktural. Tabel 7 menunjukkan bahwa nilai $Q^2 > 0$, hal ini menunjukkan bahwa model memiliki *predictive relevance*.

3. Goodness of Fit Model (GoF)

Uji *goodness of fit model* bertujuan untuk menguji tingkat kesesuaian dan

kelayakan pada suatu model penelitian. Dalam penelitian ini, *goodness of fit model* dicari secara manual menggunakan rumus:

$$GoF = \sqrt{AVE \times R^2}$$

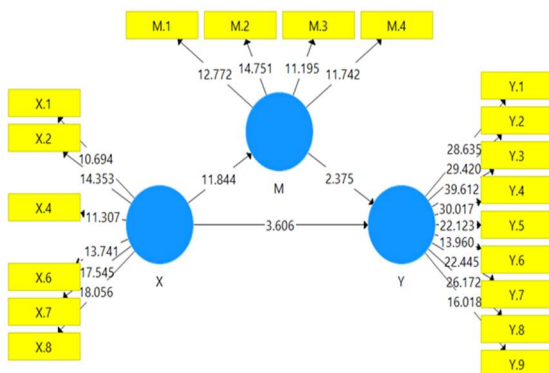
Jika nilainya 0,10, maka nilai GoF dinyatakan kecil; jika nilainya 0,25, maka nilai GoF dinyatakan medium; dan jika nilainya 0,36, maka nilai GoF dinyatakan besar (Akter et al., 2011).

Berdasarkan nilai AVE pada Tabel 5 dan nilai R² pada Tabel 6, maka dapat diketahui bahwa nilai rata-rata AVE adalah sebesar 0,619 dan nilai rata-rata R² adalah sebesar 0,47. Dengan demikian, nilai GoF adalah sebesar:

$$\begin{aligned} GoF &= \sqrt{AVE \times R^2} \\ &= \sqrt{0,619 \times 0,47} \\ &= 0,539 \end{aligned}$$

Nilai GoF pada penelitian ini adalah sebesar 0,539. Nilai tersebut menunjukkan bahwa tingkat kesesuaian dan kelayakan model penelitian ini dinyatakan besar.

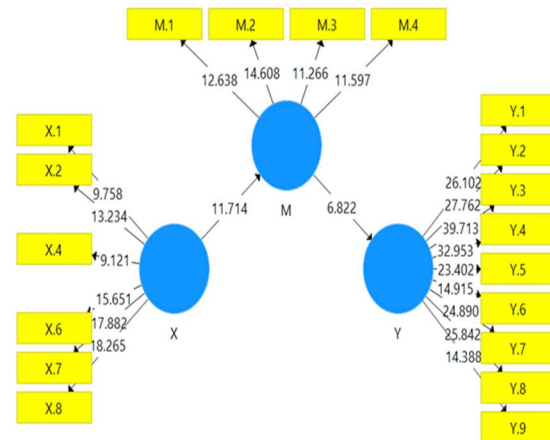
Pengujian Hipotesis



Gambar 5 Hasil Model Penelitian (1)

Model pengujian hipotesis dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2. Ada pun pengujian model yang dilakukan selanjutnya adalah dengan tidak menyertakan hubungan langsung di antara variabel X (*electronic word-of-mouth*) dan variabel Y (minat beli). Hasil

pengujian tersebut dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 6 Hasil Model Penelitian (2)

Tabel 9
Path Coefficients, Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	O	M	STDEV	T Statistics	P Values
M->Y	0.5	0.58	0.085	6.822	0.000
X->M	0.7	0.72	0.062	11.714	0.000
X->Y	0.3	0.37	0.105	3.606	0.000

Sumber: hasil olahan data, 2022

Tabel 10
Specific Indirect Effects: Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	O	M	STDEV	Statistics	P Values
-> M -> Y	0.425	1.431	0.085	4.975	1.000

Sumber: hasil olahan data, 2022

Pembahasan

Pengaruh Langsung *Electronic Word-of-Mouth* terhadap Minat Beli

Dalam Tabel 9, hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa hubungan variabel e-WOM (X) dengan minat beli (Y) menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,379 dengan nilai t sebesar 3,606. Nilai t tersebut lebih besar dari t-tabel (1,96). Hasil ini berarti bahwa e-

WOM memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap minat beli, sesuai dengan hipotesis pertama yaitu e-WOM berpengaruh langsung terhadap minat beli. Dengan demikian, hipotesis H₁ dalam penelitian ini diterima. Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menemukan bahwa e-WOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (Ardhiansyah & Marlana, 2021; Sarayar et al., 2021; Sharfpour et al., 2016).

Hasil ini menunjukkan bahwa semakin banyak e-WOM terjadi, atau dengan kata lain, semakin banyak informasi atau opini tentang sebuah produk menyebar melalui media daring, cenderung semakin tinggi pula minat beli yang muncul. Navithasulthana et al., (2019) menyoroti bahwa orang-orang mencari dan memanfaatkan informasi e-WOM yang tersebar untuk menekan rasa khawatir mereka sebelum membuat keputusan pembelian. Orang-orang akan memiliki minat beli setelah mereka meninjau e-WOM positif yang beredar di jejaring sosial. Mereka cenderung percaya dengan informasi e-WOM yang datang dari orang-orang yang sebelumnya telah membeli produk.

Pengaruh Langsung *Electronic Word-of-Mouth* terhadap Kesadaran Merek

Berdasarkan Tabel 9, hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa hubungan variabel e-WOM (X) dengan kesadaran merek (M) menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,730 dengan nilai t sebesar 11,714. Nilai t tersebut lebih besar dari t-tabel (1,96). Hasil ini berarti bahwa e-WOM memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap kesadaran merek, sesuai dengan hipotesis kedua yaitu e-WOM berpengaruh langsung terhadap kesadaran merek. Dengan demikian, hipotesis H₂ dalam penelitian ini diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian-penelitian terdahulu yang menemukan bahwa e-WOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran merek (Raharja & Dewakanya, 2020).

Hasil ini menunjukkan bahwa semakin banyak informasi atau opini tentang sebuah produk menyebar melalui media daring, semakin tinggi pula kesadaran merek yang dimiliki oleh pelanggan. Dengan kata lain, peningkatan e-WOM dapat meningkatkan kesadaran merek (Raharja & Dewakanya, 2020). Hal ini dimungkinkan karena informasi yang tersebar akan menyebabkan pelanggan familiar dengan merek yang bersangkutan yang pada akhirnya membuat merek semakin dikenal. Hal ini memungkinkan merek untuk dapat diingat kembali.

Pengaruh Langsung Kesadaran Merek terhadap Minat Beli

Dalam Tabel 9, hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa hubungan variabel kesadaran merek (M) dengan minat beli (Y) menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,583 dan nilai t sebesar 6,822. Nilai t tersebut lebih besar dari t-tabel (1,96). Hasil ini berarti bahwa kesadaran merek memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap minat beli, sesuai dengan hipotesis ketiga yaitu kesadaran merek berpengaruh langsung terhadap minat beli. Dengan demikian, hipotesis H₃ dalam penelitian ini diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian-penelitian terdahulu yang menemukan bahwa kesadaran merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (Irvanto & Sujana, 2020a; Repi et al., 2020).

Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kesadaran yang dimiliki pelanggan terhadap sebuah merek, cenderung semakin tinggi pula minat mereka untuk membeli. Konsumen cenderung meragukan produk baru. Oleh karena itu, sebelum melakukan pembelian, konsumen yang bijak akan selalu meriset pasar atau bertanya pada orang lain. Setelah informasi yang dibutuhkan cukup, maka pembelian akan dilakukan. Konsumen akan cenderung membeli produk dari merek yang mereka kenal (Shahid et al., 2017).

Pengaruh Tidak Langsung *Electronic Word-of-Mouth* terhadap Minat Beli yang Dimediasi oleh Kesadaran Merek

Pada Tabel 10, dapat dilihat bahwa pengujian pengaruh tidak langsung e-WOM terhadap minat beli melalui kesadaran merek menghasilkan *t statistics* sebesar 4,975 yang mana nilai ini lebih besar dari t-tabel (1,96). Hasil ini berarti kesadaran merek memediasi pengaruh e-WOM terhadap minat beli, sesuai dengan hipotesis keempat yaitu e-WOM berpengaruh secara tidak langsung terhadap minat beli melalui kesadaran merek. Dengan demikian, hipotesis H₄ dalam penelitian ini diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian Zacharias (2019) yang menemukan bahwa e-WOM memengaruhi minat beli melalui kesadaran merek.

Pada pengujian pengaruh langsung e-WOM terhadap minat beli sebelumnya, ditemukan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan. Begitu pula yang terjadi ketika kesadaran merek ditempatkan sebagai variabel mediasi. Hal ini menunjukkan mediasi kesadaran merek termasuk dalam kategori *partial mediation*. Artinya, e-WOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli baik dengan ataupun tanpa peran mediasi kesadaran merek.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh langsung e-WOM terhadap minat beli dan kesadaran merek, pengaruh langsung kesadaran merek terhadap minat beli, serta pengaruh tidak langsung e-WOM terhadap minat beli dengan kesadaran merek sebagai variabel mediasi. Untuk menganalisis hubungan antarvariabel tersebut, penelitian ini menggunakan metode *Partial Least Square Structural Equation Model* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 3 versi 3.3.7.

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bagian sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

- 1) e-WOM memiliki pengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap minat beli pada produk Scarlett;
- 2) e-WOM memiliki pengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap kesadaran merek pada produk Scarlett;
- 3) kesadaran merek memiliki pengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap minat beli pada produk Scarlett; dan
- 4) e-WOM memiliki pengaruh tidak langsung yang positif dan signifikan terhadap minat beli pada produk Scarlett melalui kesadaran merek.

Saran untuk Perusahaan

Perusahaan dapat fokus untuk mengembangkan strategi yang dapat memperluas jangkauan e-WOM. Salah satunya adalah dengan mengoptimalkan pemasaran digital dengan pendekatan *inbound marketing*. Pendekatan *inbound* dapat diimplementasikan salah satunya dengan membuat situs web yang bertujuan untuk mengedukasi para konsumen untuk menjaga kesehatan dan kecantikan kulit. Situs web tersebut juga dapat memuat edukasi menyeluruh tentang kesehatan dan kecantikan kulit. Edukasi yang membawa manfaat ini dapat menggerakkan konsumen untuk secara sukarela berbagi pengalamannya, bukan hanya terbatas pada kualitas produk, tetapi juga tentang konten yang disediakan oleh Scarlett yang pada akhirnya dapat menciptakan e-WOM.

Walau pun perusahaan disarankan untuk lebih fokus pada e-WOM, untuk meningkatkan minat beli, perusahaan juga bisa menjalankan strategi pemasaran lain yang terpisah yang bisa meningkatkan kesadaran merek. Salah satu upaya yang bisa dilakukan adalah dengan beriklan di televisi. Berbeda dengan media sosial yang mayoritas penggunanya adalah anak muda serta mereka yang memiliki akses

internet, televisi memiliki penikmat dari segmen yang tidak bisa dijangkau oleh media sosial. Strategi ini dilakukan dengan harapan untuk meningkatkan kesadaran pelanggan terhadap merek Scarlett hingga ke tingkat kesadaran puncak (*top of mind awareness*) untuk kategori perawatan kulit dan wajah.

Saran untuk Peneliti

Peneliti selanjutnya dapat secara spesifik menentukan satu varian produk untuk diteliti agar hasil penelitian dapat lebih akurat. Peneliti selanjutnya juga dapat meneliti sektor bisnis dan industri serta lokasi yang berbeda. Penelitian pada sektor bisnis dan industri serta lokasi yang lain dapat membuat penelitian ini lengkap serta dapat digunakan untuk pengambilan keputusan yang menyeluruh.

Peneliti selanjutnya juga dapat mempertimbangkan variabel-variabel lain untuk diteliti. Peneliti selanjutnya dapat mengeksplorasi pertanyaan-pertanyaan penelitian seperti *variabel lain apa yang sekiranya memiliki pengaruh terhadap minat beli?*; *apakah kesadaran merek juga memediasi pengaruh variabel lain terhadap minat beli?*, dan *apakah ada variabel lain yang sekiranya dipengaruhi oleh e-WOM?*. Pertanyaan-pertanyaan tersebut dapat didalami dan dikembangkan untuk memperluas khazanah pengetahuan dalam lingkup manajemen pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

Aaker, D. A. (1991). Managing brand equity. In *Free Pass* (Vol. 56, Issue 2). Innova. <https://doi.org/10.2307/1252048>

Akter, S., Ambra, J. D., & Ray, P. (2011). An evaluation of PLS based complex models: the roles of power analysis, predictive relevance and GoF index. *The Seventeenth Americas Conference on Information Systems*, 1–7. <https://ro.uow.edu.au/commpapers>

Andrea, A. S., & Keni. (2021). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Celebrity Endorser, dan Online Advertising terhadap Brand Awareness AS. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(5), 464–469. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i5.13286>

Ardhiansyah, A. N., & Marlina, N. (2021). Pengaruh Social Media Marketing dan e-WOM Terhadap Minat Beli Produk Geoffmax. *Akuntabel*, 18(3), 379–391. <https://doi.org/10.29264/jakt.v18i3.9704>

Belch, G., & Belch, M. (2021). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (12th ed.). McGraw-Hill.

Durianto, D. (2011). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek* (1st ed., Vol. 1). Gramedia Pustaka Utama.

Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. (2010). e-WOM Scale: word-of-mouth measurement scale for e-services context. *Canadian Journal of Administrative Sciences / Revue Canadienne Des Sciences de l'Administration*, 27(1), 5–23. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/cjas.129>

Hsin, K. C., Huery, R. Y., & Ya Ting Yang. (2009). The Impact of Brand Awareness on Consumer Purchase Intention: The Mediating Effect of Perceived Quality and Brand Loyalty. *The Journal of International Management Studies*, 4(1), 135–145.

Irvanto, O., & Sujana. (2020a). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, dan Kesadaran Merek terhadap Minat Beli Produk Eiger (Survey Persepsi Komunitas Pecinta Alam di Kota Bogor). *Jurnal Ilmiah*

- Manajemen Kesatuan*, 8(2), 105–126.
<https://doi.org/https://doi.org/10.3764/1/jimkes.v8i2.331>
- Irvanto, O., & Sujana. (2020b). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, dan Kesadaran Merek terhadap Minat Beli Produk Eiger (Survey Persepsi Komunitas Pecinta Alam di Kota Bogor). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 105–126.
<https://doi.org/https://doi.org/10.3764/1/jimkes.v8i2.331>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management. In *Upper Saddle River* (15th ed.). Pearson.
<https://doi.org/10.1108/ssmt.2001.21913cab.040>
- Kudeshia, C., & Kumar, A. (2017). Social eWOM: does it affect the brand attitude and purchase intention of brands? *Management Research Review*, 40(3), 310–330.
<https://doi.org/10.1108/MRR-07-2015-0161>
- Litvin, S. W., Goldsmith, R. E., & Pan, B. (2008). Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. *Tourism Management*, 29(3), 458–468.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.05.011>
- Meybiani, O., Faustine, G., & Siaputra, H. (2019). Pengaruh EWOM dan Online Trust terhadap Purchase Intention di Agoda. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 7(2), 486–500.
- Navithasulthana, A., Shanmugam, V., & Sulthana, An. (2019). Influence Of Electronic Word Of Mouth eWOM On Purchase Intention. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 8(10), 1–6. www.ijstr.org
- Permadi, F., & Suryadi, N. (2019). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Minat Beli yang Dimediasi oleh Kepercayaan (Studi pada Pengunjung Situs Tokopedia.com). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(2), 1–18.
- Priansa, D. J. (2016). Pengaruh e-WOM dan Persepsi Nilai terhadap Keputusan Konsumen untuk Berbelanja Online di Lazada. *Ecodemica*, 4(1), 117–125.
<https://doi.org/10.31294/jeco.v4i1.353>
- Raharja, S. J., & Dewakanya, A. C. (2020). Impact of Electronic Word-of-Mouth on Brand Awareness in The Video Game Sector: A Study on Digital Happiness. *International Journal of Trade and Global Markets*, 13(1), 21–30.
<https://doi.org/10.1504/IJTG.M.2020.104908>
- Repi, O. W., Lumanaw, B., & Wenas, R. S. (2020). Pengaruh Bauran Promosi, Kesadaran Merek, dan Persepsi Nilai terhadap Minat Beli di Bukalapak pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal EMBA*, 8(4), 110–119.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.8.4.2020.30583>
- Rizaty, M. A. (2021, August 5). *Pertumbuhan Pasar Kosmetik Global Terkontraksi 8% pada 2020*. Databoks.
- Sarayar, M., Soepeno, D., & Raintung, M. C. (2021). Pengaruh E-WOM, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli “Folcis Pudding” Manado. *Jurnal EMBA*, 9(4), 294–303.
- Shahid, Z., Hussain, T., & Azafar, F. (2017). The Impact of Brand Awareness on the consumers’ Purchase Intention. *Journal of*

- Marketing and Consumer Research*, 33, 34–39.
- Sharfpour, Y., Khan, Mod. N. A. A. M., Akhgarzadeh, M. R., & Mahmodi, E. (2016). The Influence of Electronic Word-of-Mouth on Consumers' Purchase Intentions and Brand Awareness in Iranian Telecommunication Industri. *International Journal of Supply Chain Management*, 5(3), 133–143.
- Sofia, H. (2021, June 3). *Indonesia dan proyeksi pasar kosmetik terbesar dunia*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (18th ed.). Alfabeta.
- Susilo, I., & Samuel, H. (2015). Analisa Pengaruh Emotional Marketing terhadap Purchase Intention melalui Brand Awareness pada Produk Dove Personal Care di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(1). <https://doi.org/10.9744/pemasaran.9.1.23-34>
- Syahriwar, J., & Ichlas, A. M. (2018). The Impact of Electronic Word of Mouth (E-WoM) on Brand Equity of Imported Shoes: Does a Good Online Brand Equity Result in High Customers' Involvements in Purchasing Decisions? *The Asian Journal of Technology Management*, 11(1). <https://doi.org/10.12695/ajtm.2018.11.1.5>
- Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T.-P., & Turban, D. C. (2018). *Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective*. Springer.
- Widyastuti, S. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu: Solusi Menembus Hati Pelanggan*. FEB-UP Press.
- Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Strategi*. Forum Pemuda Aswaja.

PENGARUH STRUKTUR MODAL, KEBIJAKAN DIVIDEN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN SEKTOR CYCLICALS YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2016-2020

Meisin Savira Sorongan¹, Grace J. Sopotan², Ramon A. F. Tumiwa³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Manado

¹soronganmeisin@gmail.com ²gracesopotan@gmail.com ³ramontumiwa@unima.ac.id

Diterima : 19-05-2022

Direvisi : 11-06-2022

Disetujui : 21-06-2022

Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh struktur modal, kebijakan dividen dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan sektor Cyclical yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder dengan penelitian kuantitatif, alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi data panel dengan model terpilih *Fixed effect model* serta menggunakan bantuan *Eviews 12* untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain. Populasi dalam penelitian ini adalah 132 perusahaan sektor Cyclical yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020 dengan purposive sampling sebagai teknik pengambilan sampel dan sampel dalam penelitian ini adalah 18 perusahaan dengan total data observasi 90 data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur modal (DER) berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV). Kebijakan dividen berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV). Profitabilitas (ROE) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV).

Kata kunci: *nilai perusahaan; struktur modal; kebijakan dividen; profitabilitas.*

Abstract This study aims to determine and analyze the effect of capital structure, dividend policy and profitability on firm value of Cyclical sector listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2016-2020 period. The data used in this study is secondary data with quantitative research type, the analytical tool used is panel data regression analysis with the selected *Fixed effect model* and using the help of *Eviews 12* to obtain a comprehensive picture of the relationship between one variable and another variable. The population in this study were 132 Cyclical sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2016-2020 with purposive sampling technique and the sample in this study were 18 companies with a total of 90 observational data. The result showed that the capital structure (DER) has not significant effect on firm value (PBV). Dividend policy (DPR) has not significant effect on firm value (PBV). Profitability (ROE) has a significant effect on firm value (PBV).

Keywords: *firm value; capital structure; dividend policy; profitability*

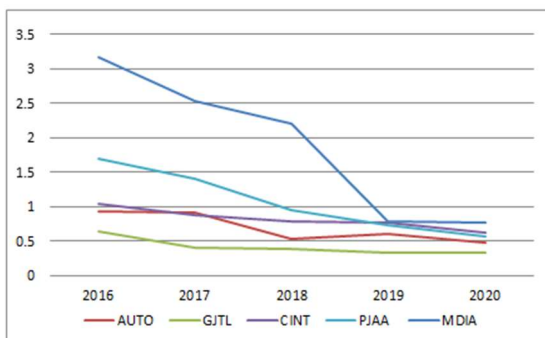
PENDAHULUAN

Pasar modal adalah pasar untuk berbagai instrumen keuangan jangka panjang yang bisa diperjual belikan baik dalam bentuk utang atau obligasi maupun modal sendiri atau saham dan instrumen keuangan lainnya. Keberadaan pasar modal di Indonesia sangat diperlukan oleh

perusahaan karena dengan menerbitkan saham di Bursa Efek, dapat membuat investor tertarik untuk menanamkan modalnya dan dapat menghasilkan dana bagi perusahaan yang dipergunakan untuk kegiatan operasional perusahaan sekaligus dapat meningkatkan nilai perusahaan (Sudiani & Darmayanti,

2016). Harga saham adalah harga yang bersedia dibayarkan oleh calon investor apabila ia ingin memiliki suatu saham, sehingga harga saham merupakan harga fair price (harga yang adil) yang dapat dijadikan sebagai proksi nilai perusahaan. Harga saham digunakan sebagai proksi nilai perusahaan karena harga saham merupakan nilai yang bersedia dibayar pembeli atau investor (P. Y. S. Dewi et al., 2014). Harga saham dipasar modal terbentuk karena adanya kesepakatan antara permintaan dan penawaran investor.

Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi perusahaan karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan tujuan utama perusahaan yaitu kesejahteraan pemegang saham. Semakin tinggi nilai perusahaan maka akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham (Brigham & Houston, 2014). Tujuan meningkatkan nilai perusahaan adalah untuk menarik investor berinvestasi terhadap suatu perusahaan (Pranama & Mustanda, 2016). Perusahaan yang mempunyai nilai relatif tinggi memberi petunjuk jika tingkat dari kemakmuran perusahaan yang relatif tinggi pula akan membuat rasa percaya diri yang bagus dari pemilik saham perusahaan tersebut (B. I. Wijaya & Sedana, 2015). Nilai perusahaan akan menggambarkan kinerja dan kondisi perusahaan dimasa lalu, saat ini dan prospeknya pada periode mendatang (Astuty, 2017).



Gambar 1. Nilai perusahaan (PBV)

Berdasarkan data yang diambil dari laporan tahunan perusahaan-perusahaan periode 2016-2020 pada sektor konsumen non primer (*Cyclicals*) dapat dilihat dari gambar 1, nilai perusahaan cenderung mengalami penurunan. Berdasarkan grafik tersebut terlihat bahwa perusahaan sektor konsumen non primer (*cyclicals*) yang diproyeksikan dengan PBV cenderung mengalami penurunan. Gambar diatas bertentangan bertentangan dengan keinginan perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan dengan nilai yang tinggi merupakan suatu perusahaan dengan posisi keuangan yang baik, demikian pula sebaliknya (Dhani & Utama, 2017).

Pada penelitian ini faktor-faktor yang ingin diteliti guna mempengaruhi nilai perusahaan difokukan pada struktur modal, kebijakan dividen dan profitabilitas. Struktur modal merupakan suatu bentuk finansial perusahaan yang bersumber dari modal sendiri dan modal yang bersumber dari hutang digunakan untuk pembiayaan perusahaan (Irham, 2015). Struktur modal yang baik akan mempunyai dampak, baik langsung maupun tidak langsung terhadap perusahaan, dan secara tidak langsung posisi finansial perusahaan akan meningkat dan nilai perusahaan pun akan meningkat. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang tidak konsisten mengenai struktur modal terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian (Hamidy et al., 2015; Mawarni & Triyonowati, 2017; Mudjijah et al., 2019; Setiawan et al., 2021) menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini bertentangan dengan penelitian (Astari et al., 2019; Hidayati & Retnani, 2020) yang menemukan bahwa struktur modal berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hal cukup penting bagi peningkatan nilai perusahaan adalah besarnya pembagian dividen perusahaan. Dividen digunakan sebagai sinyal bagi prospek perusahaan dimasa yang akan mendatang. Kebijakan dividen merupakan

salah satu faktor yang dapat menarik para investor untuk menanamkan modalnya ke suatu perusahaan. Kebijakan dividen yaitu kebijakan mengenai keputusan yang diambil perusahaan mengenai laba yang diperoleh apakah dibagikan kepada investor sebagai dividen atau ditahan dalam bentuk laba ditahan guna membiayai investasi dan operasional perusahaan. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang tidak konsisten mengenai pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian (Aulia Rasyid & Sri Yulianhari, 2018; Hernomo, 2017; Mispriyanti, 2020; Putra & Lestari, 2016) mereka menemukan bahwa kebijakan dividen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian lainnya menyatakan bahwa bahwa kebijakan dividen berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (Bahrun et al., 2020; K. Y. Dewi & Rahyuda, 2020; Indrayani et al., 2021).

Profitabilitas adalah salah satu faktor yang menciptakan nilai masa depan untuk menarik investor baru karena perusahaan mampu menghasilkan laba dengan baik. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, perusahaan dianggap baik jika laba yang dihasilkan tinggi. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki prospek yang baik dimasa depan karena dengan laba yang tinggi berarti perusahaan mampu mengelola operasional dengan efektif dan efisien. Beberapa penelitian terdahulu yang menunjukkan ketidak konsistenan mengenai hasil yang diteliti, menurut (Astari et al., 2019; Ayu & Suarjaya, 2017; Indasari & Yadnyana, 2018; Pratiwi & Wiksuana, 2020) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan hasil penelitian (I. A. M. C. Dewi et al., 2019; Kadim & Sunardi, 2019; Wicaksono et al., 2020; Zuraida, 2019) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan”.

TINJAUAN LITERATUR

Manajemen keuangan

Manajemen keuangan berkaitan dengan pengelolaan keuangan seperti anggaran, perencanaan, keuangan, kas, kredit analisis investasi, serta usahan memperoleh dana (D. Wijaya, 2017). Tujuan manajemen keuangan adalah memaksimalkan nilai perusahaan atau memaksimalkan kemakmuran bagi para pemegang saham (Hery, 2017).

Trade Off Theory

Menurut teori ini, peningkatan utang akan meningkatkan biaya kebangkrutan, kesulitan keuangan dan agensi, sehingga mengurangi nilai perusahaan, dengan demikian perusahaan perlu menemukan keseimbangan dimana tingkat utang akan dapat mengimbangi biaya (seperti keuntungan pajak dari hutang) dengan biaya dari kesulitan keuangan yang mungkin terjadi. Trade off theory adalah teori struktur modal yang menyatakan bahwa perusahaan menukar manfaat pajak dari pendanaan utang dengan masalah yang ditimbulkan oleh potensi kebangkrutan (Brigham & Houston, 2014).

Signalling Theory

Teori sinyal menjelaskan tentang bagaimana manajer memberikan sinyal kepada investor untuk mengurangi asimetris informasi melalui laporan keuangan (Indrayani et al., 2021). Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi adalah karena terdapat asimetris informasi antara perusahaan dan pihak luar karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang dari pada pihak luar khususnya investor dan kreditur (Sartono, 2017). Perusahaan mengharapkan dengan memberikan sinyal positif yang berupa hal-hal baik mengenai laporan keuangan akan memberikan gambaran atas kondisi perusahaan tersebut dan membuat pihak eksternal tertarik dan percaya untuk menanamkan modalnya kepada perusahaan (Dewi et al., 2018).

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi (Setiawan et al., 2021). Nilai perusahaan yang meningkat juga dapat mempengaruhi minat investor, karena apabila nilai perusahaan meningkat mencerminkan bahwa perusahaan tersebut cermat mampu untuk mengelola perusahaannya dan perusahaan juga memiliki prospek baik dimasa mendatang (Nurhayati & Kartika, 2020). Terdapat tiga jenis penilaian yang berhubungan dengan saham yaitu, nilai buku, nilai pasar dan intrinsik (P. Y. S. Dewi et al., 2014)

Nilai perusahaan dapat diukur dengan price to book value (PBV), yaitu perbandingan antara harga saham dengan nilai buku persaham (Ross et al., 2016). PBV merupakan nilai buku yang dituangkan dalam laporan keuangan perusahaan (Brigham & Houston, 2014).

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar Per Sah}}{\text{Book Value (Nilai Buku Per Saham)}}$$

Struktur Modal

Struktur modal merupakan pembelanjaan permanen yang mencerminkan perimbangan antara hutang jangka panjang dengan modal sendiri baik dari sumber internal maupun eksternal (Sutrisno, 2013). Struktur modal adalah perbandingan pendanaan dengan menggunakan hutang (Dhani & Utama, 2017). Rasio yang digunakan untuk menghitung struktur modal dalam penelitian ini adalah Debt to Equity Ratio (DER).

$$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Ekuitas}} \times 100\%$$

Kebijakan Dividen

Kebijakan dividen merupakan keputusan yang akan diambil apakah laba akhir tahun akan dibagikan sengaia dividen kepada pemegang saham atau akan digunakan sebagai laba ditahan guna untuk menambah modal dalam

pembiayaan investasi dimasa yang akan datang (D. S. Dewi & Suryono, 2019). Kebijakan dividen dapat diukur dengan menggunakan Dividen Pay Out Ratio (DPR) (Zais, 2017). DPR adalah besarnya presentase laba bersih setelah pajak yang dibayarkan sebagai divien kepada pemegang saham, semakin besar rasio berarti semakin sedikit laba yang dapat ditahan oleh perusahaan.

$$DPR = \frac{\text{Dividen Per Share}}{\text{Earning Per Share}}$$

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan salah satu aspek fundamental perusahaan, karena selain memberikan daya tarik yang besar bagi investor yang akan menanamkan dananya pada perusahaan juga sebagai alat ukur terhadap efektivitas dan efisiensi penggunaan semua sumber daya yang ada didalam proses operasional perusahaan (Ramdhona et al., 2019). Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aset maupun modal sendiri (Indrayani et al., 2021). Profitabilitas dapat diukur dengan *Return on Equity* (ROE), rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan (Sudana, 2015).

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Kerangka Pemikiran Teoritis

Hubungan Antara Struktur Modal Dengan Nilai Perusahaan

Struktur modal merupakan komposisi sumber pendanaan perusahaan antara hutang dan ekuitas. Struktur modal yang tepat adalah tujuan utama perusahaan, karena keputusan penggunaan utang yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan, dikarenakan utang digunakan untuk mendanai investasi yang menguntungkan sehingga perusahaan untuk memperoleh keuntungan semakin besar. Jika nilai

struktur modal tinggi maka perusahaan telah memanfaatkan lebih banyak dana eksternal dari pada internal untuk kegiatan operasionalnya. Struktur modal yang optimal adalah struktur modal yang mengoptimalkan keseimbangan antara resiko dan pengembalian sehingga memaksimalkan harga saham. Struktur modal mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan karena dengan adanya pendanaan dari luar perusahaan diharapkan dapat memaksimalkan manajemen dan dapat membayar hutang-hutangnya kembali. Ketika pihak ingin memberikan pinjaman, pihak pemberi pinjaman akan mengevaluasi perusahaan, apakah perusahaan mampu menggunakan utang tersebut dengan baik maka pihak pemberi pinjaman akan memberikan pinjaman, karena utang yang tinggi membuat nilai perusahaan meningkat akibat kepercayaan investor bahwa perusahaan mampu mengelola hutang dan resiko dengan baik dilihat dari sinyal pihak pemberi utang. Trade off theory, menjelaskan jika posisi struktur modal berada dibawah titik optimal maka setiap penambahan utang akan meningkatkan nilai perusahaan. Dari kerangka berpikir diatas terlihat bahwa struktur modal berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, sama halnya dengan hasil dari penelitian (Mudjijah et al., 2019; Oktiwiati & Nurhayati, 2020; Setiawan et al., 2021; Yanti & Darmayanti, 2019) bahwa struktur modal berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

H1: Struktur modal berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

Hubungan Antara Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan

Kebijakan dividen merupakan kebijakan yang dilakukan perusahaan untuk membagi laba atau menahan laba. Semakin tinggi laba yang dibagikan maka akan membawa sinyal kepada para investor, sehingga investor akan tertarik dan menanamkan modalnya ke perusahaan. Kebijakan dividen sering dianggap sebagai sinyal bagi investor

dalam menilai baik buruknya perusahaan, karena kebijakan dividen dapat membawa pengaruh terhadap harga saham. Semakin tinggi dividen yang dibagikan maka akan meningkatkan nilai perusahaan, dimana permintaan saham akan naik dan berakibat pada kinerja perusahaan yang dianggap baik pula dalam pengelolaan perusahaan. Pembayaran dividen yang relatif besar oleh perusahaan akan dianggap investor sebagai sinyal positif terhadap perkembangan perusahaan dimasa yang akan datang, maka pembayaran dividen yang besar akan meningkatkan nilai perusahaan. Dari kerangka berpikir diatas terlihat bahwa kebijakan dividen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sama halnya dengan hasil penelitian (Senata, 2016) bahwa kebijakan dividen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

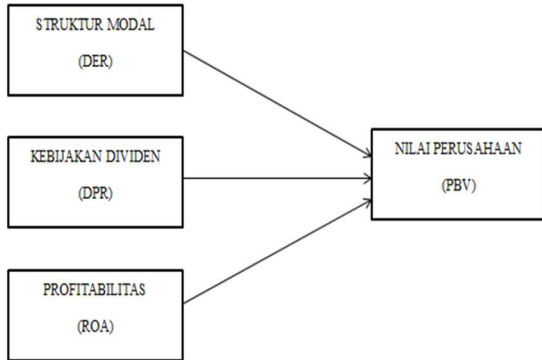
H2: Kebijakan dividen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

Hubungan Antara Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Semakin tinggi laba yang didapat, maka akan semakin tinggi nilai perusahaan, karena laba yang tinggi akan memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik, sehingga dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham, sehingga harga saham perusahaan tersebut akan naik dan akan menyebabkan nilai perusahaan meningkat. Profitabilitas yang tinggi akan memberikan sinyal positif bagi investor bahwa perusahaan berada dalam kondisi yang menguntungkan. Profitabilitas memiliki arti yang sangat penting bagi perusahaan karena merupakan salah satu faktor dalam menilai baik buruknya kinerja suatu perusahaan. Dari kerangka berpikir diatas terlihat bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sama halnya dengan hasil penelitian (Dewantari et al., 2019; D. S. Dewi & Suryono, 2019; Lubis et al., 2017) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

H3: Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif, penelitian kuantitatif merupakan salah satu metode penelitian yang menguji data berupa angka-angka dan menggunakan statistik (Nariswari & Nugraha, 2020). Penelitian ini bersifat asosiatif, yang menggambarkan hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2019).

Populasi dan Sampel

populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor Cyclical yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ada 132 perusahaan. Sampel adalah sebagian atau sebagai wakil populasi yang akan diteliti, sampel dari penelitian ini adalah 18 perusahaan dari 132 perusahaan yang ada.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling, teknik purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan

pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2019). Teknik purposive sampling yang membatasi pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria tersebut meliputi:

- 1) Perusahaan yang termasuk dalam sektor cyclical yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang ditetapkan pada tanggal 25 Januari 2021 yang terdiri dari 7 sub sektor
- 2) Perusahaan yang tercatat dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2020
- 3) Perusahaan yang pernah membagikan dividen minimal 4 kali dalam periode 2016-2020
- 4) Perusahaan yang konsisten mempublikasikan secara berturut-turut laporan tahunan dari tahun 2016-2020
- 5) Laporan Tahunan menggunakan mata uang rupiah (Rp)

Teknik Analisis Data

Data yang digunakan adalah data sekunder, data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (Indrianto & Supomo, 2013). Penelitian ini menggunakan data panel, dimana data panel adalah gabungan dari time series dan cross section. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, metode observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan secara langsung maupun tidak langsung (Riyanto, 2010).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Data Panel

Uji Chow

Uji chow dilakukan guna menentukan apa model yang lebih baik digunakan dalam mengestimasi data panel apakah Common effect model atau Fixed effect Model. Apabila probabilitas > 0.05 maka H_0 diterima, berarti model Common Effect yang digunakan. Jika probabilitas < 0.05 maka H_1 diterima berarti menggunakan model Fixed effect.

Tabel 1. Hasil Uji Chow

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	13.906897	(17,69)	0.0000
Cross-section Chi-square	133.881511	17	0.0000

Sumber: Data diolah (Eviews 12)

Berdasarkan hasil dari uji chow pada Tabel 1. dapat diketahui probabilitas $0.0000 < 0.05$. dari hasil tersebut disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini berarti bahwa Fixed Effect Model lebih baik dari pada Common Effect Model.

Uji Hausman

Uji hasuman dilakukan guna menentukan apa model yang lebih baik digunakan dalam mengestimasi data panel apakah Random Effect Model atau Fixed Effect Model. Apabila probabilitas > 0.05 maka H_0 diterima, berarti model Random Effect yang digunakan. Jika probabilitas < 0.05 maka H_1 diterima berarti menggunakan Model Fixed Effect

Tabel 2. Hasil Uji Hausman

Test Summary	Chi-Sq.		
	Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	21.598268	3	0.0001

Sumber: Data diolah (Eviews 12)

Berdasarkan dari uji Hausman pada tabel 2 dapat diketahui probabilitas sebesar $0.0001 < 0.05$ dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini berarti bahwa Fixed Effect Model.

Hasil Estimasi Model

Tabel 3. Hasil Uji Fixed Effect Model

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.080062	0.371136	2.910153	0.0049
DER	0.624153	0.398554	1.568045	0.1219
DPR	0.122099	0.200008	0.610472	0.5436
ROE	2.794743	1.226310	2.278988	0.0258

Fixed Effects (Cross)

AUTO—C	-0.733296
INDS—C	-0.879398
SMSM—C	1.420815
CINT—C	-0.800038
GEMA—C	-0.992739
BATA—C	0.108177
TRIS—C	-0.779065
JSPT—C	-0.341277
PGLI—C	0.258165
MNCN—C	-0.099679
SCMA—C	5.186789
ACES—C	3.587478
CSAP—C	-1.487376
ERAA—C	-1.180343
IMAS—C	-2.441205
MPMX—C	-1.544633
RALS—C	0.512682
TURI—C	0.006964

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

Root MSE	0.697256	R-squared	0.870387
Mean dependent var	1.870661	Adjusted R-squared	0.832817
S.D. dependent var	1.947570	S.E. of regression	0.796322
Akaike info criterion	2.583337	Sum squared resid	43.75488
Schwarz criterion	3.168626	Log likelihood	-95.25018
Hannan-Quinn criter.	2.818554	F-statistic	23.16760
Durbin-Watson stat	1.558493	Prob(F-statistic)	0.000000

Sumber: Data diolah (Eviews12)

Ket : Taraf signifikan tidak lebih ($<$) dari 0.05 atau 5%

Taraf tidak signifikan lebih ($>$) dari 0.05 atau 5%

Berdasarkan tabel 3. Hasil pengujian Fixed Effect Model menunjukkan bahwa struktur modal (DER) memiliki koefisien sebesar 0.624153 dengan probabilitas $0.1219 > 0.05$ Disimpulkan bahwa DER berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan tabel 4. Hasil pengujian Fixed Effect Model menunjukkan bahwa kebijakan dividen (DPR) memiliki koefisien sebesar 0.122099 dengan probabilitas $0.5436 > 0.05$ Disimpulkan bahwa DPR berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan tabel 4. Hasil pengujian Fixed Effect Model menunjukkan bahwa profitabilitas (ROE) memiliki koefisien 2.794743 dengan probabilitas $0.0258 < 0.05$ Disimpulkan bahwa ROE berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Persamaan regresi diatas mempunyai makna sebagai berikut:

1. Konstanta, berdasarkan tabel analisis diatas menunjukkan bahwa apabila variable struktur modal, kebijakan dividen dan profitabilitas sama dengan nol (0) atau berada dititik nol, maka nilai perusahaan mengalami peningkatan sebesar 1.080062
2. Koefisien (DER) $X_1 = 0.624153$, setiap penambahan keputusan investasi sebesar 1 dengan asumsi struktur modal tetap dan tidak berubah maka akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 0.624153 atau setiap penurunan struktur modal sebesar 1 dengan asumsi keputusan tetap dan tidak berubah, maka akan menaikkan nilai perusahaan sebesar 0.624153
3. Koefisien (DPR) $X_2 = 0.122099$, setiap penambahan keputusan investasi sebesar 1 dengan asumsi kebijakan dividen tetap dan tidak berubah maka akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 0.122099 atau setiap penurunan kebijakan dividen sebesar 1 dengan asumsi keputusan tetap dan tidak berubah, maka akan menaikkan nilai perusahaan sebesar 0.122099
4. Koefisien (ROE) $X_3 = 2.794743$, setiap penambahan keputusan investasi sebesar 1 dengan asumsi profitabilitas tetap dan tidak berubah maka akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 2.794743 atau setiap penurunan profitabilitas sebesar 1 dengan asumsi keputusan tetap dan tidak berubah, maka akan menaikkan nilai perusahaan sebesar 2.794743

Dari hasil estimasi diatas dengan menggunakan Fixed Effect Model:

$$Y_{it} = \alpha_{it} + \beta X_{it} + e$$

$$PBV = 1.080062 + 0.624153 + 0.122099 + 2.794743 + e$$

Uji Parsial (T)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah pengaruh antar variabel independen terhadap dependen pada tingkat signifikan dibawah 0.05 (5%) dan tidak signifikan diatas 0.05 (5%) dengan menggunakan Fixed Effect Model.

Struktur Modal terhadap nilai perusahaan

Hipotesis pertama dalam penelitian ini menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat dilihat pada hasil pengujian pada tabel 4. yang menggunakan Fixed effect model yang menunjukkan bahwa variabel struktur modal mempunyai nilai signifikansi serbesar $0.1219 > 0.05$ hal tersebut menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan atau dengan kata lain Hipotesis 1(H_1) **ditolak**.

Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis kedua dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kebijakan dividen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat dilihat pada hasil pengujian pada tabel 4. yang menggunakan Fixed effect model yang menunjukkan bahwa variabel kebijakan dividen mempunyai nilai signifikansi serbesar $0.5436 > 0.05$ hal tersebut menunjukkan bahwa kebijakan dividen berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan atau dengan kata lain Hipotesis 2(H_2) **ditolak**.

Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat dilihat pada hasil pengujian pada tabel 4. yang menggunakan Fixed effect model yang menunjukkan bahwa variabel profitabilitas mempunyai nilai signifikansi serbesar

0.0258 < 0.05 hal tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan atau dengan kata lain Hipotesis 3 (H_3) diterima.

Pembahasan dan Hasil Penelitian

Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa struktur modal (DER) berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan sektor *Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020. Struktur modal mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan karena dengan adanya pendanaan dari luar perusahaan diharapkan dapat memaksimalkan kinerja manajemen dan dapat membayar kembali hutang-hutangnya. Namun jika aset perusahaan lebih besar dibiayai oleh hutang dari pada modalnya maka peran dari pada investor menjadi menurun. Trade off theory menjelaskan bahwa jika posisi struktur modal berada dibawah titik optimal maka setiap penambahan hutang akan meningkatkan nilai perusahaan. Sebaliknya jika posisi struktur modal berada diatas titik optimal maka setiap penambahan hutang akan menurunkan nilai perusahaan. Struktur modal berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dikarenakan bunga yang dibebankan melebihi manfaat yang diberikan dari utang yang digunakan, sehingga penggunaan ini akan merugikan diakibatkan oleh kondisi atau iklim bisnis yang kurang menguntungkan dimasa pandemi. Artinya struktur modal dengan proksi DER berpengaruh tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan (PBV) dibuktikan dengan hasil nilai signifikansi $0.1219 > 0.05$.

Pengaruh Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa kebijakan dividen (DPR) berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan sektor *Cyclicals* yang terdaftar di Bursa

Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020. Kebijakan dividen memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, dengan membagikan dividen menarik minat investor untuk menanamkan modal mereka terhadap perusahaan tersebut karena keuntungan dari investasi saham adalah dividen dan capital gain. Sesuai dengan Signalling theory dengan memberikan dividen memberikan sinyal positif kepada investor bahwa perusahaan sedang dalam kondisi baik. Namun memberi dividen juga memberikan persepsi kepada para investor bahwa perusahaan tidak memanfaatkan laba untuk operasional perusahaan. Kebijakan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dikarenakan perusahaan membagikan dividen namun tidak memperhatikan EPS (Earning per share) dimana EPS hanya sedikit namun memaksakan untuk membagikan dividen bahkan dividen yang di bagikan melebihi EPS yang membuat perusahaan dapat merugi dan dapat berdampak bagi keberlangsungan operasional perusahaan dan persepsi investor. Artinya kebijakan dividen dengan proksi DPR berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV) dibuktikan dengan hasil nilai signifikansi sebesar $0.5436 > 0.05$.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa profitabilitas (ROE) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sektor *Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020. Apabila profitabilitas perusahaan mengalami peningkatan maka akan diikuti dengan kenaikan nilai perusahaan, begitu pula sebaliknya. Tingkat pengembalian yang tinggi memungkinkan perusahaan untuk membiayai sebagian besar kebutuhan pendanaan dengan dana yang dihasilkan sendiri. Profitabilitas yang tinggi menandakan perusahaan yang baik kinerja keuangannya sehingga memicu permintaan saham oleh investor. Respon positif dari investor tersebut meningkatkan

harga saham dan selanjutnya akan meningkatkan nilai perusahaan. Hasil ini didukung oleh Signaling theory yang menyatakan bahwa perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham menyebabkan nilai perusahaan meningkat. Artinya profitabilitas mempengaruhi naik turunnya Nilai perusahaan, semakin tinggi profitabilitas dengan proksi ROE maka nilai perusahaan semakin tinggi dan relevan dibuktikan dengan nilai signifikansi $0.0258 < 0.05$.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada perusahaan sektor Cyclical yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020 dalam penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Struktur modal berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor Cyclical yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020. Biaya bunga yang dibebankan jika melebihi manfaat yang diberikan dari utang yang digunakan, maka penggunaan hutang sebagai struktur modal akan merugikan, diakibatkan oleh kondisi atau iklim bisnis yang kurang menguntungkan pada masa pandemi.
2. Kebijakan dividen berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor Cyclical yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020. Perusahaan memaksakan untuk membagikan dividen walaupun tidak memiliki keuntungan laba bersih bahkan membagikan dividen melebihi laba bersih yang ada sehingga memberikan sinyal yang kurang baik dan berdampak bagi keberlangsungan operasional perusahaan dan persepsi investor.

3. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor Cyclical yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020. Profitabilitas yang tinggi menandakan perusahaan yang baik kinerja keuangannya sehingga perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham, sehingga saham perusahaan tersebut naik dan akan menyebabkan nilai perusahaan meningkat.

Saran

Berdasarkan penelitian ini, maka peneliti mengajukan saran yang sekiranya dapat bermanfaat untuk menjadi pertimbangan serta masukan sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Perusahaan sangat diharapkan untuk lebih meningkatkan Nilai Perusahaan. Hal ini bertujuan untuk dapat memberikan gambaran bagi perusahaan untuk dapat mempertahankan nilai perusahaan dimana jika nilai perusahaan tinggi dapat menarik minat investor untuk menanamkan dana mereka.

2. Bagi Investor

Ketika menanamkan dana pada suatu perusahaan pilihlah perusahaan yang memiliki beberapa faktor berupa nilai perusahaan yang tinggi dan profitabilitas yang tinggi, menandakan bahwa perusahaan tersebut mampu mengoperasikan perusahaan mereka dengan baik dan memiliki prospek yang baik dimasa yang akan datang.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Kiranya penelitian yang dilakukan ini dapat dijadikan referensi dan bahan acuan dalam melakukan penelitian serta dapat menambah atau menggunakan variabel lain atau proksi yang lain selain yang digunakan dalam penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Astari, Y., Rinofah, R., & Mujino. (2019). Pengaruh Struktur Modal dan Profitabilitas Terhadap nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 3(3), 191–201.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.vol3.iss3.pp191-201>
- Astuty, P. (2017). The Influence of Fundamental Factors and Systematic Risk to Stock Prices on Companies Listed in the Indonesian Stock Exchange. *European Research Studies Journal*, XX(4), 230–240.
- Aulia Rasyid, F., & Sri Yuliandhari, W. (2018). Pengaruh Biaya Corporate Social Responsibility dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan (studi Pada Perusahaan BUMN yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2012-2016). *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi*, 4(2), 1137–1148.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33197/jabe.vol4.iss2.2018.177>
- Ayu, D. P., & Suarjaya, A. A. G. (2017). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Pertambangan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(2), 1112–1138.
- Bahrin, M. F., Tifah, & Firmansyah, A. (2020). Pengaruh Keputusan Dana, Keputusan Investasi, Kebijakan Dividen dan Arus Kas Bebas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 8(3), 263–276.
<https://doi.org/https://doi.org/10.37641/jiakes.v8i3.358>
- Brigham, E., & Houston, J. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan 1* (14th ed.). Salemba Empat.
- Dewantari, N. L. S., Cipta, W., & Susila, G. P. A. J. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage Serta Profitabilitas Terhadap Niai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverage di BEI. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 5(2), 68–76.
<https://doi.org/https://doi.org/10.23887/bjm.v5i1.21994>
- Dewi, D. K., Tanjung, A. R., & Indrawati, N. (2018). Analisis Pengaruh Free Cash Flow, Investment Opportunity Set, Ukuran Perusahaan Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Hutang Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listing di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016). *Jurnal Ekonomi*, 26(2), 101–122.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31258/je.26.2.p.101-121>
- Dewi, D. S., & Suryono, B. (2019). Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 8(1), 1–19.
- Dewi, I. A. M. C., Sari, M. M. R., Budiasih, I. G. A. N., & Suprasto, H. B. (2019). Free cash flow effect towards firm value. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 6(3), 108–116.
<https://doi.org/10.21744/irjmis.v6n3.643>
- Dewi, K. Y., & Rahyuda, H. (2020). Pengaruh profitabilitas, Likuiditas dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Industir Barang konsumsi di BEI. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(4), 1252.

- <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i04.p02>
- Dewi, P. Y. S., Yuniarta, G. A., & Atmaja, A. T. (2014). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan LQ 45 di BEI Periode 2008-2012. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Undiksha*, 2(1).
- Dhani, I. P., & Utama, A. A. G. S. (2017). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Struktur Modal dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Airlangga*, 2(1), 135–148. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31093/iraba.v2i1.28>
- Hamidy, R. R., Gusti, I., Wiksuana, B., Gede, L., & Artini, S. (2015). Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Properti dan Real Estate DI Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Unud*, 4(10), 665–682.
- Hernomo, M. C. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan. *Petra Business and Management Review*, 3(1), 1–11.
- Hery. (2017). *Kajian Riset Akuntansi* (Vol. 1). Grasindo.
- Hidayati, B. S., & Retnani, E. D. (2020). Pengaruh Struktur Modal, Good Corporate Governance dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9(6), 1–18.
- Indasari, A. P., & Yadnyana, I. K. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity, Likuiditas dan Struktur Modal pada Nila Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 22(1), 714. <https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v22.i01.p27>
- Indrayani, N. K., Endiana, I. D. M., & Pramesti, I. G. A. A. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Kebijakan Dividen, Akuntansi Lingkungan, Leverage dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Kharisma*, 3(1), 52–63.
- Indrianto, N., & Supomo, B. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. BPF.
- Irham, F. (2015). *Manajemen Investasi: Teori dan Soal Jawab*. Salemba Empat.
- Kadim, A., & Sunardi, N. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Terhadap Leverage Implikasi Terhadap Nilai Perusahaan Cosmetic and Household yang Terdaftar. *Jurnal Sekuritas (Saham, Ekonomi, Keuangan, Dan Investasi)*, 3(1), 22–33. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32493/skt.v3i1.3270>
- Lubis, I. L., Sinaga, B. M., & Sasongko, H. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(3), 458–466. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.17358/jabm.3.3.458>
- Mawarni, P. I., & Triyonowati. (2017). Pengaruh Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Food and Beverages. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(6), 1–16.
- Mispiyanti, M. (2020). Pengaruh Struktur Modal, Capital Expenditure, Profitabilitas Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Pada

- Perusahaan BUMN Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 20(2). <https://doi.org/10.29040/jap.v20i2.636>
- Mudjijah, S., Khalid, Z., & Astuti, D. S. A. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan yang Dimoderasi Variabel Ukuran Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1), 41–57. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.36080/jak.v8i1.839>
- Zais, G. M. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi Kebijakan Dividen Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Kompetitif*, 10(1), 10–29. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.52333%2Fkompetitif.v6i1.432>
- Nariswari, T. N., & Nugraha, N. M. (2020). Profit Growth: Impact of Net Profit Margin, Gross Profit Margin and Total Assets Turnover. *International Journal of Finance & Banking Studies* (2147-4486), 9(4), 87–96. <https://doi.org/10.20525/ijfbs.v9i4.937>
- Nurhayati, I., & Kartika, A. (2020). Pengaruh Struktur Modal dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Manufaktur Tahun 2016-2018. *Dinamika Akuntansi, Keuangan, Dan Perbankan*, 9(2), 133–144.
- Oktiwiati, E. dela, & Nurhayati, M. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal dan Keputusan Investasi terhadap nilai perusahaan (Pada sektor farmasi yang terdaftar di BEI 2013-2017). *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(2), 196. <https://doi.org/10.22441/mix.2020.v10i2.004>
- Pranama, I. G. N. A., & Mustanda, I. K. (2016). Pengaruh Profitabilitas dan Size Terhadap Nilai Perusahaan dengan CSR Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(1), 561–594.
- Pratiwi, I. D. A. I., & Wiksuana, I. G. B. (2020). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Property di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(6), 2394. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i06.p17>
- Putra, A. A. N. D. A., & Lestari, P. V. (2016). Pengaruh Kebijakan Dividen, Likuiditas, Profitabilitas dan Ukuran perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(7), 4044–4077.
- Ramdhona, Z., Solikin, I., & Sari, M. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Pertumbuhan Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2017). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 67–82. <https://doi.org/https://doi.org/10.17509/jrak.v7i1.15117>
- Riyanto, B. (2010). *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan* (4th ed., Vol. 10). BPFE.
- Ross, A., Westerfield, S., Jordan, R. W., Lim, J., & Tan, R. (2016). *Fundamentals Of Corporate Finance*. McGraw-Hill.
- Sartono, R. A. (2017). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi* (4th ed.). BPFE.

- Senata, M. (2016). Pengaruh Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Yang Tercatat Pada Indeks LQ-45 Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 6(1), 73–84.
- Setiawan, M. R., Susanti, N., & Nugraha, N. M. (2021). Pengaruh Struktur Modal, Perputaran Modal Kerja, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 5(1), 208–218. <https://doi.org/10.33395/owner.xxx.xx>
- Sudana. (2015). *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Erlangga.
- Sudiani, N. K. A., & Darmayanti, N. P. A. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Pertumbuhan, dan Investment Opportunity Set Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(7), 4545–4547.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (18th ed.). Alfabeta.
- Sutrisno. (2013). *Manajemen Keuangan: Teori, Konsep, dan Aplikasi*. Ekonisia.
- Wicaksono, R., Tinggi, S., Ekonomi, I., Sekolah, M., Ilmu, T., & Putra Bangsa, E. (2020). Analisis Pengaruh Profitabilitas dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Mediasi. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 4(2). <https://doi.org/10.33395/owner.v4n2.237>
- Wijaya, B. I., & Sedana, I. B. P. (2015). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Dividen dan Kesempatan Investasi Sebagai Variabel Mediasi). *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(12), 4477–4500.
- Wijaya, D. (2017). *Manajemen Keuangan Konsep dan Penerapannya*. Grasindo.
- Yanti, I. G. A. D. N., & Darmayanti, N. P. A. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Makanan dan Minuman. *E-Jurnal Manajemen*, 8(4), 2297–2324. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v8.i4.p15>
- Zuraida, I. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai perusahaan. *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 4(1), 529–537. <https://doi.org/https://doi.org/10.32502/jab.v4i1.1828>

COVID-19 RELATED STRESS AND TEACHING IN DISTANCE LEARNING: EXPLORING ITS RELATIONSHIP AMONG FACULTY MEMBERS IN STATE UNIVERSITY IN QUEZON PROVINCE

Sheena Kryzel M. Javier¹, Jerald Victor C. Brosas², Leomar C. Miano³

^{1,2,3} Southern Luzon State University

[1sheenakryzel21@gmail.com](mailto:sheenakryzel21@gmail.com) [2jvcbrosas@gmail.com](mailto:jvcbrosas@gmail.com) [3leomar_miano@yahoo.com](mailto:leomar_miano@yahoo.com)

Diterima : 18-05-2022

Direvisi : 20-08-2022

Disetujui : 10-09-2022

Abstract This research determined the level of work-related stress and quality of teaching among 161 selected faculty members at State University in Quezon Province in the distance learning environment. It described the faculty member's demographic profile and established conclusions about the relationship between work-related stress and quality of teaching. Also, it determined the significant difference in work-related stress and quality of teaching when grouped according to the profile of respondents. The study used a correlational research design in which quantitative data was collected using survey questionnaires. This study used various statistical tools such as descriptive statistics, Analysis of Variance, T-test, and Pearson Correlation Coefficient to analyze the data. The study revealed that selected faculty members had a high perceived work-related stress in terms of job demand and job control and a moderate perceived work-related stress in terms of social support. On the other hand, faculty members' teaching quality was rated as satisfactory. Age, civil status, campus, and years of teaching experience were found to be significant to faculty members' level of work-related stress and quality of teaching. This research revealed a low positive correlation between work-related stress and quality of teaching, which suggests that when a faculty member's work-related stress is high, the faculty member's teaching quality is likely to be high, but in a weak or unreliable manner.

Keywords: *faculty members, quality of teaching, work-related stress, distance learning*

INTRODUCTION

COVID-19 created adversities for people's way of living on a global scale and made workers adapt to the crisis over time. The global expansion of the coronavirus has carried out many consequences that affect people's general health. Due to the numerous changes brought by the pandemic itself, work-related stress became prevalent. It affects workers from various industries, resulting in job dissatisfaction, lack of motivation, and health disturbances. Work-related stress arises when job demands usually exceed the person's capacity, and high-level job stress could negatively impact the overall physical, psychological, and emotional well-being (Sarabia & Collantes, 2020).

The Coronavirus pandemic also caused substantial changes in the functioning of different sectors of society, and in particular, education sector is the one that has been affected heavily. As one of the Philippines' ways to cope with the new normal, State Colleges and Universities (SUCs) in the country have been advised by the Commission on Higher Education to adopt distance education (Cruz et al., 2021) fully. In addition, teaching professionals are an integral part of the changing educational landscape. They are considered frontline workers in educational reform and crucial personnel to achieving successful educational response during the pandemic. The shift from traditional teaching into distance learning has led

educators in the country to deal with increased workload and the situation brought by the pandemic; hence, they experienced significant stress related to their jobs (Orlanda-Ventayen & Ventayen, 2021).

As the pandemic altered the education sector's landscape, the implementation of distance learning has affected the teaching profession's struggle to sustain high-quality teaching. According to (Dabrowski, 2020) fatigue and work-related stress issues have been noted as factors that have jeopardized the engagement of educators, which impacted the quality of teaching in the context of distance learning. In addition, the high demands and health problems linked with work-related stress have taken a toll on educators' teaching quality (Sokal et al., 2020).

RESEARCH METHODOLOGY

In this research, a correlational research design is used in which quantitative data has been collected using a survey method to determine the relationship between work-related stress and quality of teaching among faculty members in conducting distance learning. For the population of this study, the faculty members in a State University in Quezon Province served as respondents, and their demographic profile functioned as a moderator variable. Using pure simple random sampling, the faculty members were randomly chosen based on the list of the educational institution consisting of 274 teaching personnel. Moreover, using Slovin's formula, 161 out of the list of faculty members served as respondents to this study. Prior to the sampling used, it is a sampling technique in which every member of the population has an equal probability of being chosen.

The researchers utilized a self-made survey questionnaire that consists of three parts as a data collection instrument to evaluate the faculty members' level of work-related stress and

quality of teaching. The first part includes the respondent's profile questionnaire that was designed to collect information regarding work life variables such as age, sex, civil status, academic rank, and years of teaching experience. In the second part, the researchers have applied a questionnaire based on the Job-Demand-Control-Support Theory that measures work-related stress in distance learning in terms of job demand, job control, and social support. In addition, the quality of the teaching questionnaire was utilized in the last part of the survey. The questions included in this portion were based on the Quality Teaching Model, which aimed to determine the quality of teaching of faculty members in terms of intellectual quality, quality of learning environment, and significance. To assess the reliability of the self-made questionnaire, Ms. Rizzalyn Rada, a licensed professional teacher, validated the survey.

The researchers utilized a 4-Point Likert Type Rating Scale to determine the level of work-related stress that the faculty members perceived and their quality of teaching. For the work-related stress, 4 is interpreted as Very High Perceived Stress; 3 for Highly Perceived Stress; 2 for Moderately Perceived Stress; and 1 for Low Perceived Stress. For the variable of quality of teaching, the assigned numerical value of 4 was interpreted in reverse and labeled as Poor; 3 implies Fair quality of teaching, 2 as Satisfactory, and 1 as Excellent.

RESULTS AND DISCUSSION

Profile of Respondents

Table 1
Age Distribution of the Respondents

Age	f	%
20-29 years old	44	27.33
30-39 years old	39	24.22
40-49 years old	38	23.60
50-59 years old	34	21.12
60 years old and above	6	3.73
Total	161	100

Table 2.
Sex Distribution of the Respondents

Sex	f	%
Male	74	46
Female	87	54
Total	161	100

Table 2 shows that female slightly outnumber male respondents, accounting for 54 % as against 46 %, respectively.

Table 3.
Status Distribution of The Respondents

Civil Status	f	%
Single	69	42.90
Married	90	55.90
Separated	1	0.60
Widowed	1	0.60
Total	161	100

Table 3 shows that most of the respondents were married. They were composed of 90 respondents (55.90%) and only 1 (0.60%) for each of the widowed and separated categories

Table 4.
Academic Rank Distribution of the Respondents

Academic Rank	f	%
Assistant Professor	33	20.50
Associate Professor	24	14.90
Professor	3	1.90
Total	161	100

Table 4 shows that majority of the faculty members were classified as Instructors. The Table 4 shows that most of the respondents were classified as Instructors. The total instructors were 101 (62.70%), and only 3 of the respondents were Professors that depicts 1.90% of the total population.

Table 5 depicts that most of the respondents of this research have more than 16 years of teaching experience, which comprises 42 faculty members that

built up 26.10% of the total population.

Table 5.
Teaching Experience Distribution of the Respondents

Years of Teaching Experience	f	%
1-3 years	28	17.40
4-6 years	38	23.60
7-9 years	17	10.60
10-12 years	15	9.30
13-15 years	21	13.00
16 years and above	42	26.10
Total	161	100

Respondent's Work-Related Stress

Table 6.
Summary of Mean Distribution of Respondent's Work-Related Stress

	Mean	Verbal Interpretation
Job Demand	2.63	Highly Perceived Stress
Job Control	2.54	Highly Perceived Stress
Social Support	2.47	Moderately Perceived Stress
Average Weighted Mean	2.55	Highly Perceived Stress

Table 6 shows that the computed overall mean value of faculty members' work-related stress was 2.55, indicating "Highly Perceived Stress." The selected faculty members had a high perceived work-related stress in terms of job demand and job control and a moderate perceived work-related stress in terms of social support.

Respondent's Quality of Teaching

Table 7.
Summary of Mean Distribution of Respondent's Quality of Teaching

	Mean	Verbal Interpretation
Intellectual Quality	2.12	Satisfactory
Quality Learning Environment Significance	1.99	Satisfactory
Average Weighted Mean	1.93	Satisfactory
	2.01	Satisfactory

Table 7 shows that the overall mean rating of quality of teaching among the selected faculty members was 2.01, which was rated as “Satisfactory”. Faculty members’ quality of teaching in terms of intellectual quality, quality of learning environment, and significance was rated as “Satisfactory”.

Significant Relationship between Work-Related Stress and Quality of Teaching

Table 8.
Significant Relationship between Work-Related Stress and Quality of Teaching

	P-value	Pearson r
Intercept	0.03689	0.489422
Level of Work-Related Stress	0.04451	

Table 8 shows that there is a low positive correlation between Work-Related Stress and Quality of Teaching ($r = 0.49$). Additionally, the p-value is less than the significance level of 0.05. Therefore, there is significant relationship between work-related stress and quality of teaching of faculty members in distance learning.

Significant Differences on Work-Related Stress and Quality of Teaching When Grouped According to the Profile of Respondents

Table 9.
Significant Differences between Work-Related Stress and Quality of Teaching When Grouped According to the Profile

Demographic Profile	P-value	Interpretation
Age	0.00165	Significant
Sex	0.18995	Not Significant
Civil Status	0.03824	Significant
Academic Rank	0.07376	Not Significant
Years of Teaching Experience	0.00065	Significant

As shown in Table 9, age, civil status, and years of teaching experience

were found to be significant to the faculty member’s work-related stress and quality of teaching, since the p-value is less than the significance level of 0.05.

On the other hand, sex and academic rank were not significant to the faculty member’s work-related stress and quality of teaching, since the p-value is greater than the significance level of 0.05.

Discussion

Profile of Respondents

The finding suggests that majority of the faculty members were young adult. Work-related stress is very common, particularly among younger people who frequently have more precarious roles and less control over their working lives (Medical Specialists Cardiac Screen, 2020). Most of the respondents are female. Majority of women continue to choose "typically female" fields of study, such as education, the humanities, and social sciences (Taner and Roman, 2015). In terms of civil status, most of the faculty members were married. Maslow’s theory of self-esteem was proven in Kemunto et al., (2018) study that married teachers are expected to have higher job satisfaction because they receive social support and can rely on the availability of someone during stressful times. Moreover, a large percentage of respondents were still working at the entry-level. As a result, participants could have difficulty advancing their careers, which could be related to a lack of trainings, seminars, workshops, and opportunities to seek higher education (Sarabia & Collantes, 2020). Lastly, most of the respondents have 16 years and above of teaching experience. According to the study of (Ünal & Ünal, 2012), experienced teachers have the ability to prioritize tasks and selectively attend to a variety of important classroom matters.

Respondent’s Work-Related Stress

The result implies that the faculty members were experiencing stressful events related to their jobs, specifically the

demand, control, and support. In terms of job demand, the findings imply that the requirements and expected outputs from their duties, responsibilities, and working conditions demanded by their work or university in distance learning can be stressful for the faculty members. Changes made in response to the pandemic have increased teacher workload. In terms of job control, the results indicated that the respondent's ability to handle the changes and behavior demanded by their work in distance learning is one of the causes of their stress. The majority of faculty members agreed that their reliance on digital devices had a negative impact on their well-being. Lastly, for the social support, faculty members were experiencing moderate stress in this area of their work in distance learning. High workloads and faculty members' concerns about their health prompt them to seek effective stress management programs at the university to cope and deal with the pressures imposed by this educational system. Giorgi et al., (2019) revealed in their study that heavy workloads, lack of control and autonomy at work, poor relationships with coworkers, and lack of support at work are the top risk factors for work-related stress.

In terms of intellectual quality, the findings revealed that the selected faculty members had met the pedagogy focused on producing a deep understanding of important and substantive concepts where they require students to engage in higher-order thinking as well as communicate substantively about what they are learning. In terms of a quality learning environment, the findings indicated that faculty members were able to create classrooms where students can productively participate in an environment clearly focused on learning in the current educational set-up. In terms of significance, the results disclosed that faculty members had met the pedagogy that helps students see value in what they are learning in the distance learning set-up. However, these results indicated that

the respondents met the minimum indicators for the given rating but fell short of meeting the maximum standards for an excellent rating. There are still faculty members who cannot provide a quality education to students. This could be due to a lack of time and teaching, especially when distance learning is stressful. Gearhart, (2022) revealed that teachers must be innovative in order to get students back on track socially and emotionally in distance learning. However, even with the new tools, teachers are implementing their own strategies to address the issues at hand and ensure their students receive a quality education, while also seeking guidance and support from administration.

Relationship between Work-Related Stress and Quality of Teaching

The relationship between the variables is stated as 0.49, which further reinforces the relatively low relationship between work-related stress and quality of teaching. This correlation indicates that when the faculty member's level of work-related stress is high, the quality of teaching tends to become high, but in a weak or unreliable manner. In terms of job demand, job control, and social support, faculty members' work-related stress is generally high. Despite their high levels of work-related stress, faculty members' quality of teaching is also high, as seen by their satisfactory ratings. However, some faculty members cannot maintain the high quality of teaching they provide to students. Sarabia & Collantes, (2020) discovered in their study that work-related stress is positively correlated to teaching quality. Teachers' work-related stress is high where demand is considered to contribute high stress, and their teaching performance is also high.

Significant Difference on Work-Related Stress and Quality of Teaching When Grouped according to Profile

There are significant differences on work-related stress and quality of teaching of faculty members when grouped according to their age, civil

status, and years of teaching experience. This finding suggests that faculty members who belonged to the group with the highest level of work-related stress should be considered the most for stress management to reach the highest standards of excellent teaching quality.

CONCLUSIONS AND SUGGESTIONS

Conclusion

Faculty members are under tremendous pressure to immediately adapt their curriculum to an online format that is accessible to all students due to the sudden shift to distance learning. Based on the study findings, it is clear that the nature of their work due to high job demand leads them to experience significant stress. Faculty members struggle to handle and deal with the pressure given by the distance learning setup due to a high and conflicting workload. As a result, they're looking for university programs that can help them deal with work-related stress. This could help them manage their job and continue to provide a high quality of teaching to students. This study will be an effective instrument and reference to the university to understand how job demands, job control, and social support contribute to their work-related stress and how it affects faculty member's quality of teaching, allowing them to strengthen their programs to support teacher well-being.

DAFTAR PUSTAKA

- Dabrowski, A. (2020). Teacher Wellbeing During a Pandemic: Surviving or Thriving? *Social Education Research*, 2(1), 35–40.
<https://doi.org/10.37256/ser.212021588>
- Orlanda-Ventayen, C. C., & Ventayen, R. J. M. (2021). Stress and Depression in the Workplace of Educators in the Philippines. *MedRxiv*, 1–18.
<https://doi.org/10.1101/2021.04.22.21254017>
- Cruz, S. T., de Guzman, J., de Silva, L., & de Borja, J. M. (2021). Facilitating Learning at Home: The Experiences of Parents With Multiple Children. *Jurnal Pendidikan Progresif*, 11(3), 676–691.
<https://doi.org/10.23960/jpp.v11.i3.202119>
- Gearhart, E. (2022, January 7). How teachers are responding to the effects of distance learning. *The Southerner*.
<https://www.shsoutherner.net/features/2022/01/07/how->
- Giorgi, G., Arcangeli, G., Ariza-Montes, A., Rapisarda, V., & Mucci, N. (2019). Work-related stress in the Italian banking population and its association with recovery experience. *International Journal of Occupational Medicine and Environmental Health*, 32(2), 255–265.
<https://doi.org/10.13075/ijomeh.1896.01333>
- Kemunto, M. E., Adhiambo, R. P., & Joseph, B. (2018). Is Marital Status a Predictor of Job Satisfaction of Public Secondary School Teachers? *International Journal of Psychology and Behavioral Sciences*, 8(3), 51–58.
<https://doi.org/10.5923/j.ijpbs.20180803.03>
- Sarabia, A., & Collantes, L. M. (2020). Work-Related Stress and Teaching Performance of Teachers in Selected School in the Philippines. *IRJE | Indonesian Research Journal in Education*, 4(1), 6–27.
<https://doi.org/10.22437/irje.v4i1.8084>
- Ünal, Z., & Ünal, A. (2012). The Impact of Years of Teaching Experience on The Classroom Management Approaches of Elementary School

COVID-19 Related Stress and Teaching in Distance Learning: Exploring its Relationship among Faculty Members in State University in Quezon Province

Teachers. *International Journal of Instruction*, 5(2), 41–61.